การจัดการความคิดสร้างสรรค์ขององค์การที่มีผลต่อรูปแบบนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

Organizational Creativity Management Affecting the Innovative Model in the Real Estate Business

เฉลิมพร เย็นเยือก
สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยรังสิต
52 / 347 ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000
Chalermporn Yenyuak
Institute of Public Administration and Public Policy, Rangsit University
52 / 347 Paholyothin Road, Lak Hok, Muang, Pathum Thani, 12000
Email : chalermporn.y@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ และ 2) ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานถดถอยพหุ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25-35 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ 20,000-30,000 บาทต่อเดือน ปฏิบัติงานอยู่ในฝ่ายก่อสร้าง และระยะเวลาปฏิบัติงาน 4-6 ปี ให้ความสำคัญในการจัดการความคิดสร้างสรรค์ด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการทดสอบปัจจัยการจัดการความคิดสร้างสรรค์ในด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ การสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากผู้บริหารและจากองค์การ พบว่ามีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ ส่วนรูปแบบการดำเนินงานด้านนวัตกรรมที่เหมาะสมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย คือ ต้องเข้าใจในบริบท สภาพปัจจุบันในอุตสาหกรรมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ให้ชัดเจน เพื่อประกอบการวางแผนกำหนดแนวทางดำเนินงานด้านนวัตกรรมให้กับองค์การได้เหมาะสม และ ส่งเสริมทักษะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยกำหนดเป็นนโยบายพัฒนาในทุกระดับ

คำสำคัญ : การจัดการความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์

7 กุมภาพันธ์ 2565/ 8 มีนาคม 2567/ 5 พฤษภาคม 2565
7 February 2022/ 8 March 2022/ 5 March 2022

Abstract

The purposes of this research were to study the 1) organizational creativity management, 2) success of innovation in estate business. This study using quantitative method to gather through questionnaires by 400 samples of the worker in the real estate business. Data were analyzed by descriptive and inferential statistics.

The results showed that most of the respondents were males, aged 25 – 35 years, bachelor's degree and an average monthly income of 20,000 – 30,000 Bath, worked in the building department for 4 – 6 years and paid attention to the importance of the innovation management in terms of the individual creativity and innovation in the highest level. Furthermore, the relationship among factors, including the personnel's creativity, tasks that promote creativity, and the executives' support in creativity related to the success in the innovation operation of the organization. In order to create the innovation that suited the Thai context well, the study suggested that ones should truly understand the present situations and trends in the real estate business to be able to propose an appropriate plan for the innovation operation for the organization. In addition, the organization should implement the policy that would promote creativity in all levels of personnel through various activities.

Keywords : Creativity Management Innovation Real Estate Business

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นหนึ่งในธุรกิจขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากมีธุรกิจที่เชื่อมโยงกันในหลายกลุ่มธุรกิจ ทั้งในภาคการผลิต การค้า การเงิน และการบริการต่างๆ จำนวนมาก อาทิ กลุ่มธุรกิจผลิตวัสดุก่อสร้าง กลุ่มการผลิตคอนกรีตผสมเสร็จ กลุ่มธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์ กลุ่มธุรกิจการผลิตอิฐ รวมถึงกลุ่มธุรกิจการผลิตปูนซีเมนต์ เป็นต้น ซึ่งส่งผลทำให้มีขนาดมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำนวนมาก โดยการเติบโต หรือถดถอยของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ย่อมมีผลกระทบต่อธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเกี่ยวพันกับระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก จากจำนวนของผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีจำนวนมาก ทำให้ธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับธุรกิจ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2561) โดยพบว่ามีธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำนวนมากที่มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมเข้ามาสนับสนุนการดำเนินธุรกิจ อาทิ การใช้เทคโนโลยีสมาร์ทโฮม มาเสริมธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบันให้มากขึ้น การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในระบบต่างๆ ภายในบ้าน เช่น ระบบพลังงาน ระบบควบคุมอุณหภูมิ เพื่อสร้างความสะดวกสบายกับผู้อยู่อาศัย ทำให้

ปัจจัยการตัดสินใจซื้อบ้านของผู้บริโภคไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการออกแบบบ้านและสิ่งอำนวยความสะดวกแบบเดิมๆ แต่เน้นความแปลกใหม่ ที่ให้ความรู้สึกมีคุณค่ามากกว่าเดิมได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้นและแสดงถึงรสนิยมของผู้บริโภคได้อย่างดี ถือเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ อสังหาริมทรัพย์ที่มีแหล่งที่ตั้งแถบชานเมือง ปริมณฑล และจังหวัดอื่นๆ มากขึ้น ดังนั้นธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จึงต้องสร้างความเข้มแข็งเพื่อจะนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างอุปทานใหม่ในตลาดให้กับผู้บริโภคด้วยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ในปัจจุบันพบว่าส่วนใหญ่รูปแบบโครงการอสังหาริมทรัพย์ จะเน้นพัฒนาโครงการสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้นเพื่อตอบสนองการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศ และการทำโครงการที่มีรูปแบบการใช้ประโยชน์แบบผสมผสาน (Mixed-use) ซึ่งถือเป็นรูปแบบนวัตกรรมแบบใหม่ในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปัจจุบัน โดยเน้นใช้พื้นที่ให้คุ้มค่ามากที่สุดท่ามกลางราคาที่ดินที่มีการปรับตัวสูงขึ้น (กรุงเทพธุรกิจ, 2560) ซึ่งผลการสร้างความเข้มแข็งจากนวัตกรรมของธุรกิจ จะเป็นการสร้างผลประกอบการที่มั่นคงในระยะยาวให้ผู้ประกอบการ รวมถึงยังสร้างความร่วมมือในอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ในการร่วมพัฒนาโครงการในรูปแบบการร่วมทุน นำจุดเด่นหรือความสามารถหลักของแต่ละธุรกิจมาเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับธุรกิจและยังเป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินโครงการอีกด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัย จึงเห็นความจำเป็นในการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ในองค์การที่จะนำไปสู่การเกิดขึ้นของนวัตกรรมที่จะช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันขององค์การและของประเทศไทย จึงทำการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญขององค์การโดยเฉพาะการดำเนินงานด้านการจัดการความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมในองค์การขึ้นได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งสารสนเทศสำคัญเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านนวัตกรรม และ ความสำเร็จที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การเพื่อนำไปปรับปรุง พัฒนา ให้ได้แนวทางการดำเนินงานที่เหมาะสมกับบริบทของธุรกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย

2) เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาการสร้างนวัตกรรมในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและบริบทของประเทศไทย

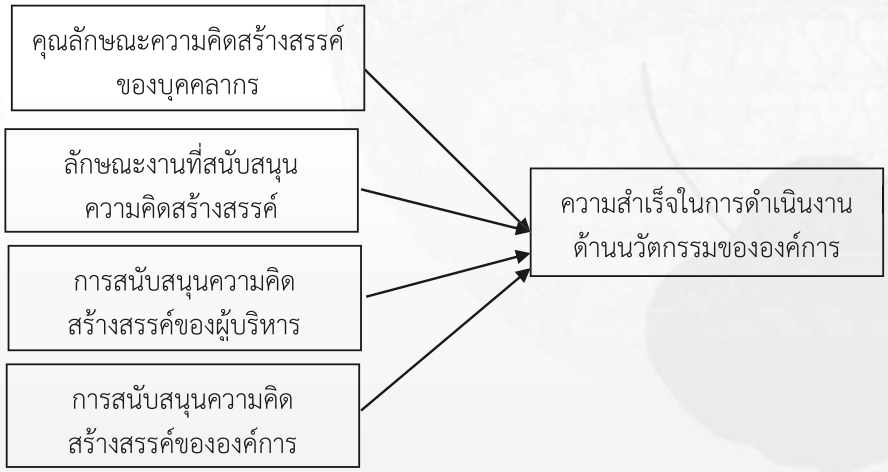
ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาครั้งนี้ ได้ทบทวนวรรณกรรมสำคัญได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) เป็นแนวคิดสำคัญที่มีความซับซ้อน แต่สามารถสร้างประโยชน์ให้กับองค์การในรูปแบบต่างๆ (Piteira, 2013) ในปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นประเด็นสำคัญในการศึกษาประเด็นทางการจัดการทั้งในองค์การภาครัฐและภาคเอกชน อันเนื่องจากมีผลการศึกษาจำนวนมากศึกษาพบว่าความสามารถในการจัดการความคิดสร้างสรรค์ขององค์การช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารองค์การได้อย่างมีคุณค่า (Seidel & Roseman, 2008) ที่ผ่าน

มามีนักวิชาการจำนวนมากได้ทำการศึกษาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ และได้เสนอความเห็นที่สอดคล้องกันว่าความคิดสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานทุกอย่างในองค์กร (Shalley et al., 2004; Unsworth, 2001) โดยได้มีการอธิบายเพิ่มเติมถึงความคิดสร้างสรรค์ทั้งในระดับบุคคล (Individual Creativity) และ ระดับองค์การ (Organization Creativity) เพื่อให้สามารถอธิบายผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นในองค์การในรูปแบบนวัตกรรมได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้เนื่องจาก ผลลัพธ์เชิงสร้างสรรค์ไม่สามารถเกิดขึ้นได้จาก บุคคลเพียงคนเดียว

สรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงระบบความคิดหรือทักษะของบุคคลที่สามารถพิจารณาในมิติหรือมุมมองที่แตกต่างไปจากเดิม ภายใต้หลักเหตุผล อันจะนำมาสู่การสร้างผลงานนวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อตนเอง และต่อองค์การมากขึ้นภายในทรัพยากรที่มีอยู่ และ ระบบความคิดหรือทักษะนี้ จะได้รับการพัฒนาเพิ่มขึ้น เมื่อได้รับการสนับสนุนจากส่วนงานที่เกี่ยวข้องอย่างเหมาะสม อันนำไปสู่การการจัดการความคิดสร้างสรรค์อันจะทำให้เกิดนวัตกรรมที่ถือเป็นประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยได้เน้นให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์การ อันเกิดขึ้นจากคุณลักษณะเฉพาะของบุคลากรในองค์การเองที่มีพื้นฐานเป็นผู้มีความกระตือรือร้น มุ่งแสวงหาความแปลกใหม่ที่เกิดประโยชน์ต่อองค์การ และการได้รับมอบหมายหน้าที่ภาระงานที่มีความท้าทาย สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ และ ความสนใจเฉพาะของบุคคล จึงทำให้บุคคลมีความพึงพอใจในงาน มีความสุขในการทำงาน จึงคิดสร้างสรรค์แนวปฏิบัติ หรือ คิดสร้างสรรค์ผลงานให้เป็นประโยชน์ต่อองค์การ และการให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์จากตัวผู้บริหารที่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถ มีความจริงใจในการให้การสนับสนุนอย่างแท้จริง และ ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างด้านการคิดสร้างสรรค์ที่ดีให้กับบุคลากร รวมถึงการสนับสนุนในระดับองค์การ ได้กำหนดให้มีนโยบายที่ชัดเจน มีทรัพยากรที่เพียงพอ เหมาะสม ในการสนับสนุนทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรในองค์การอย่างแท้จริงเช่นกัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ด้านลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากผู้บริหาร และ ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในระดับองค์การมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลเชิงตัวเลขเป็นหลักฐานยืนยันความถูกต้องของข้อค้นพบ และข้อสรุปต่างๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยทำการศึกษาสภาพที่เป็นอยู่ จากการทบทวนเอกสารและข้อมูลที่มีอยู่ ด้วยวิธีการวิจัยแบบตัดขวาง (Cross-sectional Design) โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียวแล้วนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์ และอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดให้สมบูรณ์ที่สุด

ประชากร (Population) ในการศึกษาคือ ผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ทั่วประเทศ จำนวน 53,159 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2560)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) คือผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผู้วิจัยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยการวิเคราะห์อำนาจการทดสอบ (Power analysis) หรับการใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน โดยกำหนดขนาดอิทธิพล .30 ค่าความคลาดเคลื่อน .05 และอำนาจทดสอบ .80 (บุญใจ ศรีสถิตนรากูล, 2553) ทำการคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power 3.1.2 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 350 ราย ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 50 ราย เพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลและจำนวนของแบบสอบถามที่ส่ง จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมเป็นจำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ เกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน รายได้ ฝ่ายงานที่สังกัด ระยะเวลาทำงาน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความคิดสร้างสรรค์ โดยแบ่งเป็น 4 ด้านสำคัญ คือ ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ปัจจัยด้านลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ปัจจัยด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริหาร ปัจจัยด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ และ ข้อมูลความสำเร็จจากการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ เป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert scale) 5 อันดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมทางสถิติ วิเคราะห์และรายงานผลด้วยสถิติพรรณนา สำหรับข้อมูลทั่วไปเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ เกี่ยวกับ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงาน รายได้ ฝ่ายงานที่สังกัด ระยะเวลาทำงาน ด้วยค่าจำนวน ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ปัจจัยด้านการจัดการความคิดสร้างสรรค์ กับ ผลสำเร็จด้านนวัตกรรมขององค์การ ด้วยการถดถอยพหุคูณ

การทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ

ตัวแปร	Mean S.D.	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std.Error	beta	t		Tolerance	VIF
ค่าคงที่		1.226	.169		7.256	.000		
คุณลักษณะส่วนบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์	4.02 (.393)	.241	.042	.254	5.720	.000*	.681	1.468
ลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์	3.84 (.379)	-.042	.042	-.043	-1.003	.316	.735	1.361
การสนับสนุนจากผู้บริหาร	3.50 (.480)	.238	.039	.306	6.168	.000*	.545	1.836
การสนับสนุนจากองค์การ	3.41 (.488)	.250	.035	.328	7.135	.000*	.637	1.571
R		.686		Standard Error of estimate			.273	
R Square		.470		F			87.548	
Adjusted R Square		.465		Sig.			.000	

**นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิเคราะห์ผลการถดถอย (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปัจจัยด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ด้านลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากผู้บริหาร และ ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ในระดับองค์การมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ มีความสัมพันธ์แบบพหุคูณกับความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การโดยมีค่า Sig.=0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เป็น 0.686 และสามารถพยากรณ์ความสำเร็จขององค์การ (R Square) ได้ร้อยละ 47 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ (Standard Error of estimate) เท่ากับ .273

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ด้านการสนับสนุนจากองค์การในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคคล สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การได้สูงสุด โดยมีค่า Sig.=0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ และ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็น 0.250 และ 0.328 ตามลำดับ รองลงมา คือด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ส่วนบุคคลของผู้ปฏิบัติงาน สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การได้อย่าง โดยมีค่า Sig.=0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนดิบ เป็น 0.241 และ 0.254 ตามลำดับ และ ด้านการได้รับการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์จากผู้บริหาร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ ได้น้อยที่สุด โดยมีค่า Sig.=0.000 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูป คะแนนดิบ และ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐาน เป็น 0.238 และ 0.306 ตามลำดับ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 53.8) มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี (ร้อยละ 36.5) การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 79.8) ปฏิบัติงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ (ร้อยละ 74.5) รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท (ร้อยละ 26.5) สังกัดฝ่ายงานสำนักงาน เช่น ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ การขาย การตลาด การบัญชี ฯลฯ (ร้อยละ 64.5) และมีระยะเวลาปฏิบัติงานในองค์การ ระหว่าง 4 – 6 ปี (ร้อยละ 35.3)

1) ด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ เช่น การอบรม การศึกษาฯ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.22 อยู่ในอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านการริเริ่มพัฒนาวิธีการทำงานใหม่ หรือนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 4.13 อยู่ในอันดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือ ด้านการสร้างความสำเร็จ เติบโตให้กับองค์การ ถือเป็นเป้าหมายสำคัญในการทำงานของท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.96 อยู่ในอันดับที่ 5

2) ด้านลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ด้านงานที่ท่านได้รับมอบหมายเป็นงานที่มีผู้ได้รับผลจากผลลัพธ์การทำงานของท่านจำนวนมาก ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.16 อยู่ในอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านงานที่ท่านได้รับมอบหมายเป็นงานที่ท้าทายสำหรับท่าน มีค่าเฉลี่ย 3.98 อยู่ในอันดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือ ด้านงานที่ได้รับมอบหมายเป็นงานที่สร้างคุณค่า ชื่อเสียงภาพลักษณ์ต่อองค์การ มีค่าเฉลี่ย 3.62 อยู่ในอันดับที่ 6

3) ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริหาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริหาร ด้านความมีวิสัยทัศน์ของหัวหน้างาน มองการณ์ไกล แสดงให้บุคลากรในองค์การได้รับทราบถึงแนวคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.59 อยู่ในอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านหัวหน้างานให้ความเชื่อมั่นในตัวท่านว่าจะสามารถปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.58 อยู่ในอันดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือ ด้านหัวหน้างานมีส่วนช่วยให้ท่านตระหนักถึงความสำคัญและคุณค่าในหน้าที่ที่ปฏิบัติอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.32 อยู่ในอันดับที่ 5

4) ด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ ด้านองค์การของท่านให้การสนับสนุนพนักงานในการเข้ารับการฝึกทักษะ เพื่อเพิ่มความชำนาญอยู่เสมอ ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.60 อยู่ในอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านองค์การของท่านให้การสนับสนุนทรัพยากรจำเป็น เช่น งบประมาณ เพื่อสนับสนุนโครงการริเริ่มสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ย 3.50 อยู่ในอันดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือ ด้านองค์การของท่านสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานในหน้าที่ของท่านที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การ มีค่าเฉลี่ย 3.25 อยู่ในอันดับที่ 5

5) ความสำเร็จในการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมขององค์การ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีปัจจัยด้านความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การ ด้านผลงานที่เกิดจากความสร้างสรรค์ในการทำงาน มีคุณภาพดีขึ้นกว่าที่ผ่านมา อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.85 อยู่ในอันดับที่ 1 รองลงมาคือ ด้านองค์การของท่านสำเร็จได้จากการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เฉพาะอย่างจริงจัง มีค่าเฉลี่ย 3.82 อยู่ในอันดับที่ 2 และน้อยที่สุดคือ ด้านองค์การของท่านประสบความสำเร็จมากขึ้นจากการให้อิสระในการทำงานอย่างเต็มที่ให้กับพนักงาน มีค่าเฉลี่ย 3.27 อยู่ในอันดับที่ 5

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 25 – 35 ปี ระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี ปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการ รายได้ต่อเดือนระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท ส่วนใหญ่สังกัดฝ่ายงานสำนักงาน เช่น ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ การขาย การตลาด การบัญชี ฯลฯ และมีระยะเวลาปฏิบัติงานในองค์การระหว่าง 4 – 6 ปี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร ด้านความกระตือรือร้นในการแสวงหาโอกาสที่จะพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ เช่น การอบรม การศึกษาฯ มากที่สุด ส่วนลักษณะงานที่สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรให้ความสำคัญด้านงานที่ท่านได้รับมอบหมายเป็นงานที่มีผู้ได้รับผลจากผลลัพธ์การทำงานของท่านจำนวนมาก ส่วนการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของผู้บริหารให้ความสำคัญด้านความมีวิสัยทัศน์ของหัวหน้างาน มองการณ์ไกล แสดงให้บุคลากรในองค์การได้รับทราบถึงแนวคิดใหม่ๆ อยู่เสมอ ส่วนด้านการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ขององค์การให้ความสำคัญกับการที่องค์การให้การสนับสนุนพนักงานในการเข้ารับการฝึกทักษะ เพื่อเพิ่มความชำนาญอยู่เสมอ และ ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การให้ความสำคัญด้านผลงานที่เกิดจากความสร้างสรรค์ในการทำงาน มีคุณภาพดีขึ้นกว่าที่ผ่านมา มากที่สุด

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อเสริมสร้างนวัตกรรมให้กับบุคลากรพบว่าธุรกิจได้มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องตามที่ได้กำหนดในสมมติฐานการศึกษาได้แก่ ด้านทรัพยากรที่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมในองค์การ สอดคล้องกับการศึกษาของ George et al. (2005) ที่เสนอว่าองค์การ

จะต้องมีความพยายามในการทำความเข้าใจในพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของบุคคลให้มากที่สุด ในการศึกษาครั้งนี้ กลุ่มเป้าหมายสำคัญคือ กลุ่มบุคลากรขององค์การที่องค์การต้องการเสริมสร้างศักยภาพด้านนวัตกรรมให้กับบุคลากร เพื่อนำไปสู่ความเข้มแข็งขององค์การ จากความสามารถที่ได้รับการพัฒนายกระดับขึ้นต่อไป โดยเฉพาะในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ปัจจุบันพบว่ามีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เพื่อการเติบโตของธุรกิจ โดยมีการใช้นวัตกรรมมาช่วยในการดำเนินธุรกิจจำนวนมาก ดังนั้น หากบุคลากรขององค์การ มีการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการก่อสร้าง หรือในกระบวนการให้บริการกับลูกค้าได้ตรงตามความต้องการ อันจะส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจที่เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผล

ผลการทดสอบคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร พบว่ามีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมขององค์การ โดยองค์การได้ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะส่วนบุคคลด้านความคิดสร้างสรรค์ที่มีการนำเสนอแนวทาง รวมถึงข้อเสนอแนะเชิงสร้างสรรค์ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานด้านนวัตกรรมขององค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยองค์การได้มีการสนับสนุนให้บุคลากรมีการพัฒนานวัตกรรม ผ่านการมอบหมายงาน และ การสร้างแรงกระตุ้นจูงใจ ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ คุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลากรที่หมายถึง ความสามารถในการคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ ความกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานในหน้าที่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับการค้นหาวิธีการใหม่ๆ มาปรับเปลี่ยนการทำงานเพื่อมุ่งหวังให้เกิดความคุ้มค่ากับองค์การมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของ พยัต วุฒิรงค์ (2557) ที่เสนอกรอบแนวคิดการพัฒนาความสามารถการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์การ ในมุมมองด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าเฉพาะองค์การเป็นปัจจัยหลัก และมีปัจจัยย่อยที่เน้นการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสร้างความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอันเป็นคุณลักษณะบุคลากรที่มีคุณค่ากับองค์การ ซึ่งการสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนกันยังมีความเชื่อมโยงกับการสื่อสารในองค์การที่ช่วยเพิ่มช่องทางให้การสื่อสารระหว่างบุคลากรในองค์การเป็นไปอย่างราบรื่น ตามข้อเสนอของ สิริภักตร์ ศิริโท และคณะ (2560) ที่เสนอความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย มีปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือ ด้านการสื่อสารที่บุคลากรให้ความสำคัญมาก อันเนื่องจากเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สามารถทำนายระดับความเป็นองค์การแห่งนวัตกรรมได้

สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ต้องสร้างความเข้มแข็งขององค์การเพื่อจะนำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขันจากการสร้างอุปทานใหม่ในตลาดให้กับผู้บริโภค และการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ให้กับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการใช้ชีวิต ค่านิยมของผู้บริโภค ที่มุ่งเน้นความเป็นตัวเองสูง ทำให้การดำเนินงานธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ต้องนำเสนอรูปแบบอสังหาริมทรัพย์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องที่สุด ซึ่งความสามารถในการตอบโจทย์ดังกล่าว จำเป็นต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่ แตกต่าง ต้องใช้ความสามารถในการ

ประยุกต์ บูรณาการการใช้เทคโนโลยีประกอบการออกแบบอสังหาริมทรัพย์ให้ตอบสนองได้เกินความคาดหวังของลูกค้า โดยความคิดสร้างสรรค์เป็นกระบวนการคิดที่มีความแปลกใหม่และเป็นประโยชน์ ส่วนนวัตกรรมเป็นผลลัพธ์จากความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์จากระดับบุคคล อันจะส่งผลในระดับองค์การต่อไป (West & Richter, 2009) ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน จึงควรมุ่งเน้นจัดการความคิดสร้างสรรค์องค์การ โดยเฉพาะด้านคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลากรที่จะส่งผลให้เกิดนวัตกรรมที่มีคุณค่าต่อองค์การ นอกจากนี้ การได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารถือเป็นแนวทางการดำเนินงานสำคัญขององค์การที่นอกจากจะเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างขวัญและ กำลังใจในการปฏิบัติงาน สร้างสรรค์ผลงานด้วยความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์การ ดังที่ (Higgins, 1995; Christiansen, 2000; Holder & Matter, 2008) ได้เสนอไว้ว่าการที่บุคลากรขององค์การจะมุ่งเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์หรือบริการในอสังหาริมทรัพย์ ส่วนหนึ่งเกิดขึ้นจากผู้บริหารได้กำหนดกรอบแนวทางส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถโดดเด่น ด้วยวิธีการต่างๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่เป็นต้นแบบในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะการเสริมสร้างนวัตกรรมการทำงานในองค์การ ที่สะท้อนผ่านการออกแบบอสังหาริมทรัพย์ ผ่านการออกแบบกระบวนการปฏิบัติงาน หรือในรูปแบบอื่นๆ เพื่อช่วยลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน ลดการใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานทำงาน ใช้ทรัพยากรในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่าที่สุด เป็นการช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน อันจะส่งผลต่อผลประกอบการขององค์การที่เพิ่มขึ้น ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (ทศพร บุญวัชราภัย, 2558) ผู้บริหารต้องสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างกัน และสนับสนุนให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์การทำงานร่วมกัน หากบุคลากรได้รับการสนับสนุน ยกย่อง สร้างขวัญ กำลังใจที่ดีแล้ว จะส่งผลต่อการสร้างโอกาสในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้นั้น เพื่อใช้ในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และองค์การ ดังนั้นการสร้างเสริมคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรเพิ่มเติม จึงมีส่วนสำคัญต่อทุกองค์การ ที่ต้องเร่งสร้างสนับสนุนให้บุคลากรในองค์การเป็นผู้มีทักษะ ศักยภาพในความคิดสร้างสรรค์ ที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ก็จะส่งผลต่อการเติบโตขององค์การอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการศึกษา

1) ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นให้มีความสอดคล้องกับบริบท หน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การ เพื่อรักษาและพัฒนาคุณลักษณะความคิดสร้างสรรค์ให้เติบโตก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

2) ผู้บริหารองค์การทุกระดับ ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมขององค์การ โดยเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจ และ ประเมินผลด้านทักษะ ความพยายาม และ ผลการปฏิบัติของบุคลากร ด้วยวิธีการมีส่วนร่วมระหว่างหัวหน้างานและบุคลากร ได้มีการวางแผนกำหนดแนวทางการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วมไปด้วยกัน และ ร่วมกันกำหนดตัวชี้วัดร่วมกัน เพื่อเป็นแนวทางประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกัน มีการ

ชี้แจงข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ทุกฝ่ายได้รับทราบร่วมกัน อันจะทำให้เกิดความโปร่งใส ชัดเจนในการปฏิบัติงาน สร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานร่วมกันอีกด้วย

3) ค้นหาตัวแบบปฏิบัติที่ดี (Best Practice) จากบุคลากรในองค์การ เพื่อส่งเสริมให้เป็นตัวแบบ (Model) ที่ดีให้กับบุคลากรในองค์การ ได้ใช้เป็นแบบอย่างหรือเป็นแรงบันดาลใจในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นตามความรู้ ความสามารถ และหน้าที่รับผิดชอบของบุคลากรเป็นสำคัญ

4) องค์การ ควรกำหนดนโยบายส่งเสริมด้านนวัตกรรมในองค์การอย่างต่อเนื่อง และ มีการติดตามวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ให้เท่าทันต่อความต้องการของผู้บริโภค และให้ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) ควรสนับสนุนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ประกอบการปฏิบัติงาน เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และ นำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ และด้านกระบวนการทำงานในองค์การให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ศึกษา ความรู้ ความพร้อม ทัศนคติของบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ในธุรกิจอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อค้นหาวิธีที่ดีที่สุด เพื่อกำหนดเป็นคู่มือ หรือแนวปฏิบัติอันนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ หรือ นวัตกรรมใหม่ๆ ในรูปแบบต่างๆ อันจะนำไปสู่ความสามารถทางการแข่งขันขององค์การได้อย่างเข้มแข็ง มีประสิทธิภาพ และยั่งยืนต่อไป

2) นำผลการศึกษาไปศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบนวัตกรรมของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยอาจจำแนกเปรียบเทียบตามโครงการ หรือ พื้นที่ หรือ บริบทต่างๆ

บรรณานุกรม

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2561). *ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์.* กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469413374.

อสังหาฯ เปิดแนวรุก เมืองผู้สูงวัย (2560, 14 มิถุนายน). กรุงเทพธุรกิจ ออนไลน์. https://www.bangkokbiznews.com/business/759401.

คณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (2562). *การสำรวจการจัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขัน.* สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6700&filename=index.

ทศพร บุญวัชราภัย. (2558). *ความคิดสร้างสรรค์ขององค์การเพื่อสร้างนวัตกรรมการบริการและผลการดำเนินงานของธุรกิจ : ปรากฏการณ์เชิงประจักษ์ของโรงแรมบูติกไทย.* [ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญใจ ศรีสถิตนรากูล. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพยาบาลศาสตร์.* กรุงเทพฯ : ยูแอนด์ไอ อินเตอร์ มีเดีย.

พยัต วุฒิรงค์. (2557). กรอบแนวคิดการพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์การ : การบูรณาการแนวคิดทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์การและองค์การแห่งการแห่งการเรียนรู้. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 54*(1), 21-48.

ยุทธชัย ฮารีบิน สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และ สุนันทา เสียงไทย. (2559). ความสามารถด้านเครือข่ายและความสามารถเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. *วารสารนักบริหาร, 36*(2), 79-88.

สิริภักตร์ ศิริโท รัตติญา ละเต็บซัน และ วิวัฒน์ กิตติพงศ์โกศล. (2560). ความเป็นองค์กรนวัตกรรมของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร, 14*(1), 38-64.

Christiansen, J.A. (2000). *Building the innovative organization: Management systems that encourage innovation*. Hampshire: Macmillan Press.

George, M.L, Works, J., & Waston-Hemphill, K. (2005). *Fast Innovation*. NY: McGraw-Hill.

Higgins, J.M. (1995). *Innovate or evaporate: Test & improve your organization's IQ–Its innovation quotient*. Winter Park, FL: New Management.

Holder, B. & Matter, G. (2014). *The Innovative Organization.* Retrieved December 11, 2014, from Geocities.com. http://www.geocities.com/CollegePark/Library/1048/innova.html.

Piteira, M. (2013, November 28-30). Professions in a changing world: The role of creativity. In H. Serra (Chairs), *Challenging professionalism. New directions in policies, publics and the professions* [Symposium]. ISA RC52 Interim Conference, Technical University of Lisbon, Protugal.

Seidel, S. & Rosemann, M. (2008). *Creativity Management - The New Challenge for BPM*. Retrieved February 2, 2020, from BPTrende-May 2008. https://www.bptrends.com/bpt/wp-content/publicationfiles/Three%2005-08-ART-CreativityManagement-Seidel-and-Rosemann-final.pdf

Shalley, C.E., Zhou, J. & Oldham, G.R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?. *Journal of Management, 30*(6), 933-958.

Unsworth, K. (2001). Unpacking creativity. *Academy of Management Review, 26*(2). pp. 289-297.

West, M.A. & Richter, A.W. (2009). *Climates and cultures for innovation and creativity at work* : *In Handbook of Organizational Creativity*. NewYork : Psychology Press.