

รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล Model of Effective Public Service Innovative Development of Bangkok Metropolitan Authority in the Digital Age

วีรภัทร์ พันธุ์หาญ^{1*}
Verapat Phanhan^{1*}

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของ กรุงเทพมหานคร และเสนอแนะรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการบริหารสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุค ดิจิทัล การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร จำนวน 600 คนสุ่มตัวอย่าง แบบง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอ้างอิง และพิสูจน์สมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ SEM ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ปัจจัยด้านความสามารถเชิงนวัตกรรม และปัจจัยด้านการมีนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนานวัตกรรม, ยุคดิจิทัล, การบริการสาธารณะ, กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objective of this research was to study factors affecting the development of public service innovation in Bangkok. and suggest a model for developing innovations in public administration in Bangkok that are efficient in the digital age. This research is quantitative research, collecting data from 600 people using public service in Bangkok using a simple random sampling method. Data were analyzed using descriptive and reference statistics. and prove the hypothesis with SEM multiple regression analysis.

The results of this research found that: Factors affecting the development of innovative public services in Bangkok include Organizational Innovation (OI), Innovative Capabilities (IC) and Service Innovation (SI) affect the effective innovation development of public services in Bangkok in the digital age.

Keywords: Innovation development model, Digital age, Public services, Bangkok

บทนำ

กรุงเทพมหานครมีอำนาจและหน้าที่ตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 มาตรา 89 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2562) ในการรักษาความสงบ รียบร้อยของประชาชน ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย รักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ของบ้านเมือง ทำผังเมือง บำรุงรักษาทางบกหรือทางน้ำ และทางระบายน้ำ จัดการจราจรและการวิศวกรรม จราจร จัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ การพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น การสาธารณสุข โภค การสาธารณสุข การ

¹ คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

¹ Faculty of Business and Public Administration, Western University

* Corresponding Author E-mail: verapat.western@gmail.com

อนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล ซึ่งการที่กรุงเทพมหานครจะให้การบริการสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็วสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน กรุงเทพมหานครต้องมีนวัตกรรมบริการสาธารณะ Schneider (1990) ได้ให้ความหมายว่า นวัตกรรมในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึงงานที่เกิดขึ้นใหม่จากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา และประสบการณ์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ สังคม ประเทศชาติ และนวัตกรรมบริการ ที่สร้างขึ้นเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและสร้างคุณค่า หรือประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งอาจมีลักษณะเป็นนโยบายใหม่ บริการใหม่ กระบวนการใหม่ เพื่อให้บริการประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้มาใช้บริการเพื่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของการบริการ จากการทบทวนวรรณกรรมในด้านประเพณีวัฒนธรรมและลักษณะของนวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยในปัจจุบัน แสดงในตารางที่ 1

ประเพณีวัฒนธรรม	ชื่อหน่วยงาน	ลักษณะนวัตกรรมบริการ
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product innovation)	เทศบาลเมือง แสนสุข จังหวัดชลบุรี	โครงการจัดบริการสุขภาพผู้สูงอายุด้วย Smart technology เพื่อจัดให้มีระบบบริการสุขภาพด้วยเทคโนโลยีแก่ผู้สูงอายุ เมื่อเกิดเจ็บป่วย ถูกฉีกฉีกตัว ต้องการความช่วยเหลือให้สามารถเข้าถึงบริการสาธารณะได้อย่างรวดเร็วทั่วถึง ลดภาวะทุพพลภาพและการเสียชีวิตและเพื่อจัดให้มีระบบบริการสุขภาพเบื้องต้นด้วยเทคโนโลยีเพื่อบริการแก่ผู้สูงอายุในชุมชน
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product innovation)	เทศบาลนคร จังหวัดนครศรี ธรรมราช	ระบบรับและบริหารจัดการ เรื่องร้องทุกข์ออนไลน์ เป็นการนำระบบ Application Line OA “@Nakhoncity” มาใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถแจ้งข้อร้องเรียนต่าง ๆ เข้ามาที่หน่วยงานได้สะดวก รวดเร็วและตลอด 24 ชั่วโมง โดยสามารถติดตามเรื่องร้องเรียน และสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้จากเจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ วันที่ 20 กันยายน 2565 มีจำนวนสมาชิกในระบบประมาณ 37,955 คน (37%) แก้ไขปัญหาไปแล้ว 5,543 เรื่อง (96.34%)
นวัตกรรมด้านกระบวนการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process innovation)	เทศบาลตำบล บ้านกลาง จังหวัดลำพูน	การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว หรือ One Stop Service เป็นช่องทางให้ประชาชนเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงการบริการในด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายได้ผ่านช่องทางเดียวได้สะดวก ทุกที่ ทุกเวลา และลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการไปติดต่อหน่วยงานภาครัฐ เพื่อขอรับบริการบริการต่าง ๆ
นวัตกรรมด้านการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Position innovation)	เทศบาลนคร จังหวัดยะลา	โครงการตลาดยะลา (Yala Market) เป็นแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ที่ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินในพื้นที่ โดยการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่แล้วให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นตลาดออนไลน์เพื่อรองรับผู้ประกอบการค้าขาย อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม ร้านขายของชำ ฯลฯ และเป็นศูนย์กลางที่รวบรวมการให้บริการโดยผู้มีทักษะอาชีพต่าง ๆ เช่น ช่างไฟฟ้า ช่าง

		ประปา ช่างแอร์ เป็นต้น โดยการให้บริการเหล่านี้จะผ่านระบบแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ให้บริการและผู้จ้างงาน (ผู้ใช้บริการ) ให้เข้าถึงการบริการมากขึ้น
นวัตกรรมด้านการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ (Position innovation)	เทศบาลนคร จังหวัดยะลา	โครงการตลาดยะลา (Yala Market) เป็นแพลตฟอร์มตลาดออนไลน์ที่ใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เกิดการหมุนเวียนของเม็ดเงินในพื้นที่ โดยการบริหารทรัพยากรที่มีอยู่แล้วให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เป็นตลาดออนไลน์เพื่อรองรับผู้ประกอบการค้าขาย อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม ร้านขายของชำ ฯลฯ และเป็นศูนย์กลางที่รวบรวมการให้บริการโดยผู้มีทักษะอาชีพต่างๆ เช่น ช่างไฟฟ้า ช่างประปา ช่างแอร์ เป็นต้น โดยการให้บริการเหล่านี้จะผ่านระบบแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นช่องทางที่ช่วยอำนวยความสะดวกระหว่างผู้ให้บริการและผู้จ้างงาน (ผู้ใช้บริการ) ให้เข้าถึงการบริการมากขึ้น
นวัตกรรมด้านกระบวนทัศน์ (Paradigm innovation)	เทศบาลนคร จังหวัด นครสวรรค์	ระบบโครงข่ายนครสวรรค์เมืองอัจฉริยะ (Super Node) เป็นการพัฒนาต่อยอดและใช้ประโยชน์จากเส้นทางสายส่งสัญญาณของระบบกล้องวงจรปิด (CCTV) ของเทศบาลนครนครสวรรค์ ที่มีแนวคิดตั้งตามเส้นทางถนนสายหลักของเมืองและในชุมชน โดยดำเนินการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาระบบ อาทิ ระบบ Network Node ที่เป็นการเชื่อมโยงเครือข่ายทั้งหมดรวมให้เป็นโครงข่ายเดียวกัน และสามารถขยายการให้บริการทุกเครือข่ายได้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมดของเทศบาล ทั้งในส่วนของการร่วมกับเจ้าหน้าที่ทหาร ตำรวจ กอ.รมน. ติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดเพิ่มเติมในพื้นที่ต่างเพื่อเฝ้าระวังปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด ปัญหาความมั่นคงและการเพิ่มจุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายสาธารณะ Free Wifi ให้แก่ประชาชนในชุมชน เป็นต้น

ตารางที่ 1 ประเภทนวัตกรรมและลักษณะนวัตกรรมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ผู้วิจัยพบว่าในการทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะนั้น พบว่างานวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครนั้นมีอยู่จำนวนน้อยซึ่งกรุงเทพมหานครเป็นหน่วยงานการปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีนวัตกรรมการให้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครโดยผู้วิจัยจะศึกษาในปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ปัจจัยได้แก่ปัจจัยด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมปัจจัยด้านความสามารถเชิงนวัตกรรมและปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการตามที่ได้ทบทวนวรรณกรรมและจัดทำเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

องค์กรแห่งนวัตกรรม หมายถึง องค์กรที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่มีคุณค่าสอดคล้องตามวิสัยทัศน์องค์กรได้อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีศักยภาพในการพัฒนาระดับความสามารถนั้นให้สูงขึ้น เพื่อขับเคลื่อนการสร้างสรรค่นวัตกรรมที่สนับสนุนการเติบโตที่มั่นคงให้กับองค์กรในอนาคต ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (วัฒนชัย ศิริญาณ, 2560) ดังนี้ 1) วัฒนธรรมองค์กร (Culture) หมายถึง เป็นค่านิยมและความเชื่อที่มีร่วมกันอย่างเป็นระบบที่เกิดขึ้นในองค์กร ผู้บริหารต้องเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง

สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้เกิดความเป็นเลิศ วัฒนธรรมองค์กรที่สำคัญและควรเสริมสร้างคือการพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและ ต่อเนื่อง ความรับผิดชอบในงาน การปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Williams, 2008) 2) บรรยากาศการปฏิบัติงาน (Climate) หมายถึง บรรยากาศองค์กรที่เป็นบรรยากาศนวัตกรรมโดยการส่งเสริมให้สมาชิกองค์กรรับรู้บรรยากาศที่เป็นบวก มีอิสระที่จะคิดสร้างสรรค์และการเสริมสร้างกำลังใจให้รางวัลตอบแทนความสำเร็จในรูปแบบต่าง ๆ อันเป็นพื้นฐานของการเกิดนวัตกรรม (Caldwell & O'Reilly, 2003) 3) พฤติกรรมของพนักงาน (Behavior) หมายถึง สมาชิกในองค์กรรู้สึกผูกพันและต้องการที่จะตอบแทนองค์กรด้วยการคิดค้นสร้างผลงานนวัตกรรมเพื่อแก้ปัญหาหรือเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น (Pundt et al., 2010)

ความสามารถเชิงนวัตกรรมหมายถึง ความสามารถของกิจการเมื่อเทียบกับคู่แข่งในการนำความรู้ทักษะและทรัพยากร โดยรวมไปใช้กับกิจกรรมนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ บริการ หรือการจัดการ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Guan & Ma, 2003) ดังนี้ 1) ความสามารถด้านการเรียนรู้ (Learning capability) คือ ความสามารถในการแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ใหม่ ๆ มีความสามารถในการปรับนวัตกรรมใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของตลาด มีการประยุกต์ใช้ความรู้จากภายในและภายนอกกิจการมาเป็นแนวทางในการวิจัยและพัฒนา 2) ความสามารถด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization capability) หมายถึง การปรับโครงสร้างขององค์กรให้ยืดหยุ่นไปตามแผนการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ มีการรวมศูนย์ทรัพยากรเกี่ยวกับการสร้างนวัตกรรมได้ มีการทำหน้าที่สอดคล้องกันระหว่างการวิจัยและพัฒนาการตลาด มีระบบส่งเสริมหรือมาตรการลงโทษพนักงาน มีการปรับตัวและตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก มีการสร้างระบบตัวชี้วัดขององค์กร 3) ความสามารถด้านกลยุทธ์ (Strategic capability) หมายถึง การมีความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีกับกลยุทธ์ด้านองค์กร มีความเข้าใจแนวโน้มการพัฒนาทางเทคโนโลยีของอุตสาหกรรม มีการตระหนักถึงคู่แข่งชั้น มีการปรับกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมให้มีความสอดคล้องกัน และให้ความสำคัญกับคุณค่าของการเรียนรู้จากลักษณะสำคัญขององค์กรที่มีศักยภาพทางนวัตกรรม

นวัตกรรมบริการ หมายถึง การนำความคิดแนวทางการดำเนินงาน หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้บริการ อีกทั้งยังเป็นการยกระดับประสิทธิภาพเพิ่มประสิทธิผลของการบริการและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กร องค์ประกอบของนวัตกรรมบริการจะประกอบด้วย 1) การส่งมอบการบริการแบบใหม่ (New service delivery) องค์กรผู้ให้บริการสามารถพัฒนาการส่งมอบการให้บริการได้หลายแบบ ได้แก่ การปรับปรุงการบริการให้กับผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น การสร้างระบบที่เกี่ยวกับการส่งมอบการบริการที่ดีกว่าเดิมขึ้นมาใหม่ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการบริการ ซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้บริการได้รับประโยชน์จากการให้บริการแบบใหม่มากขึ้น อีกทั้งยังสามารถลดระยะเวลาและขั้นตอนการให้บริการที่ยุ่งยากลงได้ และยังเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ใช้บริการซึ่งทำให้มีผลต่อพฤติกรรมของผู้ใช้บริการในทางบวกอีกด้วย (Gremyr et al., 2014) 2) การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ (Technology options) เป็นการบริการที่นำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้แก่องค์กร เพื่อเสริมสร้างคุณค่าให้แก่ผู้ใช้บริการมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การบริการครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้บริการเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเชื่อมโยงกลุ่มผู้ใช้บริการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ในการให้ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้แก่ผู้ใช้บริการกลุ่มเป้าหมายได้ (Giannopoulou et al., 2014) 3) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (Client interface) เป็นการเพิ่มช่องทางและแนวทางในการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการ เพื่อส่งมอบข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการตลอดจนการป้อนกลับของข้อมูลระหว่างผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการ ทำให้องค์กรเกิดการรับรู้ถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ และสามารถประเมินผลความพึงพอใจในการให้บริการได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น (Ryu et al., 2012)

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการพัฒนานวัตกรรมการบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร และเสนอแนะรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการบริหารสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตการวิจัย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาในแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ และนวัตกรรมการบริการ
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัยนี้ได้แก่ประชาชนผู้ใช้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 600 คน สุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย
3. เครื่องมือการวิจัย ในการศึกษานี้ได้แก่ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทางสถิติเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงและ ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการประเมินความสอดคล้อง (IOC : Index of item-objective congruence) ซึ่งจากการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่าแบบสอบถามและแบบ สัมภาษณ์มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60-1.00 จากนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบค่าความ เชื่อมั่น และค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถาม โดยนำไปทดลองใช้ (Tryout) กับประชาชนผู้ใช้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร และ ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน วิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามระหว่าง 0.74-0.98 ซึ่งอยู่ใน เกณฑ์ที่มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น แสดงถึงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทั้งวิจัยเชิงปริมาณและ คุณภาพมีความน่าเชื่อถือสูง
4. การเก็บข้อมูลการวิจัย เก็บข้อมูลด้วยการใช้ Google form เป็นข้อมูลออนไลน์จากแพลตฟอร์มออนไลน์และลิงค์ของ Google form
5. การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนาประกอบด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัลสามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง ความเบ้และความโด่งของตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มตัวอย่าง ความเบ้ และความโด่งของตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้	$\bar{X}$	SD.	ระดับความสัมพันธ์	ความเบ้** (Skew)	ความโด่ง** (Kur)
องค์กรแห่งนวัตกรรม (OI)	3.82	0.24	มาก	-0.23	0.67
วัฒนธรรม (OI1)	3.81	0.42	มาก	-0.10	0.31
บรรยากาศ (OI2)	3.83	0.39	มาก	-0.45	0.57
พฤติกรรม (OI3)	3.83	0.43	มาก	0.01	0.49

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC)	3.80	0.29	มาก	-0.25	0.59
การเรียนรู้ (IC1)	3.83	0.40	มาก	-0.95	1.41
การพัฒนาทักษะ (IC2)	3.88	0.44	มาก	-0.48	1.89
การมีกลยุทธ์ (IC3)	3.69	0.62	มาก	-0.62	0.44
นวัตกรรมบริการ (SI)	3.91	0.31	มาก	0.81	1.63
การส่งมอบบริการ (SI1)	3.85	0.47	มาก	0.06	-0.03
การใช้เทคโนโลยี (SI2)	3.91	0.49	มาก	0.24	0.29
การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (SI3)	3.96	0.39	มาก	0.01	1.71

หมายเหตุ **Skewness < |2| * Kurtosis < |7| (Curran, et al. 1996)

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสัมพันธ์พบว่าปัจจัยด้านองค์กรแห่งนวัตกรรมมีระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ยที่ 3.82 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.24 ด้านปัจจัยความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลการวิจัยอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.80 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.29 ปัจจัยด้านนวัตกรรมบริการอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย 3.91 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31 เมื่อพิจารณาถึงค่าความเบ้และความโด่งพบว่าอยู่ในมาตรฐานที่ยอมรับได้คือตั้งแต่ -2 จนถึง +2

2. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรในกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแสดงรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบองค์กรแห่งนวัตกรรม (OI)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าสหสัมพันธ์		
	OI 1	OI 2	OI 3
วัฒนธรรม (OI1)	1		
บรรยากาศ (OI2)	0.73**	1	
พฤติกรรม (OI3)	0.64**	0.72**	1

หมายเหตุ : **p<.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ผลพบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 3 คู่ มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.64 ถึง 0.72 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ไม่ควรเกิน 0.80 จึงไม่รุนแรง แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรในโมเดลนี้มีความสัมพันธ์กันไม่เกินค่าที่กำหนดและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 4 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรองค์กรแห่งนวัตกรรม (OI)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	R ²
องค์กรแห่งนวัตกรรม OI	0.58	0.81	วัฒนธรรม (OI1)	0.71	0.62
			บรรยากาศ (OI2)	0.82	0.66
			พฤติกรรม (OI3)	0.76	0.68

จากตารางที่ 4 พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรองค์การนวัตกรรม มีความเที่ยงตรง เพราะโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ได้แก่ ค่า Chi-Square = 0.00 , df = 0, p = 0.00 กล่าวคือ ค่า χ^2 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกทั้งค่าดัชนี RMSEA = 0.00 และ RMR = 0.00 มีค่าเข้าใกล้ 0 ค่าดัชนี GIF = 1.00 และ AGIF = 1.00 มีค่าเข้าใกล้ 1 และ $\chi^2 / df = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 และ The Model is saturated, the fit is perfect ตัวแปรแฝงนวัตกรรมองค์การนวัตกรรมวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.58 และมีค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.81 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.71-0.82 เหมาะสมสำหรับนำไปเข้าสมการโครงสร้างต่อไป

ตารางที่ 5 ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าสหสัมพันธ์		
	IC1	IC2	IC3
การเรียนรู้ (IC1)	1		
การพัฒนาทักษะ (IC2)	0.63**	1	
การมีกลยุทธ์ (IC3)	0.68**	0.73**	1

หมายเหตุ : **p<.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ผลพบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 3 คู่ มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.63 ถึง 0.73 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ไม่ควรเกิน 0.80 จึงไม่รุนแรง แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรในโมเดลนี้มีความสัมพันธ์กันไม่เกินค่าที่กำหนดและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 6 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC)

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	R ²
ความสามารถเชิงนวัตกรรม IC	0.61	0.82	การเรียนรู้ (IC1)	0.79	0.62
			การพัฒนาทักษะ (IC2)	0.81	0.66
			การมีกลยุทธ์ (IC3)	0.73	0.54

จากตารางที่ 6 พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรความสามารถเชิงนวัตกรรมมีความเที่ยงตรง เพราะโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ได้แก่ ค่า Chi-Square = 0.00 , df = 0, p = 0.00 กล่าวคือ ค่า χ^2 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกทั้งค่าดัชนี RMSEA = 0.00 และ RMR = 0.00 มีค่าเข้าใกล้ 0 ค่าดัชนี GIF = 1.00 และ AGIF = 1.00 มีค่าเข้าใกล้ 1 และ $\chi^2 / df = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 และ The Model is saturated, the fit is perfect ตัวแปรความสามารถเชิงนวัตกรรมวัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.61 และมีค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.82 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.73 – 0.81 เหมาะสมสำหรับนำไปเข้าสมการโครงสร้างต่อไป

ตารางที่ 7 ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ในองค์ประกอบนวัตกรรมบริการ (SI)

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าสหสัมพันธ์		
	SI 1	SI 2	SI 3
การส่งมอบบริการ (SI1)	1		
การใช้เทคโนโลยี (SI2)	0.61**	1	
การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (SI3)	0.58**	0.68**	1

หมายเหตุ : **p<.01

จากตารางที่ 7 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ผลพบว่าค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 3 คู่ มีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกคู่โดยมีค่าความสัมพันธ์เป็นบวก และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.58 ถึง 0.68 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์ไม่ควรเกิน 0.80 จึงไม่รุนแรง แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวแปรในโมเดลนี้มีความสัมพันธ์กันไม่เกินค่าที่กำหนดและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความเที่ยง และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรนวัตกรรมบริการ

ตัวแปรแฝง	AVE	CR	ตัวแปรสังเกตได้	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	R ²
นวัตกรรมบริการ SI	0.65	0.72	การส่งมอบบริการ (SI1)	0.76	0.58
			การใช้เทคโนโลยี (SI2)	0.88	0.77
			การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ (SI3)	0.77	0.59

จากตารางที่ 8 พบว่า โมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรนวัตกรรมบริการ มีความเที่ยงตรง เพราะโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในเกณฑ์ดี โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ได้แก่ ค่า Chi-Square = 0.00 , df = 0, p = 0.00 กล่าวคือ ค่า χ^2 แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกทั้งค่าดัชนี RMSEA = 0.00 และ RMR = 0.00 มีค่าเข้าใกล้ 0 ค่าดัชนี GIF = 1.00 และ AGIF = 1.00 มีค่าเข้าใกล้ 1 และ $\chi^2 / df = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 และ The Model is Saturated, the Fit is Perfect ตัวแปรนวัตกรรมบริการ วัดด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัว มีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.65 และมีค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.72 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.76 – 0.88 เหมาะสมสำหรับนำไปเข้าสมการโครงสร้างต่อไป

3. ผลการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ หรือ ค่า r มีค่ามากกว่าศูนย์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p<0.05) จำนวน 10 คู่แสดงว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีความสัมพันธ์ทางบวกหรือไปในทิศทางเดียวกันและมีค่า ตั้งแต่ 0.08 ถึง 0.51 แสดงว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดเหมาะสมที่จะนำไปใช้ ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างต่อไปได้

ตารางที่ 9 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (ใต้เส้นทแยงมุม) ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR) และความแปรปรวนเฉลี่ยของตัวแปรที่สกัดได้ด้วยองค์ประกอบ (AVE)

ตัวแปรแฝง	OI	IC	SI
องค์กรนวัตกรรม (OI)	1		
ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC)	0.08*	1	
นวัตกรรมบริการ (SI)	0.08*	0.44*	1
KMO: Measure of Sampling Adequacy = 0.76			
Bartlett's Test of Sphericity: Chi-Square = 33.215, df = 120, p = .000			

หมายเหตุ * $p < 0.05$

ตารางที่ 10 ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยที่มีส่งผลการให้บริการสาธารณะของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าดัชนี	เกณฑ์	ผลการวิเคราะห์	ผล
1. ค่า χ^2 มีนัยสำคัญ	$P > 0.05$	0.59	ผ่าน
2. Chi-square: χ^2/df	≤ 3.00	173.53	ผ่าน
3. ค่า RMSEA	< 0.08	0.04	ผ่าน
4. ค่า GFI	> 0.90	0.96	ผ่าน
5. ค่า AGFI	> 0.90	0.95	ผ่าน
6. ค่า RMR	< 0.05	0.03	ผ่าน
7. ค่า SRMR	< 0.05	0.05	ผ่าน
8. ค่า NFI	> 0.90	0.95	ผ่าน
9. ค่า CFI	> 0.90	0.97	ผ่าน

อภิปรายผลการวิจัย

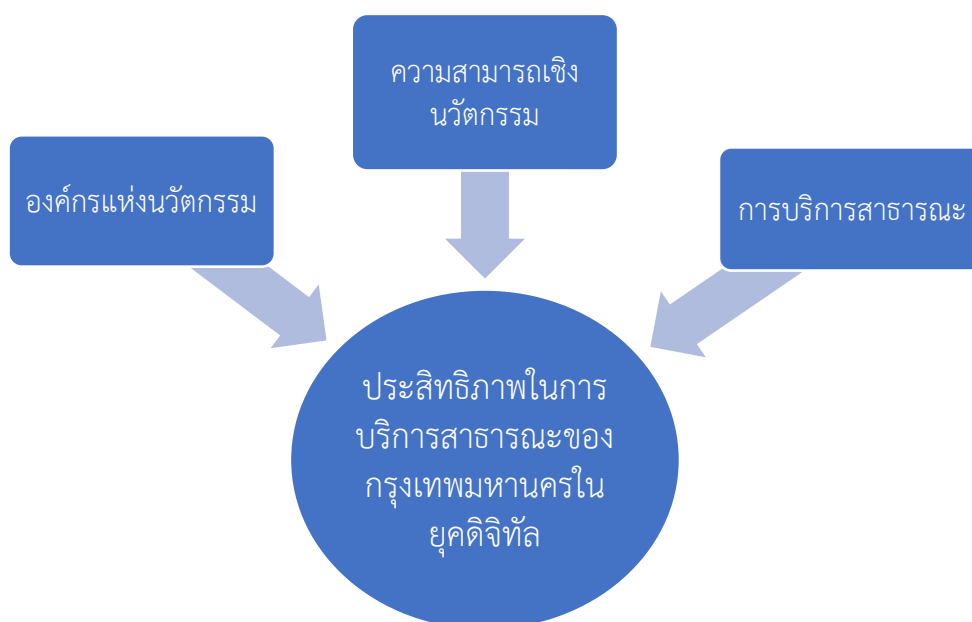
จากผลวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ พบว่า องค์กรแห่งนวัตกรรม (OI) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัว มีค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.64 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.84 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.76–0.86 สอดคล้องกับงานวิจัยของวัฒนชัย ศิริญาณ และคณะ (2560) พบว่า การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ประกอบด้วยวัฒนธรรมองค์กร บรรยากาศการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมของพนักงานส่งผลการสร้างนวัตกรรมบริการสาธารณะอย่างมีนัยสำคัญ ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จำนวน 3 ตัว มีค่าเฉลี่ย ความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.58 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.81 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.71–0.82 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guan และ Ma (2003) พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรม ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพนวัตกรรมบริการสาธารณะประกอบด้วยความสามารถด้านการเรียนรู้ การปรับโครงสร้างขององค์กรให้ยืดหยุ่นไปตามแผนการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ และ การมีความเชื่อมโยงระหว่างกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีกับกล

ยุทธ์ด้านองค์กร นวัตกรรมบริการ (SI) ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัว มีค่าเฉลี่ย ความแปรปรวน ที่สกัดได้ (AVE) เท่ากับ 0.61 และค่าความเชื่อถือได้เชิงโครงสร้าง (CR) เท่ากับ 0.82 ตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.73–0.81 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gremyr et al. (2014) พบว่า องค์ประกอบของนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะประกอบด้วย การส่งมอบบริการแบบใหม่ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการ และการรวมเอาการบริการรูปแบบต่าง ๆ เข้าไว้ด้วยกัน ทำให้เกิดการให้บริการแบบใหม่ที่ครบถ้วนแก่ผู้ใช้บริการหรือผู้ใช้บริการ

หลังจากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการพัฒนา นวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล พบว่า มีความเที่ยงตรง เนื่องจากโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนผ่านเกณฑ์ทุกตัว ได้แก่ ค่า Chi-Square = 173.53, df = 88 RMSEA = 0.04 และ RMR = 0.03 ค่าดัชนี GIF = 0.96 และ AGIF = 0.94 และ $\chi^2 / df = 1.97$ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าเป็นบวก และ แตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันอธิบายรูปแบบการพัฒนานวัตกรรม บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร (R2) ได้ร้อยละ 14 เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมต่อตัวแปรรูปแบบการ พัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร พบว่า ตัวแปรองค์กรแห่งนวัตกรรมมีขนาดอิทธิพล รวมมากที่สุด เท่ากับ 0.29 รองลงมาคือตัวแปรความสามารถเชิงนวัตกรรม มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.19 ตัวแปรนวัตกรรมบริการ มีขนาดอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.15

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมบริการสาธารณะของ กรุงเทพมหานครที่มีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล ประกอบด้วย ตัวแปร องค์กรแห่งนวัตกรรม (OI) ได้แก่ วัฒนธรรม บรรยาการ และพฤติกรรมขององค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตัวแปรความสามารถเชิงนวัตกรรม (IC) ได้แก่ การเรียนรู้ การพัฒนาทักษะ และการมีกลยุทธ์ ตัวแปรนวัตกรรมบริการ (SI) ได้แก่ การส่งมอบ บริการ การใช้เทคโนโลยี และ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย



ภาพที่ 1 ประสิทธิภาพในการให้บริการสาธารณะของกรุงเทพมหานคร

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพนวัตกรรมบริการสาธารณะของกรุงเทพมหานครในยุคดิจิทัลประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยหลักและ 9 ปัจจัยย่อยโดยปัจจัยหลักได้แก่ 1) องค์กรแห่งนวัตกรรมซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยย่อย 3 ประการได้แก่วัฒนธรรมองค์กรบรรยากาศในการทำงานและพฤติกรรมขององค์กรและบุคลากรในองค์กรตัวแปรที่ 2) ได้แก่ความสามารถเชิงนวัตกรรมประกอบไปด้วยตัวแปรย่อย 3 ตัวแปรได้แก่การเรียนรู้ของบุคลากรและการพัฒนาทักษะของบุคลากรรวมถึงการมีกลยุทธ์นโยบายในด้านนวัตกรรมเพื่อให้บุคลากรได้สร้างสรรค์และนำนวัตกรรมมาใช้ตัวแปรที่ 3) การบริการสาธารณะ ได้แก่ความเร็วในการให้บริการ การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำการวิจัยไปใช้

1. ด้านองค์กรแห่งนวัตกรรม กรุงเทพมหานครควรจัดทำนโยบายด้านนวัตกรรม ซึ่งส่งเสริมให้มีวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างนวัตกรรมหรือใช้นวัตกรรม และปรับบรรยากาศในการทำงานให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้นวัตกรรม และส่งเสริมพฤติกรรมของบุคลากรในด้านนวัตกรรมโดยการส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมด้านการสร้างและใช้นวัตกรรมบริการสาธารณะ
2. ด้านความสามารถเชิงนวัตกรรม กรุงเทพมหานครควรส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมโดยส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาทักษะ โดยมีรางวัลเป็นการสร้างแรงจูงใจให้บุคลากร
3. ด้านการให้บริการสาธารณะ กรุงเทพมหานครควรมีแผนปฏิบัติการในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริการสาธารณะเพื่อลดระยะเวลาในการให้บริการ สร้างความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ และจัดทำแบบสอบถามความพึงพอใจเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้บริการ

เอกสารอ้างอิง

- วัฒนชัย ศิริญาณ, วิทยา เจริญศิริ, และสัญญา เคนาภูมิ. (2560). องค์กรแห่งนวัตกรรม: ทางเลือกใหม่สำหรับการพัฒนาในศตวรรษที่ 21. *อินฟอร์เมชั่น*, 24(2), 72-80.
- สำนักงานคณะกรรมการการกฤษฎีกา. (2562). *พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2528 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 6 พ.ศ. 2562*. สภากรุงเทพมหานคร. <https://bmc.go.th/wp-content/uploads/2020/05/02-พระราชบัญญัติ.pdf>
- Caldwell, D. F., & O'Reilly, C. A. III. (2003). The determinants of team-based innovation in organizations. The role of social influence. *Small Group Research*, 34(4), 497-517. <https://doi.org/10.1177/1046496403254395>
- Giannopoulou, E., Gryszkiewicz, L., & Barlatier, P. J. (2014). Creativity for service innovation: a practice-based perspective. *Managing Service Quality*, 24(1), 23-44.
- Grenmyr, I., Witell, L., Löfberg, N., Edvardsson, B., & Fundin, A. (2014). Understanding new service development and service innovation through innovation modes. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 29(2), 123-131.
- Guan, J., & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation*, 23(9), 737-747. [https://doi.org/10.1016/S0166-4972\(02\)00013-5](https://doi.org/10.1016/S0166-4972(02)00013-5)



- Pundt, A., Martins, E., & Nerdinger, F. W. (2010). Innovative behavior and the reciprocal exchange between employees and organizations. *German journal of Human Resource Management*, 24(2), 173-193.
- Ryu, K., Lee, H., & Gon Kim, W. (2012). The Influence of the Quality of the Physical Environment, Food, and Service on Restaurant Image, Customer Perceived Value, Customer Satisfaction, and Behavioral Intentions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 24, 200-223. <https://doi.org/10.1108/09596111211206141>
- Schneider. (1990). Behavioral assumptions of policy tools. *The journal of politics*, 52(2), 510-529.
- Williams, Chuck. (2008). *Effective management: a multimedia approach* (3rd ed.). Thomson South-Western.

