

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอุตสาหกรรม
การผลิตข้ามชาติ กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคแห่งหนึ่ง
Innovative leadership influences the Competitive Advantage of Multinational
Manufacturing Organizations: A Case Study of a Consumer Products
Manufacturing Company

ชื่นสมมล บุณนา^{1*} ธีรรัช สวัสดิวิชัย^{2*} และ ยศพล ศรีศุภเศรษฐกุล³

^{1,2} อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาดยุคดิจิทัลและสาขาโลจิสติกส์ คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร หนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530

³ บัณฑิตบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร หนองจอก กรุงเทพมหานคร 10530

E-mail: Chuensumon@mut.ac.th ^{1*}, teeratat@mut.ac.th ^{2*} Shinichivas@gmail.com³

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารในองค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ และเพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์กรที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้คือ พนักงานในบริษัทกรณีศึกษา จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารในองค์กร พบว่า โดยภาพรวมทั้ง 8 องค์ประกอบอยู่ในระดับที่สูงมาก ($\bar{x} = 4.357$) ซึ่งองค์ประกอบที่มีระดับสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.375$) ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร พบว่า โดยภาพรวมของทั้ง 4 องค์ประกอบอยู่ในระดับที่สูงมาก ($\bar{x} = 4.383$) ซึ่งองค์ประกอบที่มีระดับสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.394$) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ ด้านการพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ด้านมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม และด้านการปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่มีอิทธิพลของต่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ขณะที่ด้านอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันระดับนัยสำคัญที่ 0.05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบในการแข่งขัน องค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ

Abstract

The aim of this study is to explore the extent of innovative leadership among executives within multinational manufacturing firms, and to assess its influence on gaining competitive advantages. A sample group of 400 employees from a specific case study company participated, providing data through

questionnaires. Data analysis involved both descriptive statistics, including percentages, means and standard deviation, and inferential statistics, such as multiple regression analysis.

Research findings revealed that overall eight dimensions of innovative leadership, executives exhibited a notably high level ($\bar{x} = 4.357$), with the element of fostering a conducive atmosphere for learning ranking highest ($\bar{x} = 4.375$). Similarly, the examination of competitive advantage within the organization showed an overall high level across all four dimensions ($\bar{x} = 4.383$), with the highest-ranking element being responsiveness to customer needs ($\bar{x} = 4.394$). Hypothesis testing demonstrated that innovative leadership among corporate executives, particularly in fostering innovative thinking skills, technical expertise, innovation, and adaptability, significantly influences on competitive advantage at a significance level of 0.05. Conversely, other dimensions showed no significant influence on competitive advantage at the same significance level.

Keywords: Innovative Leadership, Competitive advantages, Multinational Manufacturing Organizations

1. บทนำ

การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปมากจากในอดีต เนื่องจากการเข้ามาแทนที่ของเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดหรือที่เราเรียกกันว่าดิจิทัล ดิสรัปชัน (Digital Disruption) ซึ่งเป็นการปฏิรูปและเปลี่ยนแปลงการใช้เทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงชีวิตประจำวัน จนส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมผู้บริโภคและยังส่งกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อวิถีการดำเนินธุรกิจ ซึ่งทำให้องค์กรต้องมีการปรับตัวครั้งใหญ่เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ อย่างไรก็ตาม การปรับตัวเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดในยุคปัจจุบัน องค์กรยังจำเป็นต้องสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยการสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ทันทั่วทั้ง ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถอยู่รอดในตลาดได้อย่างยั่งยืน โดยหัวใจสำคัญของการสร้างความได้เปรียบในองค์กรคือภาวะผู้นำของผู้บริหารที่จะเป็นแรงผลักดันและช่วยชี้ทางให้องค์กรเดินทางไปสู่การประสบความสำเร็จบนเวทีตลาดโลกได้

ผู้นำ (Leader) ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร ทั้งนี้เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน สั่งการ ดูแลและควบคุมให้บุคลากรขององค์กรปฏิบัติงานต่างๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย

ให้ประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ โดยหน้าที่ของผู้นำคือการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย วางแผนการทำงาน ประสานงาน ในขณะที่นวัตกรรมถือเป็นเครื่องมือสำคัญขององค์กรที่จะทำให้องค์กรมีความสามารถในการพลิกผันโอกาสไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ [1] ซึ่งลักษณะของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจะมีลักษณะพิเศษที่แตกต่างจากภาวะผู้นำทั่วไป โดยมีการผสมผสานระหว่างคุณลักษณะภาวะผู้นำทั่วไประหว่างความสามารถทางด้านนวัตกรรมในธุรกิจอุตสาหกรรมจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมนี้ให้กับผู้บริหารเพื่อให้มีความรู้ ความสามารถเพียงพอที่จะชี้ทางและยกระดับองค์กรให้กลายเป็นผู้นำทั้งในด้านนวัตกรรมสินค้าหรือบริการ กระบวนการผลิตและกระบวนการทำงาน ซึ่งจะส่งผลให้องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมข้ามชาติ ซึ่งควรมีความสามารถในการตอบสนองกับความต้องการของลูกค้าได้ดี สามารถสร้างความจงรักภักดีต่อตราสินค้าและบริการขององค์กรนั้นได้ตลอดไป [2] องค์ประกอบที่สำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงประกอบไปด้วย ประสิทธิภาพการผลิต คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองลูกค้า

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเลือกศึกษาองค์กรอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงระดับโลกที่เป็นผู้นำในการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคที่มียอดขายสูงสุดเป็นอันดับหนึ่งของโลกและมีสินค้ากว่า 400 ตราสินค้า จำหน่ายอยู่ใน 190 ประเทศทั่วโลก ได้รับการยอมรับว่าเป็นองค์กรที่ประสบความสำเร็จและมีประวัติในการดำเนินธุรกิจมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและวิสัยทัศน์ที่ยอดเยียมของผู้บริหาร ซึ่งการศึกษาวิจัยภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมขององค์กรระดับโลกย่อมจะทำให้ได้ข้อมูลจากผู้นำที่มีความสามารถ เกิดเป็นแนวทางให้กับผู้นำในองค์กรอื่น หรือผู้ที่สนใจนำไปยึดถือปฏิบัติหรือปรับใช้ในการทำงานเพื่อให้องค์กรพัฒนาขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการบริหารองค์กรได้อีกด้วย

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารในองค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ

2.2 เพื่อศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขันของผู้บริหารในองค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ

2.3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์กรที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ

3. ประโยชน์ของการวิจัย

3.1 ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบและระดับของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำในองค์กรข้ามชาติ ตลอดจน ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอุตสาหกรรมข้ามชาติซึ่งทางผู้บริหารขององค์กรสามารถนำไปใช้ต่อยอดพัฒนาการของภาวะผู้นำได้

3.2 ผลของการวิจัยสามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กรได้

3.3 ผลของการวิจัยสามารถนำไปใช้ต่อยอดให้กับงานวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมในลักษณะอื่นได้ในอนาคต

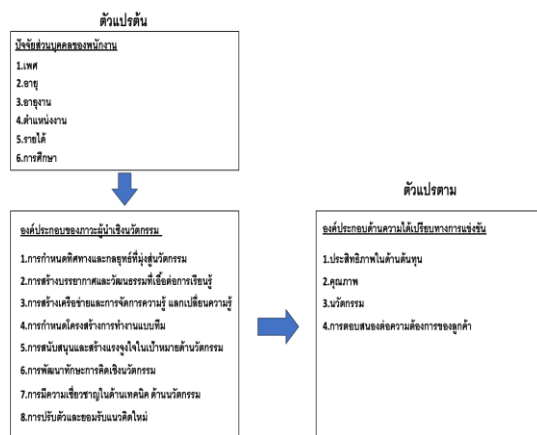
4. การทบทวนวรรณกรรม

4.1 ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (Innovative Leadership) ถือเป็นคุณลักษณะของผู้นำที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมในองค์กร [3] เนื่องจากเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมและสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เป็นผู้เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลงในองค์กรและมีบทบาทเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมีภาวะผู้นำในการจัดการและสร้างแรงบันดาลใจให้แก่บุคลากรในองค์กร อีกทั้ง ผู้นำควรมีความสามารถในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสที่สลับซับซ้อนและค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ๆ หรือไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน โดยผู้นำจะต้องมีความฉลาดทางนวัตกรรม (Innovative Intelligence) เพื่อช่วยให้สามารถตอบสนองและแก้ไขปัญหาในสถานการณ์จริงได้ดีขึ้นและช่วยให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรมากขึ้นอีกด้วย ดังนั้น องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหาร โดยผู้วิจัยได้สังเคราะห์เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของ Anand & Saraswati [4], Diederick B. Swart [5], Horth and Vehar [6], Hunter and Cushenbery [7], O'Grady and Malloch [8], Majumdar and Ray [9], และ Keith and Goppelt [10] ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่มุ่งสู่นวัตกรรม 2. การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ 3. การสร้างเครือข่ายและการจัดการความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ 4. การกำหนดโครงสร้างการทำงานแบบทีม 5. การสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในเป้าหมายด้านนวัตกรรม 6. การพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม 7. การมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม และ 8. การปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่

4.2 ความได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) คือ การพัฒนาและการค้นหาทรัพยากรในองค์กรที่คู่แข่งไม่มีหรือการกระทำบางสิ่งบางอย่างที่คู่แข่งไม่สามารถกระทำได้ให้เกิดเป็นสมรรถนะ

หลักหรือเป็นความสามารถดีเด่นขององค์กร (Distinctive Competencies) ซึ่งจะก่อให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อได้เปรียบดังกล่าวจะเป็นส่วนประสมที่จำเป็นต่อความสำเร็จและการอยู่รอดในระยะยาวขององค์กร ซึ่งองค์กรอื่นไม่มีหรือไม่สามารถเทียบเทียมได้ โดยพัชสิริ ชมพูคา [11] กล่าวว่า การจัดการเพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้กิจการสามารถเอาชนะคู่แข่งและอยู่รอดได้ องค์กรต้องสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งหมายความว่าองค์กรจะต้องสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าให้กับลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง การที่จะทำได้ดีกว่าในสายตาลูกค้า ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1. ด้านต้นทุน (Cost Competitiveness) 2. ด้านคุณภาพ (Quality) 3. ด้านนวัตกรรม (Innovation) 4. ด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Speed)

5. กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

6. วิธีดำเนินการวิจัย

1. เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ประชากรสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ พนักงานของบริษัทอุตสาหกรรมข้ามชาติ กรณีศึกษา บริษัทผู้ผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคแห่งหนึ่ง ซึ่งมีจำนวนพนักงานทั้งหมดจำนวน 1,741 คน โดยได้กำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) โดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ Taro Yamane [12] เพื่อประมาณค่าสัดส่วนของประชากรโดยคาดว่า

สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 และระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการแจกแบบสอบถามผ่านทาง Google Forms ให้กับพนักงานโดยสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. การทดสอบเครื่องมือวิจัย

- มีการตรวจสอบค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาและแบบสอบถาม ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมกับความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน จากข้อคำถามจำนวน 66 ข้อ พบว่า ค่า IOC ของแต่ละข้อมีค่าเฉลี่ยทุกข้อมากกว่า 0.5 ซึ่งหมายถึงว่าข้อคำถามของแบบสอบถามชุดนี้มีความเที่ยงตรงและเหมาะสมต่อการใช้งาน

- ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับพนักงานจำนวน 30 ตัวอย่าง หลังจากนั้น จึงวิเคราะห์ความสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) [13] ของคำถามในแต่ละด้าน พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยรวมเท่ากับ 0.960 หมายความว่า แบบสอบถามนี้ มีความน่าเชื่อถือสูง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ ได้แก่ สถิติถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Linear Regression) เพื่อหาอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม และ ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน

7. ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 206 คน คิดเป็นร้อยละ 51.5 อายุอยู่ระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 มีอายุงานอยู่ระหว่าง 1-3 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 ทำงานในตำแหน่งพนักงานปฏิบัติการมากที่สุด จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 81.5 มีรายได้อยู่ในช่วง 25,001-45,000 บาทมากที่สุด จำนวน 142 คน คิด

เป็นร้อยละ 35.5 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 314 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5

ส่วนที่ 2 ระดับของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมขององค์กรและความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำในองค์กร พบว่า โดยภาพรวมทั้ง 8 องค์ประกอบอยู่ในระดับที่สูงมาก ($\bar{x} = 4.357$) ซึ่งองค์ประกอบที่มีระดับสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ การสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.375$) อันดับที่สอง คือ การสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในเป้าหมายด้านนวัตกรรม ($\bar{x} = 4.373$) อันดับสาม คือ การมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม ($\bar{x} = 4.372$) อันดับสี่ คือ การปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่ ($\bar{x} = 4.368$) อันดับห้า คือ การกำหนดโครงสร้างการทำงานแบบทีม ($\bar{x} = 4.350$) อันดับหก คือ การกำหนดทิศทางและกลยุทธ์ที่มุ่งสู่นวัตกรรม ($\bar{x} = 4.343$) อันดับเจ็ด คือ การสร้างเครือข่ายและการจัดการความรู้ แลกเปลี่ยนความรู้ ($\bar{x} = 4.343$) และอันดับสุดท้าย คือ การพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ($\bar{x} = 4.332$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร พบว่า โดยภาพรวมของทั้ง 4 องค์ประกอบอยู่ในระดับที่สูงมาก ($\bar{x} = 4.383$) ซึ่งองค์ประกอบที่มีระดับสูงที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง คือ ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{x} = 4.394$) อันดับที่สอง คือ ด้านคุณภาพ ($\bar{x} = 4.393$) อันดับสาม คือ ด้านนวัตกรรม ($\bar{x} = 4.384$) และอันดับสุดท้าย คือ ด้านต้นทุนการผลิต ($\bar{x} = 4.360$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอุตสาหกรรมการผลิตข้ามชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 1

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมกับความได้เปรียบในการแข่งขัน	Unstandardized Coefficients	Std. Coefficient	t	Sig
---	-----------------------------	------------------	---	-----

	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.89	.16		10.11	0.00
INNO1	.02	.04	.02	.51	.610
INNO2	.01	.04	.02	.34	.734
INNO3	.05	.04	.09	1.38	.168
INNO4	.07	.04	.11	1.80	.071
INNO5	-.01	.04	-.02	-.36	.715
INNO6	.12	.04	.16	2.90	.004*
INNO7	.15	.04	.21	3.64	.000*
INNO8	.13	.03	.18	3.54	.000*
a. ความได้เปรียบในการแข่งขัน					
R ² = 0.41 R = 0.64 F = 34.99 Sig = 0.00					

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ ด้านการพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม (INNO6) ด้านมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม (INNO7) และด้านการปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่ (INNO8) มีอิทธิพลของต่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ขณะที่ด้านอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันระดับนัยสำคัญที่ 0.05 โดยมีค่า Adjusted R Square = 0.41, F = 34.99 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งหมายความว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารองค์กร ได้แก่ ด้านการพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ด้านมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม และด้านการปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่มีความสามารถทำนายในการถึงความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ที่ 41 เปอร์เซ็นต์

8. สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า ระดับของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำองค์กรของบัณฑิตศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับที่สูงมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้นำองค์กรได้มีการแสดงออกถึงภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมให้พนักงานได้เห็นอย่างชัดเจน โดย 3 ด้านที่พนักงานรับรู้ได้มากที่สุดคือ ด้านการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ด้านการ

สนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในเป้าหมายด้านนวัตกรรม และด้านการมีความเชี่ยวชาญในด้านนวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมการทำงานขององค์กรนี้ กล่าวคือ บริษัทกรณีศึกษา เป็นองค์กรอุตสาหกรรมข้ามชาติขนาดใหญ่ซึ่งรับวัฒนธรรมการทำงานมาจากยุโรป โดยมีการสร้างบรรยากาศในการทำงานให้สอดคล้องการเรียนรู้ มีการออกแบบสถานที่ทำงานให้สะอาด สะดวกสบายและเหมาะสมต่อการทำงาน มีการนำเอาเทคโนโลยี เช่น ซอฟต์แวร์ใหม่ๆ มาปรับใช้กับการทำงานให้วิธีการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นและลดเวลาในการทำงานลง พนักงานในระดับบริหารได้รับความยืดหยุ่นในเรื่องเวลา ทำให้สามารถบริหารเวลาในการทำงานและการดำเนินชีวิตประจำวันได้เหมาะสมยิ่งขึ้น

นอกจากนั้น ผู้นำยังมีความเป็นมิตรกับพนักงาน เปิดโอกาสให้พูดคุย ชักถาม หรือปรึกษาเรื่องต่างๆ ได้ พร้อมทั้งร่วมหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาไปด้วยกัน ทำให้พนักงานมีความรู้สึกเหมือนทุกคนเป็นครอบครัวเดียวกัน จนนำไปสู่บรรยากาศและวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในที่สุด ในด้านการสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจในเป้าหมายด้านนวัตกรรมนั้น ผู้นำได้เปิดโอกาสให้พนักงานได้นำเสนอนวัตกรรมในการแก้ปัญหาจากการทำงานโดยจัดเป็นกิจกรรมประกวดและมีรางวัลตอบแทนให้กับพนักงานเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจรวมถึง เป็นแรงบันดาลใจให้กับพนักงานคนอื่นๆ ในครั้งต่อไป นอกจากนี้ ผู้นำยังเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสกำหนดเป้าหมายความสำเร็จด้วยตนเองและร่วมสร้างแนวทางในการนำพนักงานไปสู่ความสำเร็จนั้นๆ ซึ่งการที่องค์กรจะสามารถมีวัฒนธรรมการทำงานดังที่กล่าวมาข้างต้นได้นั้น แน่นอนว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้ก็คือ การที่ผู้นำจะต้องมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม ซึ่งผู้นำขององค์กรนี้เป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านการบริหารคนเป็นอย่างมาก มีการเรียนรู้และพัฒนาความรู้ของตนให้ก้าวทันเทคโนโลยีอยู่อย่างสม่ำเสมอ สามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัย รัช เนียมศิริ [14] ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผลของการศึกษาเรื่อง

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำองค์กรนี้มีความสอดคล้องกับลักษณะการทำงานจริงของบริษัทกรณีศึกษา

นอกจากนี้ การรับรู้ถึงความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรกรณีศึกษา พบว่าอยู่ในระดับที่สูงมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพนักงานในองค์กรมีความเชื่อมั่นว่าองค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือองค์กรอื่นในตลาด โดยองค์ประกอบที่รับรู้ได้สูงที่สุด คือเรื่องการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งมีความสอดคล้องประเภทของธุรกิจขององค์กรนี้ กล่าวคือ องค์กรกรณีศึกษา เป็นองค์กรอุตสาหกรรมข้ามชาติขนาดใหญ่ที่ทำหน้าที่ในการผลิตสินค้าอุปโภคจำหน่ายสู่ท้องตลาด พนักงานในองค์กรเองก็ถูกกำหนดให้มีความหมายในการผลิตสินค้าให้ได้ตามแผน ดังนั้น การผลิตเพื่อให้ทันต่อความต้องการของลูกค้าจึงเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักที่องค์กรและพนักงานต้องบรรลุให้ได้ เพื่อให้ได้มาซึ่งความน่าเชื่อถือและความเชื่อใจจากลูกค้า ซึ่งเป็นที่มาของผลการศึกษาที่ว่าพนักงานรับรู้ว่าองค์กรมีความได้เปรียบในด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้นำนั้นมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Afriapollo Syafarudin [15], Sarminah Samad [16] ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและช่วยพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร โดยจากการศึกษาค้นคว้าพบว่า มืองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมอยู่ 3 ด้าน ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร ได้แก่ การพัฒนาทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม การมีความเชี่ยวชาญในด้านเทคนิค ด้านนวัตกรรม และการปรับตัวและยอมรับแนวคิดใหม่ของผู้นำองค์กร ซึ่งผลที่ได้ก็มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ แพรลภา พจนารถและกฤษฎา เขียววัฒนสุข [17] ที่นำเสนอไว้ว่าผู้นำองค์กรยุคใหม่จะต้องมีภาวะความเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างนวัตกรรมทางความคิด และสร้างวัฒนธรรมนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่

เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในยุคแห่งเทคโนโลยี เพื่อจะสามารถก้าวข้ามผ่านการแข่งขันสู่ความสำเร็จในธุรกิจอย่างยั่งยืนและสามารถต่อยอดทางการค้าในด้านผลิตภัณฑ์และความมั่นคงขององค์กรได้ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alexandru IONESCU และ Nicoleta Rossela DUMITRU [18] ที่ได้นำเสนอไว้ว่านวัตกรรมเป็นพลังสำคัญของความสามารถในการแข่งขัน การเติบโตความสามารถในการทำกำไร ตลอดจนการสร้างคุณค่าที่คงทนยั่งยืน ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการคำนึงถึงภาวะผู้นำในลักษณะอื่นๆ ที่นอกเหนือจากภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม เช่น ภาวะผู้นำเชิงปฏิรูป ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นต้น รวมถึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลที่อาจส่งผลกระทบต่อมุมมองความคิดเห็นทั้งในด้านภาวะผู้นำและความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งอาจก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่มองเห็นถึงภาพของอิทธิพลระหว่างภาวะผู้นำกับความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. ควรพิจารณาเพิ่มจำนวนองค์กรอุตสาหกรรมข้ามชาติหรือเพิ่มจำนวนองค์กรอุตสาหกรรมภายในประเทศที่ใช้ในการศึกษา เพื่อทำการเปรียบเทียบแนวโน้มของอิทธิพลของภาวะผู้นำกับความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งอาจส่งผลให้มองเห็นภาพของวัฒนธรรมของแต่ละองค์กรชัดเจนมากขึ้น

3. ควรมีการทำการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วย เพื่อเป็นการยืนยันผลการวิจัยให้เกิดความชัดเจนมากยิ่งขึ้นในต่อองค์ประกอบที่ทำการศึกษา เพื่อที่จะได้เข้าใจผลของอิทธิพลระหว่างภาวะผู้นำกับความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- [1] สุดา สุวรรณภิรมย์. (2551). The Leadership ภาวะผู้นำ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: เอ.อาร์.อินฟอร์เมชั่น แอนด์พบลีเคชั่น.
- [2] ประพันธ์ คชแก้ว. (2562). ‘นวัตกรรมการบริหารองค์กรในยุคดิจิทัล’. วารสาร มจร. มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ 5, ฉบับที่ 1, มกราคม-มิถุนายน 2562.
- [3] นิตยา สุภาภรณ์. (2021). ความสามารถและความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล ; ปีที่ 7 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2564.น.43-52.
- [4] Anand,P' and Arvind Saraswati (2014). Innovative Leadership: A Paradigm in Modern HR Practices. Global Journal of Finance and Management, 6,497-502.
- [5] Diederick, B. Swart. 2013. The Development of an Innovation leadership. Questionnaire Stellenbosch University. Master of Commerce in the Faculty of Economic and Management Sciences: Stellenbosch University.
- [6] Horth, D. (2014). Innovation leadership: How to use innovation to lead effectively, work collaboratively, and drive results. Greensborough, NC: Center for Creative Leadership.
- [7] Hunter, S.T., & Cushenbery, L. (2011). Leading for innovation: Direct and indirect influences. Advances in Developing Human Resources.
- [8] O Grady, T. P. & Malloch, K. (2010). Innovation Leadership: Creating the landscape of Health Care. Malloy. Using a Modified Delphi Technique.

- [9] Majumdar, B., & Ray, A. 2011. Transformational Leadership and Innovative Work Behaviour. Journal of the Indian Academy of Applied Psychology: 37(1), 140-148.
- [10] Keith W. Ray and Joan Goppelt (2011). Understanding the Effects of Leadership Development on the Creation of Organization Culture Change: A Research Approach. International Journal of Training and Development, Volume 15, Issue 1 First published: 17 February 2011 <https://doi.org/10.1111/j.1468-2419.2010.00368.x>
- [11] พัชรี ชมพูคา. (2553). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- [12] Taro Yamane. 1973. Statistics; an Introduction Analysis. 3rd ed. New York: Harper and Row Publisher, Inc.
- [13] Cronbach, L. J. (1970). Essentials of psychological Testing. 3rd ed. New York: Harper & Row.
- [14] ชัยรัช เนียมศิริ. (2560). ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพในยุค Thailand 4.0. กรณีศึกษา จังหวัดขอนแก่น: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร
- [15] Afriapollo Syafarudin. (2016). STRATEGY OF LEADERSHIP AND INNOVATION IN IMPROVING COMPANY PERFORMANCE AGAINST COMPETITIVE ADVANTAGE A CASE STUDY OF PT. PEGADAIAN (LTD) INDONESIA. International Journal of Economics, Commerce and Management. Vol. IV. Issue 6, June 2016, United Kingdom.
- [16] Sarminah Samad. (2012). The Influence of Innovation and Transformational Leadership on Organizational Performance. International Conference on Asia Pacific Business Innovation and Technology Management. Social and Behavioral Sciences 57: Elsevier Ltd.
- [17] แพรลภา พจนารถ และกฤษดา เขียววัฒนสุข. (2563). ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรในศตวรรษที่ 21. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์. ปีที่ 22, ฉบับที่ 1, มกราคม – มิถุนายน 2563.
- [18] Alexandru IONESCU and Nicoleta Rossela DUMITRU. (2015). The Role of Innovation in Catering the Company's Competitive Advantage. Ecoforum. Volume 4, Issue 1 (6), 2015.