



## “ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม : หลักฐานเชิงประจักษ์ของเทศบาลในประเทศไทย”

### The Causal Relationships and the Result of the Effectiveness of Innovation Management : Evidences of the Municipalities in Thailand

อุมาพร กาญจนคลอด<sup>1\*</sup>

Umaporn Kanjanaklod<sup>1\*</sup>

วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์<sup>2</sup>

Viroj Jadesadalog<sup>2</sup>

จันทนา แสนสุข<sup>3</sup>

Jantana Sansook<sup>3</sup>

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อตรวจสอบปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากร การจัดการความรู้ที่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยผล ภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่าย และความสำคัญของเทศบาลในประเทศไทย ได้แก่ โดยผ่านตัวแปรกลาง คือประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือการศึกษากับปลัดเทศบาลในประเทศไทย 344 เทศบาล สถิติที่ใช้เป็นการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ

ผลศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย การบริการที่เป็นเลิศส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำคัญขององค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กรและประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร การจัดสรรทรัพยากรและการจัดการความรู้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย การบริการที่เป็นเลิศ ประโยชน์จากงานวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้บริหารของเทศบาลในองประเทศไทย ตระหนักถึงการพัฒนาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมมีประสิทธิวิภาษมากขึ้น ปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้ องค์กรเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายต่อไป

คำสำคัญ: การจัดสรรทรัพยากร การจัดการความรู้ ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรม ภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือกับเครือข่าย

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\* ผู้นิพนธ์ประสานงาน อีเมล: pigkymoon@hotmail.com โทรศัพท์ : 089-4639288

<sup>1</sup> Ph.D. Candidate of Philosophy Program in Management Faculty of Management, Silpakom University

\* Corresponding Author e-mail : pigkymoon@hotmail.com Tel : 089-4639288

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร อีเมล: viroj\_jade@hotmail.com

Assistant Professor of Faculty of Management Science Silpakom University e-mail : viroj\_jade@hotmail.com

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ อีเมล :

jantana\_tuk@hotmail.com

<sup>3</sup> Assistant Professor of Faculty of Business Administration and Information Technology, Rajamangala University of Technology

Suvarmahumi e-mail : jantana\_tuk@hotmail.com

### Abstract

The purpose of the study were to investigate the casual factors in term of Resource Allocation and Knowledge Management related to the result factors in term of Corporate Image, Cooperation Network and Municipality Success in Thailand through the mediators of The Effectiveness of Innovation Management. A questionnaire was used as a data collection instrument from 344 municipal clerks in Thailand. The analyzing statistics were multiple correlation analysis and multiple regression analysis.

The result found that (1) The Effectiveness of Innovation Management in term of the Organization Construction Culture, The Good Management, Organization Relation with Network and Service Excellence positively affected Corporate Image, Cooperation Network and Cooperation Success, (2) the Corporate Image and Cooperation Network positively affected Cooperation Success, and (3) the Resource Allocation and Knowledge Management positively affected The Effectiveness of Innovation Management in term of the Organization Construction Culture, The Good Management, Organization Relation with Network and Service Excellence.

Benefits of the study, the administrators of the municipalities would develop The Effectiveness of Innovation management more effectively, adjust their organization on real time basis in order to be the competitive advantage and achieve their performance.

**Keywords :** Resource Allocation, Knowledge Management, The Effectiveness of Innovation Management, Corporate Image, Cooperation Network, Cooperation Success

### บทนำ

การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบันทำให้หลายองค์กรปรับตัวไม่ทัน และได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง เพราะการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงในทุกมิติพร้อม ๆ กัน กระทั่งถึงกันและกัน ทั้งในเรื่องภูมิอากาศ พลังงาน เศรษฐกิจ การตลาด และ โครงสร้างทางสังคม ในขณะที่สื่อสารทางสังคมรูปแบบต่าง ๆ ทำให้การสื่อสารและแบบแผนความสัมพันธ์ของคนในสังคมเปลี่ยนไป สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทุกวันนี้เป็นการเปลี่ยนแปลงที่คาดเดาได้ยาก นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นของการบริหารองค์กรในปัจจุบัน และในอนาคตอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยนวัตกรรมไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นเฉพาะแต่ภาคธุรกิจเท่านั้น ภาครัฐก็จำเป็นต้องมีนวัตกรรมไว้รองรับการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงจากกระแสโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การติดต่อสื่อสารของประเทศต่าง ๆ

ในโลกเชื่อมถึงกันได้โดยสะดวกมากขึ้นทำให้การแข่งขันของประเทศต่าง ๆ รุนแรงมากขึ้น ดังนั้นการที่ประเทศต่าง ๆ จะสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ ต้องอาศัยความมีประสิทธิภาพขององค์กรภาครัฐที่ช่วยในการขับเคลื่อนนโยบาย ส่วนมีระบบราชการและกลไกภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ และมีการนำนวัตกรรมมาใช้ดังต่อเนื่อง [1] ดังนั้นภาครัฐก็จำเป็นต้องมีนวัตกรรมไว้รองรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อเกิดควมมีประสิทธิภาพขององค์กรภาครัฐที่ช่วยในการขับเคลื่อนนโยบาย ซึ่งมีการนำเอานวัตกรรมมาใช้อย่างต่อเนื่อง [2] ซึ่งองค์กรภาครัฐยังจะต้องปรับตัวให้ทันต่อความก้าวหน้าของภาคเอกชนและองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ด้วยเพื่อที่จะได้เสริมและเกื้อหนุนให้ภาคธุรกิจได้พัฒนาไปอย่างก้าวไกล นวัตกรรม ได้มีการแพร่กระจายและมีการนำไปประยุกต์ใช้ในภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการบริหารราชการส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยนั้น ในเรื่องการ

กระจายอำนาจผู้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ซึ่งถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมองค์กร และเป็นรากฐานสำคัญของการปกครองในระบอบประชาธิปไตย ซึ่ง นวัตกรรมองค์กรก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริหารได้นำนวัตกรรมมาใช้ในการแก้ปัญหาขององค์กร การเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการ และการสร้างความท้าทายใหม่ ๆ เพื่อทำให้องค์กรเกิดความสำเร็จในอนาคตที่เป็นสากลมากขึ้น โดยนำเอาวิธีการบริหารจัดการแบบใหม่มาใช้ [3] และการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นในช่วงที่ผ่านมา มีผลต่อการเกิดนวัตกรรมท้องถิ่นอย่างชัดเจน และพบว่าความหลากหลายของนวัตกรรมท้องถิ่นมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับสถานะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพปัญหาของภูมิภาคและชุมชนแต่ละแห่งอย่างชัดเจน ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ยืนยันทฤษฎีว่าด้วยการกระจายอำนาจ (Decentralization) ที่ว่า การกระจายอำนาจการตัดสินใจลงสู่หน่วยงานระดับล่าง ช่อมส่งเสริมให้เกิดการคิดค้นริเริ่มนวัตกรรม เพื่อสนองตอบการแก้ไขปัญหาและความต้องการอันหลากหลายของพื้นที่หรือกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ ได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งกว่า การรวบอำนาจการตัดสินใจไว้ที่หน่วยงานส่วนกลาง [4]

เทศบาล เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนอย่างมาก และมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายกำหนดในการจัดทำบริการสาธารณะต่าง ๆ ให้กับประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง [5] จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมพบว่า ตัวแปรสำคัญที่นำมาศึกษายังมีค่อนข้างน้อย และอาจไม่ได้แสดงผลให้เห็นอย่างชัดเจนผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมของเทศบาลในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นปัจจัยสาเหตุ ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากรและการจัดการความรู้ และตัวแปรผล ได้แก่ การบริการที่เป็นเลิศส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายและ

ความสำเร็จขององค์กร โดยผ่านตัวแปรกลางคือประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย การบริการที่เป็นเลิศ และมีตัวแปรแทรกซ้อนขนาดขององค์กรและงบประมาณ อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาอาจยังไม่มีการศึกษาอิทธิพลและความเกี่ยวข้องของปัจจัยต่าง ๆ ในเชิงประจักษ์ ดังนั้นผลของการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับองค์กรต่าง ๆ ในการตระหนักถึงการพัฒนาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมมีประสิทธิภาพมากขึ้นปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันต่อสถานการณ์ เพื่อให้องค์กรเกิดความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่บรรลุเป้าหมายต่อไป และใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับผู้วิจัยในอนาคตที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการจัดการนวัตกรรมในมิติอื่นต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อทดสอบผลกระทบของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย การบริการที่เป็นเลิศ ที่มีต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่าย และความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย
2. เพื่อทดสอบผลกระทบของภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่าย และความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย
3. เพื่อทดสอบปัจจัยผลกระทบเชิงสาเหตุ ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากร การจัดการความรู้ ที่มีต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่ายการบริการที่เป็นเลิศ

### สมมติฐานการวิจัย

1. สมมติฐานที่ 1 ก ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กรมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1 ข ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการภาครัฐมีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1 ค ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 1 ง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ มีผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของเทศบาลในประเทศไทย

2. สมมติฐานที่ 2 ก ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กรมีผลกระทบต่อประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ข ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการภาครัฐมีผลกระทบต่อประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ค ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย มีผลกระทบต่อประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 ง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ มีผลกระทบต่อประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายของเทศบาลในประเทศไทย

3. สมมติฐานที่ 3 ก ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กรมีผลกระทบต่อความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ข ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการภาครัฐมีผลกระทบต่อความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ค ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย มีผลกระทบต่อความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ง ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ มีผลกระทบต่อ

ความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

4. ภาพลักษณ์ขององค์กรมีผลกระทบต่อความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

5. การบริการที่เป็นเลิศมีผลกระทบต่อความสำเร็จของเทศบาลในประเทศไทย

6. สมมติฐานที่ 6 ก การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรมีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร

สมมติฐานที่ 6 ข การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรมีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการภาครัฐ

สมมติฐานที่ 6 ค การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรมีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย การบริการที่เป็นเลิศ

สมมติฐานที่ 6 ง การจัดสรรทรัพยากรขององค์กรมีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ

7. สมมติฐานที่ 7 ก การจัดการความรู้มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร

สมมติฐานที่ 7 ข การจัดการความรู้มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการภาครัฐ

สมมติฐานที่ 7 ค การจัดการความรู้มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย

สมมติฐานที่ 7 ง การจัดการความรู้มีผลกระทบต่อความสามารถในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ

### วิธีดำเนินการ

1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือปลัดเทศบาลในประเทศไทย จำนวน 2,454 แห่ง [6] โดยผู้วิจัยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบระดับชั้นอย่างเป็นสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยแบ่ง

เทศบาลออกเป็น 3 ขนาดคือเทศบาลตำบลเทศบาลเมือง และเทศบาลนคร กับ 5 ภูมิภาค กรุงเทพฯ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ทั้งนี้ เพื่อต้องการให้การเก็บข้อมูลเกิดการกระจายทั่วทุกเทศบาลและภูมิภาค โดยใช้ขนาดของเทศบาลเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ ซึ่งมีปลัดเทศบาลเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจำนวนขนาดของตัวอย่างทั้งหมดได้จากการคำนวณตามสูตรของยามานะ (Yamane) จำนวน 344 คน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และมีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 [7]

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ครอบคลุมนิยามปฏิบัติการของตัวแปรประกอบด้วย 6 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 5 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร 6 ข้อ ตอนที่ 3-5 เป็นข้อมูลความคิดเกี่ยวกับผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรม ผลการดำเนินงานจากประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรม 45 ข้อ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) [8] โดย 1=เห็นด้วยน้อยที่สุด และ 5=เห็นด้วยมากที่สุด และตอนที่ 6 เป็นคำถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Mail Questionnaire) ไปยังกลุ่มประชากรจำซึ่งพบว่าเมื่ออัตราการตอบกลับจึงแจกแบบสอบถามทั้งสิ้น 1712 ชุด พบว่าแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ความครบถ้วนตามเนื้อหาของแบบสอบถามทั้ง 344 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 20.09 ซึ่งสอดคล้องกับเกณฑ์จำนวนตอบกลับแบบสอบถามทางไปรษณีย์ที่ยอมรับได้เมื่ออัตราตอบกลับไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 [9] รวมระยะเวลารวบรวมข้อมูล 60 วัน ตั้งแต่วันที่ 21 ธันวาคม 2558 – 18 กุมภาพันธ์ 2559

4. การตรวจสอบเครื่องมือวิจัยประกอบด้วย การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของเครื่องมือวัดโดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item-Objective Congruence) ซึ่งมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน

พิจารณาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่าตั้งแต่ 0.75 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยและสามารถนำมาใช้ในการสอบถามได้และผู้วิจัยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาอำนาจจำแนกรายข้อ (Discrimination Power) เพื่อพิจารณาว่าข้อคำถามหรือตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยสามารถจำแนกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามได้หรือไม่ โดยการหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวมของแบบสอบถามทั้งหมด (Item-total Correlation) ข้อคำถามที่ใช้ได้ต้องมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป [10] ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.4105-0.8286 นอกจากนี้ได้คำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability Test) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค [11] ด้วยการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กลุ่ม และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของข้อคำถามที่มีค่าอยู่ระหว่าง 0.8877-0.9461 มีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไปจึงถือว่าค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมดยอมรับได้ [12]

ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานตามเงื่อนไขความถดถอยพบว่าค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0 ค่าความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระต่อกัน โดยพบว่าค่า Durbin-Watson อยู่ระหว่าง 1.39–2.14 สำหรับค่าความคลาดเคลื่อนมีการแจกแจงแบบปกติ โดยตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงทุกสมการในทิศทางเดียวกัน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรเพื่อหาความเหมาะสมของข้อมูลโดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และ Bartlett's Test of Sphericity ซึ่งผลการทดสอบค่า KMO พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.672–0.871 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 และมีค่าเข้าใกล้ 1 สำหรับผลการทดสอบค่า Bartlett's Test of Sphericity พบว่า มีนัยสำคัญเท่ากับ 0.000 ทุกตัวแปร ดังนั้นผลการทดสอบค่าสถิติทั้ง 2 ด้านสามารถนำไปวิเคราะห์ห่อ้งค์ประกอบได้ [13] สำหรับการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เครื่องมือด้วยการทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อยืนยัน

ว่าแต่ละข้อคำถามเป็นตัวชี้วัดที่จัดอยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน จากการทดสอบพบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.400-0.830 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally & Bernstein [14] ระบุว่าโดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบทั้งหมดซึ่งควรมีค่า 0.40 ขึ้นไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยนำข้อมูลไปวิเคราะห์ประมวลผลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เพื่อหาระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระหลายตัวตามกรอบแนวคิดการวิจัย

2. การวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่มีผลกระทบต่อความผันแปรของตัวแปรตามนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ของความสามารในการจัดการนวัตกรรมการของเทศบาลในประเทศไทย

### สรุปผลการวิจัย

1. จากผลการศึกษาพบว่า เทศบาลส่วนใหญ่มีขนาดเทศบาลตำบล ซึ่งส่วนใหญ่มีจำนวนข้าราชการและพนักงาน ประมาณ 51-100 คน โดยส่วนใหญ่หน่วยงานได้รับการจัดสรรงบประมาณน้อยกว่า 50,000,000 บาท และหน่วยงานโดยส่วนใหญ่สามารถจัดเก็บรายได้ น้อยกว่า 50,000,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่หน่วยงานเคยได้รับรางวัลในการบริหารงาน และมีการดำเนินกิจกรรมโครงการร่วมกับเครือข่ายองค์กรส่วนใหญ่คือ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. สมการที่ 1 พบว่าประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร (OCL) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร (CI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_1=0.383, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1ก

ในลำดับถัดมาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการที่ดี (GM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร (CI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_2=0.122, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1ข การวิเคราะห์ในลำดับต่อมาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย (OR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร (CI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_3= 0.111, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1ค ในขณะที่ประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริการที่เป็นเลิศ (SE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร (CI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_4=0.110, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 1ง

3. สมการที่ 2 พบว่าประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร(OCL) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลความร่วมมือกับเครือข่าย (CPN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_5=0.378, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2ก ในขณะที่ประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการที่ดี (GM) ไม่มีผลต่อประสิทธิผลความร่วมมือกับเครือข่าย (CPN) ( $\beta_6=0.098, p >0.10$ ) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 2ข นอกจากนี้ประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย (OR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลความร่วมมือกับเครือข่าย (CPN)อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\beta_7= 0.214, p<0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2ค การวิเคราะห์ในลำดับต่อมาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริการที่เป็นเลิศ (SE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลความร่วมมือกับเครือข่าย (CPN) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_8=0.107, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 2ง

4. สมการที่ 3 พบว่าประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร (OCL)

มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_9=0.439$ ,  $p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3ก ถ้าระดับถัดมาประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริหารจัดการที่ดี (GM) ไม่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) ( $\beta_{10}=0.55$ ,  $p>0.10$ ) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 3ข ในขณะที่ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย (OR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.010 ( $\beta_{11}=0.076$ ,  $p<0.10$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3ค นอกจากนี้ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ (SE) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\beta_{12}=0.072$ ,  $p<0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 3ง แสดงดังตารางที่ 1

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม		
	1 CI	2 CNP	3 CS
OCL	0.383(***) (0.046)	0.378(***) (0.291)	0.439(***) (0.201)
GM	0.122(***) (0.034)	0.098 (0.062)	0.554 (0.058)
SE	0.110(***) (0.024)	0.107(**) (0.044)	0.072(*) (0.030)
OR	0.111(***) (0.035)	0.214(***) (0.064)	0.076(**) (0.044)
OS	-0.33 (0.076)	0.033 (0.138)	0.073 (0.096)
B	0.002 (0.027)	-0.15 (0.049)	-0.035 (0.034)
Adjust $R^2$	0.516	0.284	0.351
Maximum VIF	1.465	1.475	1.607

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

5. สมการที่ 4 พบว่า ภาพลักษณ์ขององค์กรมี (IC) ความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{13}=0.718$ ,  $p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

6. สมการที่ 5 พบว่า ประสิทธิภาพความร่วมมือกับเครือข่าย (CPN) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร (CS) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{14}=0.344$ ,  $p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 5 และจากการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของประสิทธิภาพความร่วมมือกับเครือข่าย (EN) กับความสำเร็จขององค์กร (CS) ดังกล่าวข้างต้นพบเพิ่มเติมว่า ตัวแปรควบคุม คือ ขนาดขององค์กร (OS) มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร (SO) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ( $\beta_{15}=0.344$ ,  $p<0.10$ ) นั้นหมายความว่าเทศบาลที่มีขนาดที่แตกต่างกันจะส่งผลต่อความสำเร็จที่แตกต่างกัน แสดงดังตารางที่ 2

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	
	4 CS	5 CS
CI	0.718(***) (0.044)	
CNP		0.344(***) (0.034)
OS	0.106 (0.083)	0.344 (0.097)
B	0.000 (0.038)	-0.012 (0.045)
Adjust $R^2$	0.452	0.239
Maximum VIF	1.346	1.338

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

7. สมการที่ 6 พบว่า การจัดการทรัพยากร (RA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร (OCL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ( $\beta_{16}=0.156, p<0.05$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 6ก การวิเคราะห์ในลำดับต่อมาการจัดการทรัพยากร (RA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริหารจัดการที่ดี (GM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.10 ( $\beta_{17}=0.172, p<0.10$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 6ข ในขณะที่การจัดการทรัพยากร (RA) ไม่มีผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย (OR) ( $\beta_{18}=0.500, p>0.10$ ) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6ค นอกจากนี้การจัดการทรัพยากร (RA) ไม่มีผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านด้านการบริการที่เป็นเลิศ (SE) ( $\beta_{19}=0.217, p>0.10$ ) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 6ง

8. สมการที่ 7 การจัดการความรู้ (KM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร (OCL) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{20}=0.464, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 7ก การวิเคราะห์ในลำดับต่อมาการจัดการความรู้ (KM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ด้านการบริหารจัดการที่ดี (GM) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{21}=0.448, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 7ข ในขณะที่การจัดการความรู้ (KM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านความสัมพันธ์กับเครือข่าย (OR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{22}=0.089, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 7ค นอกจากนี้การจัดการความรู้ (KM) มีความสัมพันธ์เชิงบวกและส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นเลิศ (SE) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 ( $\beta_{23}=0.124, p<0.01$ ) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ 7 แสดง

ตารางที่ 3

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม			
	6 CL	7 MG	8 NET	9 SER
RA	0.156(**) (0.062)	0.172(*) (0.095)	0.217 (0.133)	0.50 (0.096)
KM	0.464(***) (0.058)	0.448(***) (0.088)	0.124(***) (0.124)	0.531(***) (0.089)
OS	0.083 (0.078)	0.202(*) (0.119)	0.052 (0.167)	0.024 (0.121)
B	-0.09 (0.036)	0.080 (0.055)	0.051 (0.078)	0.028 (0.056)
Adjust $R^2$	0.469	0.294	0.206	0.257
Maximum VIF	1.604	1.542	1.377	2.875

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 \*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 \*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

### การอภิปรายผล

ผลการวิจัยปัจจัยเหตุและผลของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมของเทศบาลในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยเหตุของการจัดการทรัพยากร การจัดการความรู้ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ในขณะที่เดียวกันประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมส่งผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิผลความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จขององค์กร ดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรเป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมเนื่องจากองค์กรมีการกำหนดนโยบายการสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาและมีการใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ดังนั้นองค์กรต้องมีต้องมีการกำหนดนโยบายและการจัดการทรัพยากร ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการสนับสนุน



ในทุก ๆ ด้านแก่พนักงาน [15] สอดคล้องกับผลวิจัยของงานวิจัยของ Richard Harold Schneider [16] พบว่าการบริหารทรัพยากร การจัดการและการจัดการด้านข้อมูล ข่าวสารมาใช้ในการบริหารจัดการส่งผลต่อความสัมพันธ์เชิงบวกต่อนวัตกรรมด้านการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2. การจัดการความรู้เป็นปัจจัยเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมเนื่องจากองค์กรมีการสร้างบรรยากาศในองค์กรเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนทรัพยากรและองค์ความรู้ในองค์กรที่นำผู้ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ การดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้น ดังนั้นพบว่าองค์ความรู้ขององค์กรได้ซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ รวมทั้งต้องมีการนำองค์ความรู้ที่ได้มาเผยแพร่ให้กับบุคลากรในองค์กร เพื่อนำไปสู่องค์กรนวัตกรรมแห่งการเรียนรู้ [17] สอดคล้องกับผลวิจัยของงานวิจัยของ Devendra D.Potnis [18] ได้เสนอแนวคิดที่ว่าปัจจัยที่ส่งผลความสำเร็จในการจัดนวัตกรรมคือการจัดการความรู้ ซึ่งประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์ การนำเสนอความรู้ และการไหลของความรู้ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ M.Birasnav, M.Albupalasa and Y.Bader [19] พบว่าความสามารถในการจัดการความรู้ ประกอบด้วย การแสวงหาความรู้ การถ่ายทอดความรู้ และการจัดการความรู้ไปประยุกต์ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมด้านกระบวนการ

3. ประสิทธิภาพในการจัดการนวัตกรรมส่งผลกระทบเชิงบวกกับภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จขององค์กร ดังนี้

3.1 วัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กรส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากองค์กรมีการสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีส่วนร่วมในการกำหนดค่านิยมร่วมกันตลอดจนส่งเสริมให้มีการพัฒนาตนเองเพื่อเพิ่มความรู้ ความสามารถในการประสาน

กิจกรรมภายในองค์กรให้มากขึ้น ดังนั้นวัฒนธรรมองค์กรต้องจูงใจให้พนักงานมีพฤติกรรมและค่านิยมร่วมกัน โดยทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจเกี่ยวกับงานที่ทำให้กับองค์กรสามารถจูงใจพนักงานและสร้างนวัตกรรมได้ [20] ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Trompenaars and Hampden-Turner [21] ความสำเร็จขององค์กรอยู่ที่ความเป็นหนึ่งเดียวกัน และกระตุ้นให้พนักงานแต่ละคนคิดริเริ่ม และมีอิสระในการทำงานเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่องค์กร รวมทั้งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

3.2 การบริหารจัดการที่ดีส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร เนื่องจากองค์กรมีกลไกกระบวนการจัดการภายในเพื่อดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งองค์กรได้นำเทคนิคต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินงานเพื่อพัฒนาระบบการบริหารต่าง ๆ ในองค์กร ดังนั้นนวัตกรรมด้านกระบวนการ เป็นการแนะนำขั้นตอนการทำงานใหม่หรือกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กรที่มีอยู่ให้ดีขึ้น รวมทั้งการพัฒนากระบวนการผลิตให้ดีขึ้น [22] ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ The study Walker [23] ได้กล่าวถึงนวัตกรรมด้านกระบวนการเกิดจากการจัดโครงสร้างองค์กร เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการดำเนินงาน

3.3 ความสัมพันธ์กับเครือข่ายส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากองค์กรมีการดำเนินกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ สนับสนุนให้เครือข่ายองค์กรที่เกี่ยวข้องเข้ามาดำเนินการร่วมกัน มีการระดมความคิดเห็น และการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาในการดำเนินงานร่วมกันระหว่างเครือข่ายองค์กร ดังนั้น ฤกษ์แจหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีส่วนร่วมคือการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร [24] และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระศักดิ์ เครือเทพ [25] พบว่าการเกิดนวัตกรรมขององค์กรบริหารส่วนตำบลนั้น

เกิดจากการที่ชุมชนได้มีการระดมความเห็นเพื่อการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ๑ ตลอดจนความพร้อมด้านบุคลากรทรัพยากรทางการเงิน และการประสานความร่วมมือที่ดีจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง

3.4 การบริการที่เป็นเลิศส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์องค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากองค์กรมีการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสนับสนุนให้การบริการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งจะนำไปสู่ให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างมีระบบ ดังนั้นองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการที่สำคัญคือ พนักงานผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ [26] และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sum [27] กล่าวว่าวิธีการหลักของกลยุทธ์นวัตกรรมบริการ คือ การให้ความสำคัญกับพนักงานหรือลูกจ้างและแผนปฏิบัติงานด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจต้องสอดคล้องกับความพึงพอใจทั้งในส่วนของลูกค้าหรือพนักงานผู้ให้บริการและลูกค้าที่มาใช้บริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hertog and Verburg [28] การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับพนักงานรวมถึงการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรมซึ่งเป็นแรงกระตุ้นโดยตรงที่ทำให้เกิดการบริการที่เป็นเลิศ

4. ภาพลักษณ์ขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากองค์กรมีการใช้ทรัพยากรเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ซึ่งนำไปสู่การได้รับความเชื่อมั่นและความไว้วางใจจากประชาชนในด้านการดำเนินงานขององค์กรและการพัฒนาบริการประชาชนที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นการจัดการของนวัตกรรมขององค์กรนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กร [29] ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนนท์ รัชชานววัฒน์ [30] พบว่า กระบวนการบริหารภาพลักษณ์องค์กร เริ่มต้นจากการวิจัยเพื่อหาข้อมูลข้อเท็จจริง เกี่ยวกับปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่และความต้องการของผู้ใช้บริการเพื่อปรับปรุงแบรนด์ ซึ่งส่วนใหญ่ของจดจำได้จากคำพูดได้มากกว่าภาพลักษณ์จึงมีการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ โดยใช้สื่อมวลชนและ

สื่อสาธารณะต่าง ๆ เผยแพร่ภาพลักษณ์ใหม่สู่กลุ่มเป้าหมาย จึงนำข้อมูลการวิจัยมาวางแผน โดยผู้บริหารและบุคลากรในองค์กรมีบทบาทในการทบทวนและกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจและเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (Strategic Objectives) ทั้งนี้งานวิจัยของ Souiden, Norizan และ Heung [31] สนับสนุนว่าชื่อองค์กรหรือธุรกิจมีนัยสำคัญกับภาพลักษณ์ขององค์กรในขณะเดียวกันชื่อเสียง

5. ประสิทธิภาพขององค์กรส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จขององค์กร เนื่องจากองค์กรเครือข่ายมีการดำเนินงานในการบริหารจัดการการบริการสาธารณะร่วมกันในชุมชน ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือกันในการจัดการบริการสาธารณะให้กับประชาชนและเมืองเครือข่ายเข้ามามีส่วนร่วมเพิ่มขึ้น ดังนั้น ปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดนวัตกรรมคือ ความร่วมมือกันขององค์กรเครือข่ายของแต่ละท้องถิ่น [32] ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Hult, Knight and Hurley [33] กล่าวว่า คุณภาพหลักในการสร้างสรรค์นวัตกรรมมีส่วนร่วมคือการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ซึ่งมีผลกระทบโดยตรงต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ วีระศักดิ์ เครือเทพ [34] พบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญในการคิดค้นนวัตกรรมต่าง ๆ ของ อปท.

#### ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะเป็น 2 ส่วน ดังนี้

##### 1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี

1.1 ได้กรอบแนวความคิด ทำให้เกิดการบูรณาการทางทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ให้เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุ อันประกอบด้วย การจัดสรรทรัพยากร การจัดการความรู้ และปัจจัยผล ได้แก่ ภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่าย และความสำเร็จในองค์กร

1.2 การสร้างความชัดเจนในลักษณะของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมสำหรับเทศบาล

ในประเทศไทย ซึ่งเมื่อเทศบาลทราบถึงประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมที่ชัดเจน จะส่งผลให้สามารถวิเคราะห์ระหว่างทรัพยากรองค์กรและการจัดการความรู้ และประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ซึ่งจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่าย และความสำเร็จขององค์กร ซึ่งศึกษาภายใต้บริบทของเทศบาล

## 2. ประโยชน์เชิงการจัดการ

2.1 จากการศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมทั้งสี่ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย และการบริการที่เป็นเลิศ ทำให้ทราบถึงความสำคัญของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่เทศบาลควรส่งเสริมให้พนักงานส่วนท้องถิ่นเห็นความสำคัญต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์องค์กร การบริหารจัดการที่ดี ความสัมพันธ์กับเครือข่าย และการบริการที่เป็นเลิศซึ่งจำเป็นไปสู่การจัดการนวัตกรรมขององค์กร ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันการดำเนินงานของเทศบาลให้ความสำคัญเรื่องการให้บริการแก่ประชาชน การดำเนินงานเป็นไปตามตัวชี้วัดและมาตรฐานขององค์กร ดังนั้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลความรู้ต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำข้อผิดพลาดจากการทำงาน ข้อร้องเรียน และข้อเสนอแนะจากประชาชนมาปรับปรุงการทำงาน ส่งผลให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพ และนำมาซึ่งคุณภาพในการให้บริการและผลการดำเนินงานที่ดีและนำไปสู่ความสำเร็จตามแนวทางแนวปฏิบัติที่ดีขององค์กร

2.2 สำหรับการศึกษาศักยภาพของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม ได้แก่ การจัดสรรทรัพยากร การจัดการความรู้ ทำให้องค์กรสามารถส่งเสริมสนับสนุนปัจจัยดังกล่าวเพื่อเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการความรู้ ตลอดจนภาพลักษณ์ขององค์กร ประสิทธิภาพความร่วมมือของเครือข่ายและความสำเร็จในองค์กร โดยองค์กรมีกลไกกระบวนการจัดการภายในเพื่อดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่

เปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกองค์กร และมีการกำหนดนโยบายการสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ตลอดจนนำเทคโนโลยีมาช่วยในการทำงานติดต่อสื่อสาร เพื่อให้องค์กรสามารถพัฒนาประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรม

## ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

สำหรับข้อเสนอแนะในอนาคต ควรเลือกประชากรที่เฉพาะเจาะจง โดยอาจเลือกเทศบาลใดเทศบาลหนึ่งเพื่อลดปัญหาเรื่องของความแตกต่างด้านขนาดขององค์กร งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรที่มีความแตกต่างกันของแต่ละองค์กร นอกจากนี้ อาจจะเลือกศึกษาประชากรที่แตกต่างจากเทศบาลเช่น องค์กรการบริหารส่วนจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบลหรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อให้เห็นลักษณะและรูปแบบของประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมที่ชัดเจนและแตกต่างกันไป นอกจากนี้ อาจมีการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิผลในการจัดการนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของเทศบาลในประเทศไทย เพื่อสามารถนำข้อมูลไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- [1] นัทธี จิตสว่าง [http://www.gotoknow.org/profiles/users/nathee\\_nt](http://www.gotoknow.org/profiles/users/nathee_nt) . สืบค้นวันที่ 10 ธันวาคม 2555.
- [2] [1]
- [3] ชลิตา ธรรมณี และคณะ. (2555) การสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการสาธารณะโดยองค์การบริหารส่วนตำบล. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- [4] จรัส สุวรรณมาลาและคณะ. (2549) เรื่อง นวัตกรรมท้องถิ่นไทย เล่มที่ 6 กรณีศึกษาด้านการจัดสวัสดิการสังคมด้านการพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพชีวิตและด้านสาธารณสุข.กรุงเทพฯ
- [5] [3]
- [6] กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2556) ข้อมูลจำนวนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. เข้าถึงเมื่อ 7 มิถุนายน 2559. เข้าถึงได้จาก <http://www.dla.go.th/work/abt/>.
- [7] บุญใจ ศรีสถิตย์นรากร. (2545). ระเบียบวิธีการวิจัย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [8] Frederick & Ann. (2012) Research Method For the Behavior Sciences. (4thed.). Canada: Wadsworth Cengage Learning
- [9] Aaker, Kumar & Day. (2001). Marketing Research. New York: John Wiley and Sons.
- [10] John-Conley. (2009) Using Community-based Participatory Research in the Development of a Consumer-driven Cultural Competency Toal. NJ : ProQuest.
- [11] Cronbach. (1970) Essentials of Psychological Test (5th ed.). New York : Harper Collins
- [12] Hair et.al.. (2006) . Multivariate Data Analysis. 6t ed. Upper Saddle River, N.J.: Pearson Education Inc.
- [13] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550) สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- [14] Nunnally & Bernstein. (1994) Psychometric theory. 3rd ed. New York : McGraw hill.
- [15] Daniel M. Franks and Frank Vanclay. (2013) “Social Impact Management Plans : Innovation in corporate and public policy.” Environmental Impact Assessment Review.
- [16] Richard Harold Schneider. (1981) “Local Construction Regulatory Process Innovation : A Comparative Analysis of Florida Building Inspection Departments.” ProQuest Information and Learning Company.
- [17] นรวัดน์ ชุตินวงศ์และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2554). “การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย.” วารสารบริหารธุรกิจบัณฑิต 34, 130 (เมษายน-มิถุนายน) : 47-58.
- [18] Devendra D.Potnis. (2010) “Measuring e-governance as an innovation in the public sector.” Government Information Quaterly 27, 1:41.
- [19] M.Birasnav, M.Albufalasa and Y.Bader. (2013) “The role of transformational leadership and knowledge management processes on predicting product and process innovation : An empirical study developed in Kingdom of Bahrain.” Tékhne11, 2 (July–December) : 64–75
- [20] Kotter and Heskett. (1992) Corporate Culture and Performance. New York : The Free Press.
- [21] Trompenaars and Hampden-Turner. (2004) Managing People Across Cultures. Oxford : Capstone.
- [22] รังสรรค์ ประเสริฐศรี. (2554) “นวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงองค์กร.” วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ 1, 1 (กันยายน-ธันวาคม) : 23-30.



- [23] The study Walker. (2006) "Identification with academics, intrinsic/extrinsic motivation, and self efficacy as predictors of cognitive engagement." *Learning and Individual Differences* 16 : 1-12.
- [24] Hult, Knight and Hurley. (2004) "Innovativeness : Its Antecedents and Impact on Business Performance." *Industrial Marketing Management* 33, 5 : 429.
- [25] วีระศักดิ์ เครือเทพ. (2548) "ข้อค้นพบจากนวัตกรรมท้องถิ่นไทย." *วารสารประชาคมวิจัย* 60 (มีนาคม-เมษายน) : 15-25.
- [26] Voss และ Zomerdijk. (2007) "Innovation in Experiential Service—An Empirical View." *DTIOccasional paper Innovation in Service* 9: 97-134.
- [27] Sun. (2009) "Synthesis and heavy metal immobilization behaviors of ash based geopolymer." *Journal of Wuhan University of Technology- Materials Science Edition* 24, 5: 819-825.
- [28] Hertog and Verburg.. (2002) "Service Excellence from the Employees' Point of View : the Role of First Line Supervisors." *Managing Service Quality* 12, 3 : 159-164.
- [29] [15]
- [30] นนท์ รัชดาชนวัฒน์. (2556) กระบวนการบริหารภาพลักษณ์ของบริษัท กสท โทรคมนาคม จำกัด (มหาชน). กรุงเทพฯ : คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [31] Souiden, Norizan และ Heung . (2006) "The Effect of Corporate Branding Dimensions on Consumers' Product Evaluation : A Cross-cultural Analysis." *European Journal of Marketing* 40, 7/8 : 825 – 845,
- [32] Nicholas P.Lovrich. (1996) "Innovation in local government : Identifying actors. contributing to innovative efforts from six comparative case studies." ProQuest Information and Learning Company.
- [33] [24]
- [34] [25]