

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร กับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ของพนักงานธนาคารพาณิชย์

THE RELATIONSHIPS AMONG BIG FIVE PERSONALITIES, WORKING ENVIRONMENT AND PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT TOWARDS THE INNOVATIVE WORK BEHAVIOR OF COMMERCIAL BANK STAFF

สดาวรรณ หัตถยาวัฒน์¹ และสมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต²

Ladawan Hattayawat¹ and Sompoch Iamsupasit²

¹ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Faculty of Liberal Arts Thammasat University

Email: Ladawan.maya@gmail.com

² คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Faculty of Psychology Chulalongkorn University

Email: isompoch@hotmail.com

Received : 31 July 2020

Revised : 22 September 2020

Accepted : 28 December 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร กับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ พนักงานของธนาคารพาณิชย์ จำนวน 320 คน รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามประกอบด้วย แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และ แบบสอบถามพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม วิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธี Enter ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบประนีประนอม สภาพแวดล้อมในการทำงาน สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ได้ร้อยละ 55.1

คำสำคัญ: บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ; สภาพแวดล้อมในการทำงาน; การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร; พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม

ABSTRACT

The objective of the current research study was to study about the relationships among the big five personalities, working environment and perceived organizational support towards the innovative work behavior of commercial bank staff. The samples of the study were 320 operation staff members of two commercial banks. The research instruments were big five personalities questionnaire, working environment questionnaire, perceived organizational support questionnaire and innovative work behavior questionnaire. The data were analyzed employing Pearson analysis, regression analysis and multiple-regression analysis with Enter method. The results shown that perceived organization support, conscientiousness, extraversion, agreeableness and working environment were able to be used for predicting the innovation work behavior of commercial bank staff at 55.1 percent.

Keywords: The Big Five Personalities; Working Environment; Perceived Organization Support; Innovation Work Behavior

โจทย์วิจัย/ปัญหาวิจัย

“ธุรกิจธนาคาร” นับว่าเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจาก “Technology Disruption” ที่อดีตการทำธุรกรรมทางการเงินทุกอย่างผู้บริโภคจะต้องพึ่งพาธนาคารเท่านั้น แต่ทันทีที่เกิด “Financial Technology” (Fin Tech) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย “บริษัทเทคโนโลยี” ผู้พัฒนาทางด้านนวัตกรรมทางการเงินรายใหม่ๆ ทำให้นาคารพาณิชย์ไม่ได้เป็นเพียงคำตอบเดียวของการทำธุรกรรมทางการเงินอีกต่อไป ด้วยเหตุนี้จึงเป็นการตอกย้ำให้นาคารพาณิชย์จำเป็นต้องปรับตัว สร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้น นวัตกรรมถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่องค์กรควรนำเข้ามาใช้ในการแข่งขัน เพื่อให้การดำเนินกิจการต่างๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้า โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อความมั่นคงในการดำเนินกิจการ (Drucker, 2002) ผลการศึกษาของซีลอม (Seelom, 2002) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลของการมีนวัตกรรมกับการดำเนินการขององค์กรต่างๆ โดยศึกษาจากผลประกอบการของบริษัทฯ ข้ามชาติที่ดำเนินการกิจการในประเทศไทย จำนวน 22 บริษัท พบว่า องค์กรที่มีการส่งเสริมและมีการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง สามารถเพิ่มผลประกอบการให้กับกิจการมากยิ่งขึ้น จากการศึกษาค้นคว้าบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมในระดับบุคคลที่ผ่านมามีจะมุ่งเน้นศึกษาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของพนักงาน ซึ่งนักวิชาการในยุคหลังเห็นว่า การศึกษาเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นการศึกษาเพียงขั้นต้นของกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรม จึงหันมาให้ความสนใจศึกษาพฤติกรรมที่มีความครอบคลุมถึงกระบวนการทั้งหมดในการสร้างสรรค์นวัตกรรม (e.g. Scott and Bruce, 1998; Janssen, 2000) แนวคิดของบุคลิกภาพที่ได้รับการยอมรับและสามารถนำมาใช้ได้ทั้งในเชิงวิชาการและองค์กรต่างๆ คือ บุคลิกภาพแบบห้าองค์ประกอบ ตามแนวคิดของ คอสตาและแมคครี (Costa and McCrae, 1992) นอกจากบุคลิกภาพที่เป็นปัจจัยจากตัวบุคคลแล้ว สภาพแวดล้อมในการทำงานยังนับว่า เป็นสิ่งสำคัญที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยเฉพาะองค์กรแห่งนวัตกรรม ยิ่งสภาพแวดล้อมในการทำงานที่สนับสนุนต่อความคิดสร้างสรรค์มากเท่าไร บุคลากรย่อมสามารถแสดงการสร้างสรรค์ได้มากขึ้นเท่านั้นจากความสำคัญของพฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมที่มีต่อองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในองค์กรที่กำลังมีการแข่งขันสูงทางด้านนวัตกรรมดังเช่นธนาคารพาณิชย์ ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พฤติกรรมการสร้างนวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ซึ่งมีส่วนขับเคลื่อนและผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่สู่ธุรกิจการเงิน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร กับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์
2. เพื่อทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานธนาคารพาณิชย์ฝ่ายกลยุทธ์ และการตลาดจำนวน 320 คน เมื่อเก็บข้อมูลจริงได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 294 คน ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจากประชากรทั้งหมด โดยส่งแบบสอบถามไปเท่ากับจำนวนประชากร และได้แบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์กลับมา

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วมาหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยการวัดค่าคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach Coefficient Alpha: α) ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยหาความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งรายด้านและรายฉบับจากการดูค่า Alpha และ Scale if item deleted เพื่อเลือกข้อคำถามที่มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามสูงกว่า 0.70 (รายละเอียดในภาคผนวก ก) จากการหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามดังกล่าว ผู้วิจัยได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม ดังแสดงในตารางที่ 1

แสดงค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	จำนวนข้อคำถาม	ค่าความเที่ยง
แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ		
1. บุคลิกภาพแบบห้วนไหว	12	.819
2. บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	12	.793
3. บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	12	.835
4. บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	12	.770
5. บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	12	.828

แบบสอบถาม	จำนวนข้อคำถาม	ค่าความเที่ยง
แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน	32	.812
แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	20	.933
แบบสอบถามพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม	10	.953

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามทั้งหมด 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อายุงาน ตำแหน่งงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ 2.1) บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว 2.2) บุคลิกภาพแบบแสดง 2.3) บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ 2.4) บุคลิกภาพแบบประนีประนอม 2.5) บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ส่วนที่ 3 แบบสอบถามสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่วนที่ 4 แบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ส่วนที่ 5 แบบสอบถามพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ทั้งหมด 294 คน ผลการวิเคราะห์พบว่า โดยส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.7 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.3 มีอายุระหว่าง 26 - 35 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.6 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 36 -45 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.2 จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 294 คน สามารถสรุปค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร ได้แก่ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ดังแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

ตัวแปร	ค่า			
	ค่าเฉลี่ย (Mean)	เบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ต่ำสุด (Min)	สูงสุด (Max)
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว (Neuroticism)	2.42	0.55	1.00	4.17
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว (Extroversion)	3.62	0.47	2.00	5.00
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ (Open to experience)	3.13	0.28	2.50	4.17
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม (Agreeableness)	3.70	0.51	2.25	5.00
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก (Conscientiousness)	3.74	0.49	2.33	5.00
สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Environment)	3.87	0.47	2.83	4.88
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support)	3.75	0.63	1.47	5.00
พฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรม (Innovation work behavior)	3.89	0.64	1.00	5.00

จากตารางที่ 2 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ แต่ละรายด้าน พบว่า บุคลิกภาพแบบประนีประนอม และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก อยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.702 และ 3.746 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .518 และ .494 เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับสภาพแวดล้อมในการทำงานโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.870 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .478 สำหรับค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรพบว่าอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.752 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .630 ในส่วนค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการสร้างสรรค่นวัตกรรมพบว่าอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.897 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .641

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวทำนายในรูปคะแนนดิบ คะแนนมาตรฐาน ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์ถดถอย การทดสอบค่า t (t-test) ของกลุ่มตัวอย่าง และตัวทำนายทั้งหมดที่ศึกษาในการทำนายพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม (N = 294)

ตัวแปร	B	Std. Error	β	t	p-value
(ค่าคงที่)	-.073	.476	-	-.15	.879
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	.053	.058	.046	.92	.358
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	.260	.068	.195	3.81	.000
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	-.085	.092	-.038	-.92	.355
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	-.169	.062	-.137	-2.71	.007
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.339	.067	.261	5.03	.000
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	.250	.088	.187	2.82	.005
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	.414	.059	.405	7.01	.000
R = .744 R ² = .554					

**p < .01

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของกลุ่มตัวอย่างได้ร้อยละ 55.4 (R² = .554)

อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมกับบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวพบว่า พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ -.289 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า บุคลิกภาพแบบหัวน้ําหวัดพฤติกรรมการสร้างสรรคหากบุคลิกภาพแบบหัวน้ําหวัดมีคะแนนต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากบุคลิกภาพแบบหัวน้ําหวัดสูง พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ พระรักษา (2557)

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 บุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมกับบุคลิกภาพแบบแสดงตัว พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบแสดงตัว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .480 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า บุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรม ซึ่งมีความหมายว่า หากบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีคะแนนสูง พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากบุคลิกภาพแบบแสดงตัวต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ พระรักษา (2557)

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมกับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมไม่มีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .093

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรม ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณรัตน์ พระรักษา (2557)

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมกับบุคลิกภาพแบบประนีประนอม พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบประนีประนอม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .223 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรม ซึ่งมีความหมายว่า หากบุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีคะแนนสูง พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากบุคลิกภาพแบบประนีประนอม คะแนนต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรรคนวัตกรรมจะมีคะแนนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรณรัตน์ พระรักษา (2557)

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 บุคลิกภาพแบบแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมกับบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .500 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม ซึ่งมีความหมายว่า หากบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีคะแนนสูง พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกมีคะแนนต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณรัตน์ พระรักษา (2557)

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 สภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมในการทำงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .847 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม ซึ่งมีความหมายว่า หากสภาพแวดล้อมในการทำงานมีคะแนนสูง พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากสภาพแวดล้อมในการทำงานมีคะแนนต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวพร ไพรยานนท์ (2554)

สมมติฐานการวิจัยที่ 7 การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร พบว่า พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .898 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากผลการวิจัยข้างต้นแสดงว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรม ซึ่งมีความหมายว่า หากการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีคะแนนสูง พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนสูง และหากการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีคะแนนต่ำ พฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมจะมีคะแนนต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลินี อ้นวิเศษ (2554)

สมมติฐานการวิจัยที่ 8 บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบแต่ละด้าน สภาพแวดล้อมในการทำงาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์

ผลการวิจัย ตัวแปรที่สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรม มีตัวแปรการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สภาพแวดล้อมในการทำงาน บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก บุคลิกภาพแบบแสดงตัว และบุคลิกภาพแบบประนีประนอม สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ ร้อยละ 55.1 พบว่า ตัวทำนายที่มีค่า β สูงสุด คือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ($\beta = .059$) ผลการวิจัยพบว่า หากพนักงานธนาคารพาณิชย์ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรสูงจะมีพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมสูงตามไปด้วย ดังที่ Hammond, Neff, Farr, Schwall, and Zhao (2006) ได้ทำการศึกษาการวิเคราะห์ห่อหุ้ม (Meta-analysis) เกี่ยวกับพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมในระดับบุคคล จากงานวิจัยทั้งหมด 1,820 ชิ้นงาน ระหว่างปี 1980-2008 ผลการศึกษาพบว่าบุคลิกภาพแบบความคิดสร้างสรรค์ ลักษณะงาน แรงจูงใจ บริบทองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา ส่งผลทางบวกต่อพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมในระดับบุคคล

บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกเป็นตัวแปรในลำดับถัดมาที่สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมได้ ($\beta = .067$) ผลการวิจัยพบว่า หากพนักงานธนาคารพาณิชย์มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกที่สูงจะมีพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมที่สูงเช่นกัน ตามที่ Costa and McCrae (1992) กล่าวว่า บุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึกที่สูงจะเป็นผู้ที่สามารถทำตามเป้าหมายได้สำเร็จลุล่วงได้ง่าย โดยอาศัยความมีวินัยในตนเอง ไม่จำเป็นต้องมีกฎเกณฑ์ใดๆ มาบังคับ และเป็นผู้ที่สามารถควบคุมตนเองได้ดี มีความรับผิดชอบ มีระเบียบ มีความตรงต่อเวลา มีการวางแผน ทำงานอย่างเป็นระบบ มีความทะเยอทะยาน มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง

สภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นตัวแปรในลำดับถัดมาที่สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมได้ ($\beta = .088$) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานสูง จะมีพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมที่สูงด้วย

บุคลิกภาพแบบแสดงตัวเป็นตัวแปรในลำดับถัดมาที่สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมได้ ($\beta = .065$) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานธนาคารพาณิชย์ที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมที่สูงด้วย เพราะพนักงานธนาคารพาณิชย์ที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวในระดับที่สูง มักเป็นบุคคลที่ชอบเข้าสังคม มีความเป็นมิตร ชอบแสดงออก ร่าเริง มองโลกในแง่ดี (Costa & McCrae, 1992) ซึ่งบุคลิกภาพดังกล่าวช่วยให้พนักงานมีโอกาสที่จะได้พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับบุคคลอื่นได้มากกว่า มีโอกาสที่จะเห็นกระบวนการใหม่หรือแนวทางการทำงานใหม่ๆ ทำให้มีแนวคิดมากกว่าบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบแสดงตัวต่ำ ซึ่งการทำงานในสายกลยุทธ์และการตลาด มีลักษณะงานที่ไม่สามารถทำงานให้สำเร็จลุล่วงได้โดยลำพัง จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานอื่นๆ เพื่อให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีบุคลิกภาพแบบประนีประนอม เป็นตัวแปรในลำดับถัดมาที่สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมได้ ($\beta = .060$) ผลการวิจัยพบว่า พนักงานธนาคารพาณิชย์ที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมสูง จะเป็นผู้ที่มีพฤติกรรมการสร้างสรณ์นวัตกรรมที่สูงด้วย ตามที่ Costa and McCrae (1992) กล่าวว่า มักเป็นบุคคลที่เปิดเผยตรงไปตรงมา เต็มใจช่วยเหลือผู้อื่น คล้อยตาม ยอมทำตาม ชอบอยู่เบื้องหลัง เก็บซ่อนความคิดเห็น

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่า บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก บุคลิกภาพแบบแสดงตัว บุคลิกภาพแบบประนีประนอม สภาพแวดล้อมในการทำงาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร สามารถทำนายพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานธนาคารพาณิชย์ได้

2. องค์กรสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรได้ โดยคัดเลือกจากผู้สมัครที่มีบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก บุคลิกภาพแบบแสดงตัว และบุคลิกภาพแบบประนีประนอมอยู่ในระดับสูง จะส่งผลให้องค์กรได้บุคลากรที่มีแนวโน้มพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งจะทำให้องค์กรสามารถผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ในธุรกิจการเงินธนาคารได้

บรรณานุกรม

วรรณรัตน์ พระรักษา. (2557). **ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ความมีอิสระในการทำงาน และการรับรู้ภาวะผู้นำแบบปฏิรูป กับพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมของวิศวกรโทรคมนาคม**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตรมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิวพร โปรยานนท์. (2554). **พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษาองค์การธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยม ปี 2552**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Aurora A. C. T. and Lilian. (2016). **Innovation performance in service companies and KIBS vis-à-vis manufacturing: the relevance of absorptive capacity and openness**. Review of Business Management, 18(59), 43-66.

Costa, P.T., & McCrae, R. (1992). **Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five Factor Model (NEO-FFI) Professional manual**. Odesa, Florida; Psychological Assessment Resources.

Drucker, P.F. (2002, August). **The Discipline of Innovation**. Harvard Business Review, 95-103.

Janssen, O. (2000). **Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behavior**, Journal of Occupational and Organizational Psychology, 73, 287-302.

Janssen, O. (2004). **How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful**. Journal of Organizational Behavior. 25(2): 201-215.

Scott, S.G. et al. (1994). **Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace.** Academy of Management Journal. 37(1): 580–607.

Seeloum, Waraporn. (2002). **The Enhancive Role or Market Orientation on the Relationship between Innovation and Business Performance of International Pharmaceutical Companies in Thailand.** Graduate School. Bangkok: Assumption University.