

Received: 27-05-2020

Revised: 19-10-2020

Accepted: 06-11-2020

ปัจจัยสาเหตุและผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์:
หลักฐานเชิงประจักษ์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย

Antecedents and Consequences of Human Resource Creativity Management:
An Empirical Evidence on Saving and Credit Cooperatives in Thailand

วรชัย สิงห์ฤกษ์¹

Warachai singharerk

warachai.sin@gmail.com

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์²

Viroj Jadesadaluck

Viroj.jad@su.ac.th

จันทนา แสนสุข³

Jantana Sansuk

jantana_tuk@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) อิทธิพลของปัจจัยสาเหตุได้แก่ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย และ (2) ศึกษาอิทธิพลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยได้แก่แนวคิดการองค์การ และผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารสหกรณ์ของออมทรัพย์จำนวน 484 สหกรณ์ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

โดยผลการวิจัยตามสมมติฐานของการศึกษาพบว่าปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Student in Doctor of Philosophy Program in Faculty of Management Science, Silpakorn University

² คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Faculty of Management Science Silpakorn University

³ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi

ส่วนผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ พบว่าการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมองค์การและการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจซึ่งผลการศึกษาที่ได้นั้นสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานด้านการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ให้ประสบความสำเร็จต่อไปได้

คำสำคัญ: การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์, ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์, การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ, นวัตกรรมองค์การ

Abstract

The purpose of this research were to study (1) the influence of causal factors which were creative leadership, creative organization culture and human resource management in organizations towards creative thinking management of savings cooperatives in Thailand and (2) the influence of creative management of savings cooperatives in Thailand such as organizational innovation and the performance of the savings cooperatives in Thailand. Data were collected from 484 cooperatives savings management cooperatives, and used structural equation analysis for data analysis.

The research results based on the hypothesis of the study found that the root causes factors are creative leadership and human resource management in organization which having a direct influence on the creative management of savings cooperatives in Thailand

For the results of human resource creativity management, it was found that management of human resources had a direct influence on organizational innovation, and the management of creative human resources has a direct influence on business performance. The results of the study can be used as a guideline for successful management of creative human resources of cooperatives.

Keywords: Human Resource Creativity Management, Creative leadership, Constructive Organizational Culture, Human Resource Management in Organization, Organization Innovation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ได้ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรงและต่อเนื่อง หลายองค์การธุรกิจต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนหรือต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องโดยองค์การธุรกิจได้พยายามปรับตัวให้อยู่รอดต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งที่สำคัญและเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดสิ่งใหม่ๆ เรียกว่า “นวัตกรรม” ที่เกิดขึ้นภายในองค์การหรือเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์การได้อีกทางหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่งที่อธิบายไว้ว่าแม้ว่านวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดในองค์การจะไม่ได้มาจากความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์การเสมอไป แต่ความคิดสร้างสรรค์ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในองค์การสามารถเป็นต้นกำเนิดของนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงได้ ดังนั้นการส่งเสริมและผลักดันให้เกิดให้เกิดความคิดสร้างสรรค์จึงนับเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในองค์การ(Woodman, 2008: 283-285)

โดยองค์การได้เข้าสู่ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งในยุคนี้ก่อให้เกิดนวัตกรรมที่หลากหลายองค์การได้มีการนำนวัตกรรมเกิดขึ้นเหล่านี้มาสร้างทักษะ ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์เพื่อมาประยุกต์ใช้ซึ่งถือได้ว่าเป็นเครื่องมือที่สำคัญของการบริหารจัดการกับการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในทางเศรษฐกิจสังคมและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจซึ่งเป้าหมายหลักคือการเพิ่มประสิทธิภาพขององค์การให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจได้การที่องค์การธุรกิจจะต้องการอยู่รอดได้นั้นตลอดจนประสบความสำเร็จจากผลการดำเนินงานที่ดีภายใต้สภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เข้มข้น จึงจำเป็นที่จะต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หรือการแสวงหาความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการสร้างสิ่งใหม่ประดิษฐ์คิดค้นการคิดค้นรูปแบบทางธุรกิจทั้งผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆทำให้เกิดการพัฒนาเป็นนวัตกรรม (Innovation-driven Economy) (Porter, 1998 อ้างถึงในสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552: 10) เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งทางธุรกิจซึ่งจะส่งผลให้องค์การธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญที่ได้รับคามสนใจ คือการเกิดขึ้นของนวัตกรรม (Innovation) ในหลากหลายแขนงที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและอุตสาหกรรมได้ในวงกว้างซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทาง

เทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้ามากขึ้นจากในอดีตและทำให้เกิดการพัฒนาขึ้นมาได้อย่างรวดเร็ว โดยในหลายๆองค์การธุรกิจได้พัฒนา ค้นคว้าและวิจัยซึ่งต้องใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นความสามารถทางสมองของบุคคลที่จะคิดได้หลายทิศทางหรือคิดได้หลายคำตอบ และความสามารถในการมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ โดยมีสิ่งเร้าเป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดความคิดใหม่ต่อเนื่องกันไปและความคิดสร้างสรรค์นี้อาจเป็นความคิดใหม่ผสมผสานกับประสบการณ์ได้โดยความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นจึงเป็นรากฐานที่สำคัญประการหนึ่งในกระบวนการจัดการนวัตกรรมตลอดจนขีดความสามารถของทรัพยากรมนุษย์และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ (นพดล เหลืองภิรมย์, 2555) โดยความสำคัญของนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะให้บุคคลในองค์กรที่ต้องการสร้างนวัตกรรมในองค์กรได้รับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มากขึ้นเพื่อให้บุคลากรมีศักยภาพและถือเป็นสินทรัพย์ทางปัญญาที่คิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆให้กับองค์กรธุรกิจ (พยัต วุฒิรงค์, 2555)

สำหรับการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมนับว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Byrd & Turner (2001) ที่กล่าวว่าความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของธุรกิจอาจจะเป็นได้ในหลายมิติเช่นการมีนวัตกรรมตำแหน่งทางการตลาดการมีลูกค้าจำนวนมากและการยากที่จะลอกเลียนแบบในตัวสินค้าหรือบริการนอกจากนี้ยังพบได้ว่าในส่วนของนโยบายระดับประเทศได้มีการให้ความสำคัญกับการพัฒนานวัตกรรมและผู้ประกอบการโดยมีการจัดตั้งสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติให้ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมขึ้นในหมู่ผู้ประกอบการหรือธุรกิจในทุกๆประเภททั้งในลักษณะของการยกระดับนวัตกรรมการส่งเสริมวัฒนธรรมนวัตกรรมและการสร้างระบบและองค์การนวัตกรรมเพื่อให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันของประเทศ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) ซึ่งก็สอดคล้องกับแนวคิดของ Dorf และ Byers ที่กล่าวว่าธุรกิจที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้ควรมีลักษณะเป็นองค์กรนวัตกรรมหรือมีความสามารถในการแข่งขันนวัตกรรม (Dorf & Byers, 2008) เมื่อกล่าวถึงนวัตกรรมความหมายและความสำคัญก็จะเน้นในเรื่องของการทำสิ่งใหม่ที่ต้องใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549) ดังนั้นการสร้างความรู้และการจัดการความรู้เพื่อนำมาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมขององค์กรจึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากเนื่องจากจะทำให้ธุรกิจสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ (Nonaka, 1991, 1994; Nonaka & Toyama, 2003; Johannessen & Olsen, 2003) การส่งเสริมกระบวนการสร้างนวัตกรรมสามารถจะเป็นเครื่องมือทางยุทธศาสตร์ใหม่ที่เพิ่มสมรรถนะการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กรซึ่งก็เป็นความสามารถด้านวิสัยทัศน์ของผู้นำในการเล็งเห็นความสำคัญและความกล้าตัดสินใจในการยอมรับนวัตกรรม (Rogers, 1983) เข้ามาใช้เป็นกลยุทธ์ในการสร้างศักยภาพอันแข็งแกร่งให้แก่องค์กรเนื่องจากโลกปัจจุบันอิทธิพลของเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายการประดิษฐ์คิดค้นใหม่ๆทำให้ปัจจัยทางธุรกิจขององค์กรแปรเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนการบริหารองค์กรให้สามารถอยู่รอดได้ในภาวะเช่นนี้จึงถือเป็นสิ่งที่ท้าทายความสามารถของผู้บริหารในยุคปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง

อย่างไรก็ตามปัจจุบันสภรณ์จำเป็นที่จะต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด และเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การเรียนรู้จากประสบการณ์ภายในและภายนอกสภรณ์สามารถก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในทรัพยากรมนุษย์ (Creativity Human Resource) และนำซึ่งสิ่งใหม่ๆมาพัฒนาเพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งการพัฒนาสภรณ์ให้มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมได้ ปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือ ทรัพยากรมนุษย์ความรู้ความสามารถ และทักษะทางปัญญาของทรัพยากรมนุษย์ในสภรณ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างประสิทธิภาพ (Efficiency) ในการทำงานและสามารถขับเคลื่อนสภรณ์ให้เติบโตอย่างมั่นคง โดยการพัฒนานวัตกรรมสามารถพัฒนาในด้านการพัฒนาด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านภาพลักษณ์ภายใน และการพัฒนาด้านบทบาทที่แสดงออกต่อสังคม (วรชัย สิงห์ฤกษ์ และวิโรจน์ เจริญลักษณ์, 2562)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าวเพื่อเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ผู้วิจัยจึงทำการศึกษาศักยภาพและผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย โดยผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการจัดการความคิดสร้างสรรค์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งจะส่งผลดีและเกิดประโยชน์ในด้านต่างๆต่อบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อสหกรณ์ และยังใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับการวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยสาเหตุได้แก่ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยได้แก่แนวคิดการ และผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและสามารถสรุปตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

1. การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Creativity Management) หมายถึง องค์การได้พัฒนาบุคลากรในการให้มีความคิดใหม่ๆ ที่แตกต่างออกไปจากเดิมในการที่จะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ และสามารถทำประโยชน์ที่มีคุณค่าแก่งานได้ องค์การควรเปิดโอกาสให้บุคลากรให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้นๆ ในการที่พัฒนาองค์การให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ หากบุคลากรยังไม่มีหลักการคิดสร้างสรรค์องค์การควรส่งเสริมให้มีความคิดสร้างสรรค์นั้นได้ ซึ่งประกอบด้วย 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วม 2) การสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ และ 3) การจัดการความรู้ในองค์การ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

- 2.1 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะต้องมีความสามารถพิเศษในการแสดงออกทางความคิดในการที่จะสร้างสรรค์ประโยชน์แปลกใหม่และสามารถใช้วิธีการในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ โดยสอดคล้องกับ Stoll and Temperley (2012) กล่าวว่า ได้กำหนดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต้องมีความสามารถพิเศษในการที่จะคิดอย่างไร้ขอบเขตและเกิดประสิทธิภาพ ส่วนผลการวิจัยของ Mueller, Goncalo and Kamdar (2010) ที่กล่าวว่า ผู้นำที่มีความสามารถในการมีความคิดสร้างสรรค์สามารถโน้มน้าวหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติสร้างแรงบันดาลใจในเชิงบวกให้กับบุคลากรในองค์การได้ดีกว่าผู้ที่ขาดความสามารถในการคิดแบบเชิงสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับความคิดของ Puccio, Murdock and Mance (2007) กล่าวว่า การมีผู้นำที่มีความคิดสร้างสรรค์จะเป็นการเปิดโอกาสให้มีการเปลี่ยนแปลง สนับสนุนความคิดใหม่ๆของบุคลากรในองค์การ ซึ่งจะเห็นได้ว่าถ้าผู้นำองค์การมีความสามารถทางความคิดสร้างสรรค์ของตนเองแล้วก็จะทำให้สามารถโน้มน้าวหรือปรับเปลี่ยนทัศนคติให้บุคลากรภายในองค์การเกิดการเปลี่ยนแปลงได้ โดยสอดคล้องกับ Maxwell (2012) ได้กล่าวว่า ผู้นำที่มีความสามารถในการโน้มน้าวที่จะทำให้บุคคลในองค์การเกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ การสร้างทีมงานภายในองค์การให้เกิดความพร้อมที่จะตอบสนองต่อความคิดสร้างสรรค์ การตอบสนองต่อโอกาส และความท้าทาย การประสานงานกับบุคคลที่มีความคิดตรงกัน เพื่อที่จะเรียนรู้ร่วมกันในอันที่จะได้ผลลัพธ์ที่สร้างสรรค์ และมีประโยชน์ต่อองค์การ

- 2.2 วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง องค์การที่มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงานโดยองค์การมุ่งเน้นส่งเสริมให้คนในองค์การมีปฏิสัมพันธ์และสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกันก่อให้เกิดความคิด

สร้างสรรค์ในการทำงาน (Manson, 2007: 14) โดยองค์การ (Organization) เป็นหน่วยสังคมที่มีการประสานประกอบด้วยคนตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปทำหน้าที่อย่างสัมพันธ์ต่อเนื่องกันบนพื้นฐานที่มุ่งสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายร่วมกัน (Robbins, 2003) สามารถทำงานร่วมกันในลักษณะที่ส่งผลให้องค์การประสบความสำเร็จและมุ่งเน้นไปที่ความสำเร็จในการทำงานร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับวิจารณ์ พานิช, 2550 ซึ่งได้กล่าวว่า องค์การที่มีลักษณะของการให้ความสำคัญกับค่านิยมในการทำงาน โดยมุ่งส่งเสริมให้สมาชิกในองค์การมีปฏิสัมพันธ์และสนับสนุนช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ทำงานมีลักษณะที่ส่งผลให้สมาชิกภายในองค์การมีความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานก่อให้เกิดผลความสำเร็จในการทำงาน และมุ่งที่สร้างความพึงพอใจของบุคลากรเกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จ และความต้องการไม่ตรีสัมพันธ์

2.3 การจัดการทรัพยากรในองค์การ หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นทางด้านทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทางกายภาพด้านทางปัญญา และทางการเงิน โดยการจัดมอบหรือจัดแบ่งทรัพยากรให้กับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานหรือบุคลากรได้ใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานสู่เป้าหมายขององค์การ ซึ่งการจัดสรรทรัพยากรจะมีความสำคัญต่อระบบการบริหารงานขององค์การ (Barney, 1991; Froehle and Roth, 2007) การสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยต่างๆทางด้านการจัดการทรัพยากรในองค์การเช่น ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางการเงิน หรือทรัพยากรทางปัญญา ซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่จะส่งผลต่อการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (Eleni Giannopoulou, Lidia Grysckiewicz, Pierre-Jean Barlatier, 2014)นอกจากนี้การจัดการทรัพยากรในองค์การที่มีต่อการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์นั้นโดยมีข้อค้นพบ คือ การสนับสนุนทรัพยากรอย่างพอเพียง ซึ่งได้แก่ เงินทุน (Funds)เครื่องมือเครื่องใช้ (Materials)สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)และข้อมูลข่าวสาร (Information)จะช่วยให้ส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

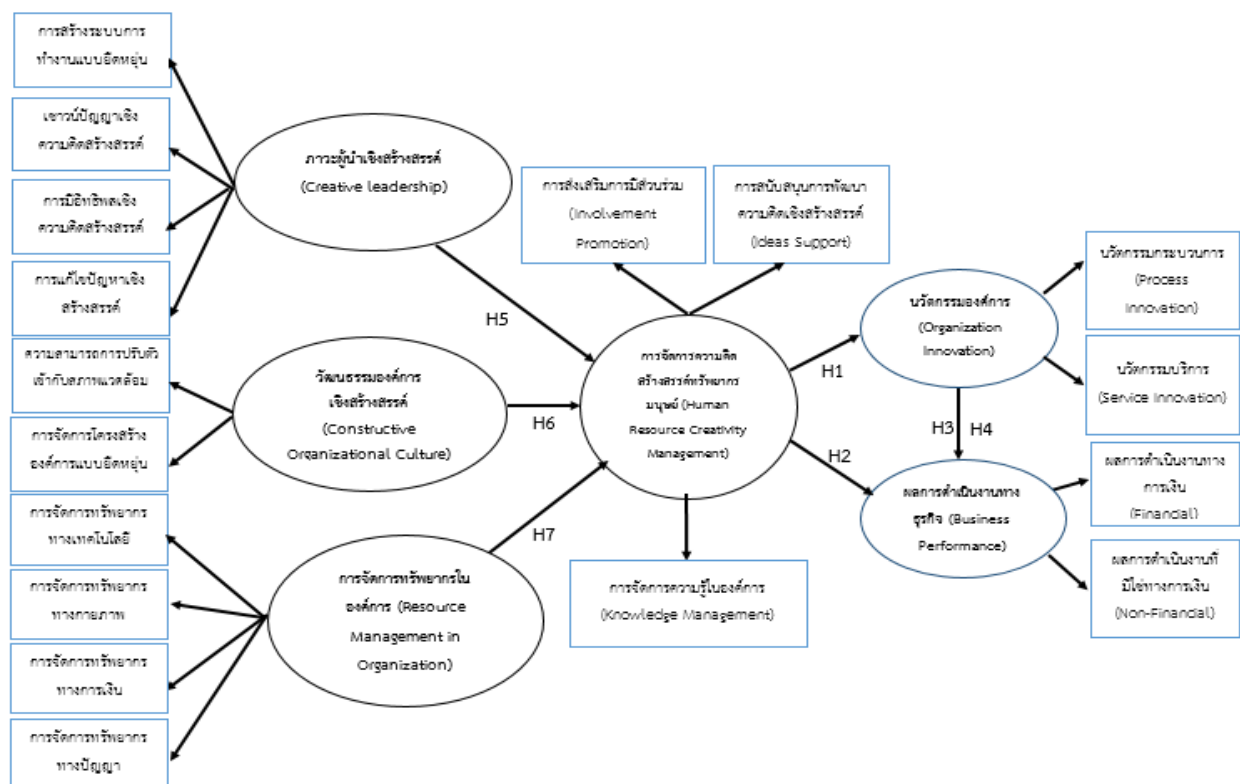
3. ผลของการจัดการความคิดเชิงสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

3.1 นวัตกรรมองค์กร หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถทางด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารองค์การเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางด้านการเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมหรือการนำเสนอรูปแบบธุรกิจแบบใหม่ๆโดยมุ่งเน้นที่การสร้างประโยชน์และสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นการมอบประโยชน์ทางด้านการประหยัดเวลาการเพิ่มความสะดวกสบายรวมทั้งการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆที่มีคุณภาพที่ดีขึ้น (Schumpeter, 2003; สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2549; ศศิประภา ชัยประสิทธิ์, 2553) มีการศึกษาพบว่าองค์การควรเห็นว่าจะต้องมีการพัฒนาความรู้ของบุคลากรในองค์การทำให้ทั้งองค์การกลายเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) และใช้ความรู้นั้นไปใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กรด้วยการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันทำให้องค์การก้าวสู่การเป็นองค์การแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันรวมถึงสามารถเพิ่มคุณค่าและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า(ยางยุทธ์ ทศยั้ง, 2557)

นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจรวมทั้งนวัตกรรมองค์กรยังทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านระหว่างการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยพบว่าจากการศึกษาของ Kangyin Lu, Jinxia Zhu, Haijun Bao (2015) พบว่า การสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพสูงส่งต่อผลการดำเนินงานขององค์การ นอกจากนี้นวัตกรรมยังมีบทบาทในการสื่อสารระหว่างกัน การฝึกอบรมการวิเคราะห์งาน และการมีส่วนร่วมของพนักงานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์การที่ก่อให้เกิดการพัฒนาวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งจะเห็นถึงผลกระทบของการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์การโดยนวัตกรรมองค์กรทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน (Mediator) ดังที่กล่าวไปแล้วนั้นว่าการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์จะก่อให้เกิดนวัตกรรมองค์กรต่อไป โดยการที่องค์กรมีนวัตกรรมนับได้ ว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจขององค์การ และการสร้างให้องค์การสร้างความ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากถ้าองค์กรไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตนเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้ว ย่อมเป็นการยากที่จะทำให้องค์การนั้นประสบความสำเร็จได้ในระยะยาวการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

3.2 ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทั้งที่แสดงเป็นตัวเงินซึ่งเป็นกำไรและรายได้จากการดำเนินธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น สำหรับผลลัพธ์ที่ไม่เป็นตัวเงินอาจเป็นสวัสดิการ การกินดีอยู่ดีมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เกิดภาพลักษณ์ที่ดีซึ่งจะส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของธุรกิจและมีความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น โดยสอดคล้องกับ Peng Yu-Shu and Shing-Shiuan Lin (2008) ที่กล่าวว่าผลการดำเนินงานซึ่งสอดคล้องกับความรับผิดชอบประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงินเช่นรายได้หรือผลกำไรส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นการรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ เป็นต้นส่วนผลลัพธ์ที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่นความมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของกิจการที่ส่งผลในเชิงบวกให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี และสอดคล้องกับ นกตล รมโพธิ์ (2554) ที่กล่าวว่า ทำให้ทราบถึงสถานะการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบัน และมีความสำคัญต่อความสามารถทางการแข่งขันและประกอบการตัดสินใจในอนาคต ซึ่งกิจการต่างๆกำหนดแนวทางวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานจากผลการดำเนินงานที่ต่างกันบางองค์กรเน้นการวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน แต่บางองค์กรมุ่งเน้นวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน จากการศึกษาพบว่า การสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจในมิติต่างๆโดยนวัตกรรมการทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านดังนี้การศึกษาของ Kangyin Lu, Jinxia Zhu, Haijun Bao (2015) พบว่า การสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพสูงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนั้นนวัตกรรมยังมีบทบาทในการสื่อสารระหว่างกัน การฝึกอบรมการวิเคราะห์งานและการมีส่วนร่วมของพนักงานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กร



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับผู้บริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยซึ่งใช้หน่วยการวิเคราะห์เป็นระดับองค์การโดยประชากรของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ สหกรณ์ออมทรัพย์ของไทย จำนวน 1,422 สหกรณ์ (ข้อมูลวันที่ 31 ธันวาคม 2560) (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2560) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางจดหมายและการเก็บด้วยตนเองโดยเก็บข้อมูลกับผู้บริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์โดยกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้มีจำนวน 484 สหกรณ์ซึ่งสอดคล้องตามเกณฑ์ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่างของ Nunnally (1978) ที่กล่าวถึงขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์สมการโครงสร้างโดยอัตราส่วนของขนาดตัวอย่างต่อตัวแปรสังเกตไม่ควรต่ำกว่า 10:1 ซึ่งการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตจำนวน 17 ตัวแปรจึงต้องมีขนาดตัวอย่างที่ไม่น้อยกว่า 170 สหกรณ์ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้จะเป็นไปตามข้อกำหนดดังกล่าว

วิธีการวิจัย

1. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาการวิจัยนี้แบ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเป็น 2 กลุ่มได้แก่ตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายในมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ตัวแปรแฝงภายนอกประกอบด้วย 3 ตัวแปรได้แก่ 1) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปรคือการสร้างระบบการทำงานเชิงยืดหยุ่นชาวปัญญาเชิงความคิดสร้างสรรค์การมีอิทธิพลเชิงความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ไขปัญหาเชิงสร้างสรรค์ 2) วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร คือ ความสามารถการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมและการจัดการโครงสร้างองค์การแบบยืดหยุ่น 3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 4 ตัวแปร คือ การจัดการทรัพยากรทางเทคโนโลยีการจัดการทรัพยากรทางกายภาพ การจัดการทรัพยากรทางการเงินและการจัดการทรัพยากรทางปัญญา

1.2 ตัวแปรแฝงภายในประกอบด้วย 3 ตัวแปรคือ 1) การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 3 ตัวแปรคือ 1) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมการสนับสนุนการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการความรู้ในองค์การ 2) นวัตกรรมองค์การประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปรคือนวัตกรรมกระบวนการ และ นวัตกรรมบริการ 3) ผลการดำเนินงานของธุรกิจประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปรคือผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่มีใช้ทางการเงิน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามโดยรวบรวมความคิดเห็นของผู้บริหารสหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามนั้นเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยใช้มาตราวัด 5 ระดับคือระดับความคิดเห็นมากที่สุดกำหนดให้เท่ากับระดับ 5 คะแนนจนถึงระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดกำหนดให้เท่ากับ 1 คะแนน

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยพิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (Rovinelli & Hambleton, 1976) ซึ่งค่าดังกล่าวอยู่ที่ 0.67–1.00 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) จากแบบสอบถามทดลองใช้ (try out) จำนวน 30 ชุด โดยทุกตัวแปรต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.70 จึงจะสามารถยอมรับได้ (Hair, Black, Babin, Anderson, & Tatham, 2006) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.75–0.95 การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยผลการวิเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามเพื่อยืนยันว่าแต่ละข้อคำถามเป็นตัวชี้วัดที่จัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกันพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.61–0.93 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.40 ถือเป็นค่าที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้วิธีการนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าความถี่ร้อยละ 2) องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อทดสอบยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝงและตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยพิจารณาจากค่าไคสแควร์ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ค่า CFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบค่า GFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนค่า AGFI คือค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้วและค่า RMSEA คือค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในระดับความคิดเห็นในประเด็นต่างๆพบว่า

1.จากระดับความคิดเห็นโดยรวมของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ของประเทศไทยพบว่าค่าเฉลี่ยรวมของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.96, S.D. = .749) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยสาเหตุของการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.83, S.D. = .814) และค่าเฉลี่ยรวมของผลของการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D. = .754) แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ของประเทศไทย

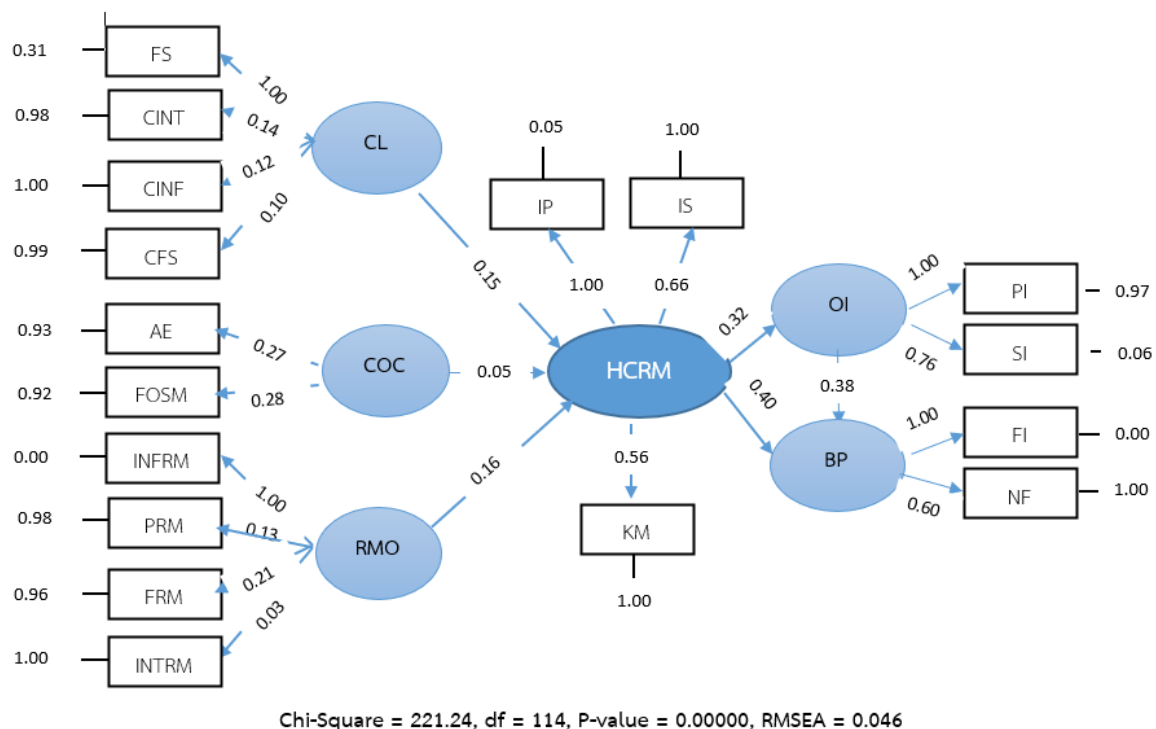
ประเด็น	ข้อมูลความคิดเห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเห็น
การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์	การส่งเสริมการมีส่วนร่วม	4.07	.713	มาก
	การสนับสนุนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์	4.02	.724	มาก
	การจัดการความรู้ในองค์กร	3.80	.810	มาก
	รวมเฉลี่ย	3.96	.749	มาก
ปัจจัยสาเหตุของการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	3.68	.839	มาก
	วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์	3.80	.810	มาก
	การจัดการทรัพยากรในองค์การ	4.02	.795	มาก
	รวมเฉลี่ย	3.83	.814	มาก
ผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์	นวัตกรรมองค์การ	3.74	.742	มาก
	ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ	4.08	.767	มาก
	รวมเฉลี่ย	3.91	.754	มาก

2. ผลการทดสอบตามสมมติฐานการวิจัย

ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐานการวิจัยพบว่าตัวแปรสังเกตที่ศึกษามีค่าความเบี่ยงระหว่าง -0.626 ถึง 0.329 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และมีค่าความโด่งระหว่าง -0.624 ถึง 0.564 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กลายวานิชย์บัญชา, 2557) ดังนั้นจึงมีความเหมาะสมที่จะนำไป

วิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลที่ได้พัฒนาขึ้นมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตเป็นความสัมพันธ์เชิงบวกมีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.386 – 0.796 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.90 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Pallant, 2010; Rubin, 2012) รวมทั้งการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปรพบว่าค่า KMO ที่ได้ออกมาคือ 0.968 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบได้มากและค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (Bartlett's Test = 2441.37, df = 91, Sig = 0.00) ดังนั้นตัวแปรเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุจึงมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลการวิจัยที่พัฒนาขึ้น (Hair et al., 2006)

ผลการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องของโมเดลสาเหตุและผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยพบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 221.24 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 (p-value เท่ากับ 0.00) ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.94 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพันธ์ (CFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.95 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.046 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่ารายละเอียดแสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์โมเดลตามสมมติฐาน

จากผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัยดังกล่าวสามารถสรุปผลได้ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าอิทธิพลของตัวแปรตามสมมติฐานการวิจัย

ตัวแปรเชิงสาเหตุ (Antecedents)	ตัวแปรผล (Consequences)								
	การจัดการความคิด สร้างสรรค์ทรัพยากร มนุษย์(HRCM)			นวัตกรรมองค์การ (OI)			ผลการดำเนินงานทาง ธุรกิจ (BP)		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CL)	0.15*		0.15*						
วัฒนธรรมองค์การเชิง สร้างสรรค์ (COC)	0.05		0.05						
การจัดการทรัพยากรมนุษย์ใน องค์การ (RMO)	0.16*		0.16*						
การจัดการความคิดสร้างสรรค์ ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM)				0.32*		0.32*	0.38*	0.02	0.40*
นวัตกรรมองค์การ (OI)							0.06		0.06

หมายเหตุ: * $p < 0.05$; DE คืออิทธิพลทางตรง; IE คืออิทธิพลทางอ้อม; TE คืออิทธิพลรวม

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรที่เป็นองค์ประกอบของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยมีค่าอิทธิพลทางตรงอิทธิพลทางอ้อมและอิทธิพลรวมโดยแบ่งตามสมมติฐานการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

สมมติฐานที่ 1:การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ พบว่า การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ (OI) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.32 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.32 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1

สมมติฐานที่ 2:การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ พบว่า การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (BP) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.38 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.38 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2

สมมติฐานที่ 3:การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยมีนวัตกรรมองค์การทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านพบว่า การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (BP) ผ่านนวัตกรรมองค์การ (OI) โดยมีค่าอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.02 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.02 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ซึ่งหมายถึงการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ ไม่ส่งผลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจโดยมีนวัตกรรมองค์การทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่าน

สมมติฐานที่ 4: นวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจพบว่า นวัตกรรมองค์การ (OI) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (BP) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 4 ซึ่งหมายถึงนวัตกรรมองค์การไม่ส่งผลโดยตรงต่อการดำเนินงานทางธุรกิจ

สมมติฐานที่ 5: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CL) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.15 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.15 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 5

สมมติฐานที่ 6: วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์พบว่าวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ (COC) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยที่ 6 ซึ่งหมายถึงวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ไม่ส่งผลโดยตรงต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

สมมติฐานที่ 7: การจัดการทรัพยากรในองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์พบว่าการจัดการทรัพยากรในองค์การ (RMO) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (HRCM) โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.16 และค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.16 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 7

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยทำการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยสาเหตุคือภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการทรัพยากรในองค์การ ที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทย โดยมีการอภิปรายผลดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

สำหรับสหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือ ผู้นำที่มีประสิทธิภาพต้องมีความคิดสร้างสรรค์จะต้องมีความสามารถพิเศษในการแสดงออกทางความคิดในการที่จะสร้างสรรค์ประโยชน์แปลกใหม่และสามารถใช้วิธีการในการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ได้ หรือสามารถหาวิธีการใหม่ๆ ไปประยุกต์ใช้และสามารถสร้างผลลัพธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นั้นอาจมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ โดยต้องมีแรงจูงใจที่มุ่งเน้นสามารถวิเคราะห์สถานการณ์เพื่อกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา Sternberg (2008) ตลอดจนการให้โอกาสกับผู้อื่นให้มีความคิดสร้างสรรค์ได้ Stoll and Temperley (2009) โดยสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า การสร้างระบบการทำงานแบบยืดหยุ่นเป็นระบบการปฏิบัติงานที่ยืดหยุ่นเพื่อให้บุคลากรมีโอกาสแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานสามารถปรับตัวและเอื้อประโยชน์ต่อความคิดเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลมากขึ้น

2. วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์นั้น กล่าวคือ เป็นระบบหรือแบบแผนพฤติกรรมการทำงานของกลุ่มบุคคลในองค์การอันเป็นผลเนื่องมาจากความคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่เป็นจุดเน้นโดยควบคุมพฤติกรรมของสมาชิกในองค์การ โดยวัฒนธรรมองค์การในลักษณะที่สร้างสรรค์จะช่วยหล่อหลอมให้บุคคลในองค์การมีความภาคภูมิใจกล้าคิด กล้าทำ และมีความรักความผูกพันในองค์การ เกิดจิตสำนึกแห่งการร่วมคิดร่วมทำเพื่อความก้าวหน้าของตนเองของกลุ่มและองค์การ (ณัฐริตา ชูเจริญพิพัฒน์, 2555) ดังนั้นความสำเร็จและความก้าวหน้าในงานตามวัตถุประสงค์ขององค์การหนึ่งๆ จึงต้องมีส่วนเกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบจากการพัฒนาและรูปแบบวัฒนธรรมขององค์การนั้นๆ ด้วย โดยสอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า

ความสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมนั้น สหกรณ์จะต้องมีกลไกในการปรับแผนการดำเนินงานที่ยืดหยุ่นต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อที่จะเตรียมความพร้อมและปรับตัวการทำงานให้เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเชื่อมโยงกับการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

ส่วนวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ที่ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากสหกรณ์ยังคงยึดติดกับวัฒนธรรมการทำงานในรูปแบบเดิมๆ ลักษณะการทำงานของสหกรณ์คล้ายกับระบบราชการมีการเข้า-ออกตามเวลาบางครั้งบุคลากรไม่ได้ทุ่มเทกับการทำงานอย่างจริงจัง ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานที่ต่ำ และไม่เกิดการพัฒนานเอง เพราะสหกรณ์ไม่ได้มีการจัดการความรู้เท่าที่ควร

3. การจัดการทรัพยากรในองค์การที่มีต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

สหกรณ์ออมทรัพย์ที่มีการจัดการทรัพยากรในองค์การ กล่าวคือ การจัดการโครงสร้างที่เป็นทางการขององค์การ การควบคุม ประสานงาน ระบบวัฒนธรรมองค์การ ตลอดจนความสัมพันธ์ทั้งที่ไม่เป็นทางการทั้งภายในองค์การและระหว่างองค์การกับสภาพแวดล้อมขององค์การ โดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านกายภาพและการเงินโดยการจัดมอบหรือจัดแบ่งทรัพยากรให้กับหน่วยงานต่างๆ เพื่อให้หน่วยงานหรือบุคลากรได้ใช้ทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อการดำเนินงานสู่เป้าหมายขององค์การ ซึ่งการจัดการทรัพยากรจะมีความสำคัญต่อระบบการบริหารงานขององค์การ (Barney, 1991; Froehle and Roth, 2007) ซึ่งประกอบด้วย การจัดการทรัพยากรทางเทคโนโลยี การจัดการทรัพยากรทางกายภาพ การจัดการทรัพยากรทางการเงิน และการจัดการทรัพยากรทางปัญญา โดยการจัดการทรัพยากรทางเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญที่จะส่งผลทำให้เกิดการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ โดยมีการศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยปัจจัยทางด้านการจัดการทรัพยากรในองค์การ เช่น ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางการเงิน หรือทรัพยากรทางปัญญา ซึ่งถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่จะส่งผลต่อการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ (Eleni Giannopoulou, Lidia Gryszkiewicz, Pierre-Jean Barlatier, 2014) โดยองค์การที่มีความพร้อมของทรัพยากรดังกล่าวก็จะสนับสนุนให้เกิดการสร้างสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในองค์การได้

สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 นั้นเพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อองค์การคือ นวัตกรรมองค์การและผลการดำเนินงานของสหกรณ์ออมทรัพย์ในประเทศไทยมีการอภิปรายผลดังนี้

4. การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ

การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ กล่าวคือสหกรณ์ได้ให้การสนับสนุนบุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะพัฒนาเป็นนวัตกรรมในสหกรณ์ ซึ่งการจัดการความคิดสร้างสรรค์เป็นการเน้นรูปแบบพฤติกรรมในการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยใช้กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับความสามารถทางด้านการบริหารจัดการของผู้บริหารสหกรณ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางหรือรูปแบบธุรกิจแบบใหม่ โดยมุ่งเน้นที่การสร้างประโยชน์และสามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจให้กับสมาชิกซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของHolder and Matter (2008) ซึ่งได้เสนอว่านวัตกรรมองค์การควรมีการมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของนวัตกรรมองค์การที่จะกำหนดทิศทางในอนาคตที่มีพื้นฐานจากความเป็นจริงในปัจจุบัน นวัตกรรมองค์การมุ่งไปสู่ตลาดโลกและการมองหาโอกาสใหม่ๆ ที่ไม่มีคู่แข่ง เป้าหมายทางการเงินระยะยาว ผู้บริหารระดับสูงจะต้องสื่อสารและมีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เพื่อแสดงให้เห็นความมุ่งมั่นและการสนับสนุนนวัตกรรม เช่น การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรทางปัญญาและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมสหกรณ์จะต้องมุ่งไปสู่เป้าหมายในการทำงานสนับสนุนให้เกิดความคิดใหม่ๆ ทำให้รู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการทำงาน ซึ่งจะเป็นปัจจัยหลักในการสร้างแรงจูงใจบุคลากรในสหกรณ์ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ได้

5. การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจกล่าวคือ สหกรณ์ออมทรัพย์มีการพัฒนาบุคลากรโดยสร้างความเชี่ยวชาญทางการเงิน โดยเน้นการสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งในรูปโครงสร้างของสหกรณ์ การปฏิบัติงานที่เน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงานของสหกรณ์ ซึ่งจะเป็นการสร้างจุดแข็งที่สามารถแข่งขันในภาคธุรกิจการเงินได้ในระยะยาวไม่ว่าจะเป็นสถาบันทางการเงินของภาครัฐและภาคเอกชน แต่สิ่งสำคัญที่สหกรณ์ต้องมุ่งเน้นกระบวนการให้บุคลากร สหกรณ์ได้พัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถและคุณลักษณะอื่นๆ เพื่อผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนการปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องให้มีความทันสมัย ที่จะส่งผลต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ในระดับที่สูงขึ้นโดยสอดคล้องกับแนวคิดของ Kangyin Lu, Jinxia Zhu, Haijun Bao (2015) พบว่าการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพสูงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้วัฒนธรรมยังมีบทบาทในการสื่อสารระหว่างกัน การฝึกอบรมการวิเคราะห์งานและการมีส่วนร่วมของพนักงานมีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่ผลกระทบจากการแบ่งปันผลกำไร การพัฒนาพนักงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรไม่มีผลกระทบ และสอดคล้องกับ Peng Yu-Shu and Shing-Shiuan Lin (2008) ที่กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีส่งผลต่อการดำเนินงานที่ประกอบด้วยผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงิน เช่น รายได้หรือผลกำไร ส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น การรักษาลูกค้าเก่าและเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ ส่วนผลลัพธ์ที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น ความมีชื่อเสียงหรือความน่าเชื่อถือของกิจการที่ส่งผลในเชิงบวกให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี

ด้วยเหตุนี้การจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นประเด็นสำคัญของสหกรณ์เนื่องจากการจัดการความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นประเด็นสำคัญที่มุ่งให้ความสำคัญต่อทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการสร้างความสำเร็จกับสหกรณ์

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการดำเนินงานวิจัยโดยประเด็นออกเป็น 3 ด้านคือ 1) ด้านข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 2) ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ และ 3) ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคตโดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ได้แก่ กรมส่งเสริมสหกรณ์ กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมนโยบายให้มีกระบวนการและแนวทางการจัดการความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนให้สหกรณ์ออมทรัพย์และบุคลากรที่มีศักยภาพตั้งแต่ต้นน้ำคือการกำหนดนโยบายการพัฒนาการคิดเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในการจัดการความคิดสร้างสรรค์ ตั้งแต่ต้นน้ำคือการพัฒนาและการวิจัยกระบวนการเพื่อบ่มเพาะความรู้ (Incubate) ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ของสหกรณ์และนำผลการวิจัยมาดำเนินการส่วนกลางน้ำคือการสนับสนุนงบประมาณอย่างเป็นระบบและทั่วถึงและปลายน้ำคือการประเมินและติดตามผลเพื่อสร้าง Young Smart Human Resource Creativity โดยมีการทดสอบและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพสร้างสรรค์ผลงานที่เป็นนวัตกรรม และการให้รางวัลแก่บุคลากรเพื่อเชิดชูเกียรติและเป็นขวัญกำลังใจในการมุ่งพัฒนาสหกรณ์ออมทรัพย์ต่อไป

1.2 การกำหนดนโยบายความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นนโยบายความร่วมมือในการบ่มเพาะความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่รวมทั้งมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคการถ่ายทอดความรู้ การจัดการความรู้เชิงสร้างสรรค์ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ที่ตั้งอยู่ในสหกรณ์ขนาดใหญ่จนถึงสหกรณ์ขนาดเล็กให้สามารถสร้างความร่วมมือและแลกเปลี่ยนการเรียนรู้กันระหว่างสหกรณ์ออมทรัพย์ด้วยกันหรือต่างสหกรณ์ให้มีการแบ่งปันข้อมูลการจัดการความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะได้เป็นแนวทางในการพัฒนาความรู้ต่อไป

1.3 กำหนดการวางแผนและการกำหนดความรับผิดชอบในระดับรัฐบาลและสหกรณ์อย่างเป็นระบบโดยจัดให้มีส่วนงานที่รับผิดชอบเรื่องการฝึกอบรมและการจัดการความรู้ร่วมกับหลักสูตรอื่นและการวางระบบการติดตามและประเมินผลเพื่อ

ทำให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่องในระยะยาวซึ่งผลการวิจัยในเชิงปริมาณได้พบว่าการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การซึ่งบุคลากรในสหกรณ์รุ่นใหม่จะเป็นตัวหลักสำคัญในการผลักดันการจัดการความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดผลลัพธ์สู่ความยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

โดยสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถนำโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการเกี่ยวกับการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรในสหกรณ์เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อบุคลากรและสหกรณ์โดยมุ่งหวังที่จะสร้างแรงกระตุ้นเพื่อให้บุคลากรนั้นได้สร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ก่อให้เกิดนวัตกรรมในลักษณะที่จะเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินงานของสหกรณ์ ดังนี้

2.1 ผู้บริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์ได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์ของประเทศไทยตลอดจนเข้าใจแนวทางในการสร้างสรรค์นวัตกรรมในทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ออมทรัพย์

2.2 ผู้บริหารระดับสูงของสหกรณ์ออมทรัพย์รวมถึงสหกรณ์ประเภทอื่นๆ หรือแม้แต่องค์กรธุรกิจอื่น สามารถนำโมเดลการสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์เพื่อนำผลการดำเนินงานทางธุรกิจที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายและแผนการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ของสหกรณ์ให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืนต่อไปได้

2.3 ผู้บริหารระดับสูงของสหกรณ์ออมทรัพย์สามารถนำข้อมูลไปใช้ในการพัฒนาส่งเสริมพฤติกรรมของบุคลากรให้สอดคล้องกับการสร้างสรรค์และพัฒนานวัตกรรมอาชีพการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ที่จะช่วยให้บุคลากรเกิดความรู้ความเข้าใจและพัฒนาความคิดใหม่ๆ รวมถึงความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรที่ควรสนับสนุนผ่านการเรียนรู้และการจัดการความรู้เป็นต้น

2.4 ผู้บริหารของสหกรณ์สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยด้านการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ประกอบด้วย การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การสนับสนุนการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ และการจัดการความรู้ในองค์กร รวมถึงนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างรูปแบบและวิธีการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์โดยส่งเสริมให้บุคลากรมีการพัฒนาทักษะในการทำงานเพื่อที่จะยกระดับความรู้ของบุคลากร โดยสหกรณ์จะต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มุ่งเน้นการทำงานที่เป็นในรูปแบบเป็นขั้นเป็นตอน และการพัฒนาคนเก่งคนดี นั้นโดยมีความเชื่อว่าคุณค่าของคนจะเป็นทรัพยากรอันมีค่าดังนั้นผู้บริหารของสหกรณ์จะต้องช่วยกันพัฒนาบุคลากรเร่งยกระดับความสามารถให้บุคลากรในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการพัฒนาการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเสริมสร้างความสามารถและการพัฒนาตนเอง การทำให้วัฒนธรรมในสหกรณ์เกิดเป็นวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ มีการปลูกฝังและถ่ายทอดความรู้ให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ให้มีการพัฒนาความคิดอย่างต่อเนื่อง โดยมีแนวคิดว่าการจัดการความคิดเชิงสร้างสรรค์ร่วมกันเพื่อมุ่งพัฒนาสู่สหกรณ์ 4.0 ต่อไป

2.5 ปัจจัยเชิงสาเหตุของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ประกอบด้วย ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ วัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ การจัดการทรัพยากรในองค์กร และนำไปสู่ปัจจัยเชิงผลลัพธ์ คือนวัตกรรมองค์การ และผลการดำเนินงานทางธุรกิจเพื่อความยั่งยืนของสหกรณ์ซึ่งสหกรณ์ออมทรัพย์เป็นสถาบันการเงินแห่งหนึ่งจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันความผันผวนเป็นไปอย่างรวดเร็วทั้งในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆที่เข้ามาทดแทนรวมถึงปัจจัยอื่นๆที่เข้ามากระทบดังนั้นผู้บริหารของสหกรณ์ออมทรัพย์ควรตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์ออมทรัพย์ และควรจะมีรูปแบบในการจัดการบุคลากรให้มีความยืดหยุ่นเพื่อที่จะปรับตามสภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีความเปลี่ยนแปลง เพื่อที่จะทำให้บุคลากรเป็นทรัพยากรอันมีค่าของสหกรณ์อย่างแท้จริง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในอนาคต

3.1 การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในหน่วยการวิเคราะห์ที่เป็นระดับองค์การในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการศึกษาในระดับบุคคลเพื่อให้เห็นถึงผลวิจัยจากมุมมองของบุคลากรที่มีต่อการตั้งนี้ผลลัพธ์จากสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมด้านจิตวิทยา เช่นการสร้างแรงบันดาลใจการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นต้น

3.2 ศึกษาตัวแปรอื่นที่คาดว่าจะมีอิทธิพลต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ เช่นการศึกษาแบบพุทธรูปเปรียบเทียบระดับบุคคลระดับกลุ่มระดับองค์การทดสอบว่าปัจจัยใดจะมีอิทธิพลต่อการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์นอกจากนี้ควรวิจัยเพิ่มเติมผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

3.3 การนำผลการวิจัยไปปรับใช้กับสหกรณ์ประเภทอื่นนั้นจะต้องมีการพิจารณาปัจจัยอื่นร่วมด้วยเพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ กล่าวคือควรเป็นสหกรณ์ที่สามารถพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้น เป็นต้น

3.4 ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างสหกรณ์ที่มีความแตกต่างกันเช่นสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยน หรือสหกรณ์การเกษตร เพื่อทำการศึกษเปรียบเทียบการจัดการความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละสหกรณ์ที่ต่างกันั้นมีความแตกต่างกันอย่างไร

3.5 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำกรอบแนวคิดจากการวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษากลุ่มตัวแปรควบคุมที่มีการแบ่งแยกที่ชัดเจนเช่นทุนการดำเนินงานของสหกรณ์ที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือขนาดองค์การที่มีจำนวนบุคลากรใกล้เคียงกันเพื่อทำการทดสอบว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่อย่างไรในด้านผลการดำเนินงานที่เกิดจากการจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์

3.6 การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบตัดขวางมีข้อจำกัดในด้านของเวลาอาจมีปัจจัยส่งผลกระทบต่อจัดการความคิดสร้างสรรค์ทรัพยากรมนุษย์ดังนั้นการวิจัยในอนาคตควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่ครอบคลุม ได้แก่การวิจัยในอนาคตเพื่อทำการศึกษาแบบระยะยาว (Longitudinal Study) เนื่องจากการจัดการความคิดสร้างสรรค์นั้นสำหรับบางสหกรณ์อาจใช้กระบวนการดำเนินงานที่ต้องใช้ระยะเวลาเพื่อก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ชัดเจนกับสหกรณ์ดังนั้นการศึกษาแบบระยะยาวอาจทำให้เห็นผลการวิจัยที่ชัดเจนครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กรองทิพย์ นาควิชิตร์. (2552). *ภาวะผู้นำสร้างสรรค์เพื่อการศึกษา*. สมุทรปราการ: อีรสาสน์พัลลิวเซอร์.
- ณัฐธิดา ชูเจริญพิพัฒน์. (2555). *วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคารไทยพาณิชย์เขตนครสวรรค์*. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปทุมธานี.
- นภดล รมโพธิ์. (2554). *การวัดผลการปฏิบัติงานองค์กร*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พยัต วุฒิรงค์. (2555). *การจัดการนวัตกรรมจากแนวคิดสู่การปฏิบัติที่เป็นเลิศ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ยงยุทธ ทศยั้ง. (2557). *ปัจจัยและหลักการพื้นฐานขององค์กรแห่งนวัตกรรม*. สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2561, จาก <http://www.gotoknow.org/posts/176802>.
- วรชัย สิงห์ฤกษ์ และวิโรจน์ เกษภูมิลักษณ์. (2562). นวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการความรู้เพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในสหกรณ์. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 9(1), 1-9.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). *รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์: The Creative Economy*. กรุงเทพฯ: บริษัทพี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด.
- สุพพัชรา ชัมเจริญ. (2556). *โครงสร้างองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารในสถานศึกษาระดับมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน* (ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม. กรุงเทพฯ.

- Barney, J.B. (1991), Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Froehle, C.M. and Roth, A.V. (2007). A Resource-Process Framework of New Service Development, *Production and Operations Management*, 16(2), 169-188.
- Higgins, M. James. (2006). *101 Creative Problem Solving Technique: The Handbook of New Ideas for Business*. New Management Publishing Company Ins.
- Hill, R. and Johnson, L.W. (2003), When creativity is a must. *Creativity and Innovation Management*, 12(4), 221-229.
- Ho, L. H., & Chang, P. Y. (2015). Innovation Capabilities, Service Capabilities and Corporate Performance in Logistics Services. *International Journal of Organizational Innovation*, 7(3), 24-33.
- KangyinLu, Jinxia Zhu, HaiJun Bao (2015). High-performance human resource management and firm performance: The mediating role of innovation in China. *Ind. Manag. Data Syst*, 115(2), 353-382.
- Kanungo, R.N. (1999). *Entrepreneurship and Innovation: Models for Development*. London: Sage Publications.
- Laundy, P. (2006). *An Innovation Discipline Model*. Retrieved Feb 2, 2018, from <http://www.bpm institute.org/articles/article/article/an-innovation-discipline-model.html>.
- Li, Y., Zhou, N., & Si, Y. (2010). Exploratory Innovation, Exploitative Innovation, and Performance. *Nankai Business Review International*, 1(3), 297-316.
- Lyons, C., & Joyce. (2007). Innovation in service: Corporate culture and investment banking. *Californian Management Review*, 50, 174-191.
- McKeown, M. (2008). *The Truth about Innovation*. London: Prentice Hall.
- Mueller, J.S., Goncalo, J. A. & Kamdar, D. (2010). *Recognizing Creative Leadership: Can Creative Idea Expression Negatively Relate to Perception of Leadership Potential?*. Cornell University, School of Industrial and Labor Relation.
- Narasimhan, O., Surendra, R., & Dutta, S. (2006). Absorptive Capacity in High-Technology Markets: The Competitive Advantage of the Haves. *Marketing Science*, 25(5), 510-549.
- Peng Yu-Shu, and Shing-Shiuan Lin. (2008). Local Responsiveness Pressure, Subsidiary Resources, Green Management Adoption and Subsidiary's Performance: Evidence from Taiwanese manufactures. *Journal of Business Ethics* 79, 199-212.
- Schumacker, E. R. and G. R. Lomax. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling* (3rd ed.) New York: Routledge.
- Sternberg. R. J. (2008) Teaching Critical Thinking, Part 1 Are We Marking Critical Mistake. *Phi Delta Kappan*. 67(3), 194-197.
- Stoll, L., & Julie, T. (2009). Creative Leadership: A Challenge of Our Times. *School Leadership and Management*, 29(1), 65-78.
- Tung, J. (2012). A Study of Product Innovation on Firm Performance. *International Journal of Organizational Innovation*, 4(3), 84-97.

- Woodman, R.W. (2008). *Creativity and Organizational Change: Linking Idea and Extending Theory*. New York: Taylor & Francis Group.
- Zahra, S. A., & George, G. (2002). Absorptive Capacity: A Review, Reconceptualization, and Extension. *The Academy of Management Review*, 27(2), 185-203.
- Zhu, Z., & Huang, F. (2012). The Effect of R&D Investment on Firms' Financial Performance: Evidence from the Chinese Listed IT Firms. *Modern Economy*, 3(8), 915-919.