



Received: 19 December 2022

Revised: 1 March 2023

Accepted: 23 May 2023

CAUSAL FACTORS AFFECTING INDUSTRIAL BUSINESS EFFECTIVENESS IN DIGITAL PARK THAILAND

Chiranun KAMOLSIN¹, Vichayan RATTANAWIBOONSOM¹ and Nattachet POONCHAROEN²

1 Faculty of Business Economics and Communications, Naresuan University, Thailand;

chiranun2@yahoo.com (C. K.); vichayanr@nu.ac.th (V. R.)

2 Faculty of Education, Naresuan University, Thailand; npooncharoen@gmail.com

Handling Editor:

Associate Professor Dr.Piyakorn WHANGMAHAPORN Sripatum University, Thailand

(This article belongs to the Theme 2: Humanities & Social Sciences for Sustainable Development)

Reviewers:

- | | |
|--|-----------------|
| 1) Assistant Professor Dr.Krit JARINTO | KMITL, Thailand |
| 2) Assistant Professor Dr.Teetut TRESIRICHOD | RMUTT, Thailand |
| 3) Dr.Krisada CHIENWATTANASOOK | RMUTT, Thailand |

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the causal factors affecting industrial business effectiveness in Digital Park Thailand, 2) to study the factors related to the industrial business effectiveness, and 3) to develop a model of industrial business effectiveness. The researcher used quantitative research techniques mainly along with collecting additional qualitative data using the in-depth interview technique with the key informants. The correlation model between the causal factors were analyzed including the factors of government support policies, entrepreneurial characteristics, marketing-focused aspect, social responsibility, organizational performance measurement, and organizational effectiveness. The dependent variables were the organizational growth, the profitability, the returns, and the business confidence. The ready-made program was used to compare the consistency between the developed model and the empirical data. This was consistent with the analytical results having GFI of 1.000, adjusted GFI of 0.9680 close to 1. The Root Mean Square Residual (RMR) was equal to 0.02104, approaching zero.

Keywords: Causal Factors, Business Effectiveness, Digital Park Thailand

Citation Information: Kamolsin, C., Rattanawiboonsom, V., & Pooncharoen, N. (2023). Causal Factors Affecting Industrial Business Effectiveness in Digital Park Thailand. *Journal of Interdisciplinary Research: Graduate Studies*, 12(1), 315-325. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.29>

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย

จิรนนท์ กมลสินธุ์¹, วิชยานัน รัตนวิบูลย์สม¹ และ ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ²

1 คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร; chiranun2@yahoo.com (จิรนนท์);
vichayanar@nu.ac.th (วิชยานัน)

2 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร; npooncharoen@gmail.com

บรรณาธิการผู้รับผิดชอบบทความ:

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร มหาวิทยาลัยศรีปทุม
(บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของหัวเรื่องที่ 2: มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน)

ผู้ทรงคุณวุฒิผู้พิจารณาบทความ:

- | | |
|---|--|
| 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษ จรินทร์ | สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรทัต ตรีศิริโชติ | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |
| 3) อาจารย์ ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี |

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล 2) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม และ 3) พัฒนาแบบประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลัก ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติมด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่เป็นสาเหตุ ได้แก่ ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านมุ่งเน้นการตลาด ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กรและด้านประสิทธิผลองค์กร และปัจจัยที่เป็นตัวแปรตาม ได้แก่ ด้านการเติบโตขององค์กร ด้านการทำกำไร ด้านผลตอบแทนด้านความมั่นคงทางธุรกิจ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.9680 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02104 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์

คำสำคัญ: ปัจจัยเชิงสาเหตุ, ประสิทธิผลทางธุรกิจ, เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล

ข้อมูลการอ้างอิง: จิรนนท์ กมลสินธุ์, วิชยานัน รัตนวิบูลย์สม และ ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ. (2566). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา, 12(1), 315-325. <https://doi.org/10.14456/jirgs.2023.29>

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

บทนำ

ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นประเทศผู้นำด้านการท่องเที่ยวและการคมนาคมในภูมิภาคอาเซียนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีรายได้ รวมทั้งทำให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจหลายประเภท อาทิ เช่น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและเกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก ธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทาง การนำเที่ยว และขนส่ง ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและอาหาร ธุรกิจการสื่อสารโทรคมนาคม รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายของที่ระลึกหรือสินค้าหัตถกรรม (ปรารภนา หลีกภัย และ เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2555) จึงมีการส่งเสริมการขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพิ่มการจ้างงาน ยกระดับคุณภาพชีวิตและรายได้ของประเทศ รวมถึงในเขตภาคตะวันออก โดยใช้นโยบาย “เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)” มาเป็นการพัฒนาเมืองที่สำคัญในพื้นที่ EEC 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง พัฒนาเป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์ และพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สุขภาพและนันทนาการ ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

รัฐบาลไทยให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการจัดตั้งกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และได้กำหนด “กรอบยุทธศาสตร์ของการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 5 ปี (พ.ศ.2560-2564) เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสู่ประเทศไทย 4.0 โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต การร่วมมือกับทุกภาคส่วน และมีการจัดให้มีเงินทุนสนับสนุนผู้ประกอบการแบบสตาร์ทอัพเป็นจำนวนมากและทำให้เกิดเงินทุนไหลเข้าจากต่างประเทศในกิจการหน้าใหม่ของเทคโนโลยีต่างๆ ที่ขับเคลื่อนด้วยแอปพลิเคชัน ทั้งนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสมาร์ตโฟน พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ การรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ ดิจิทัลคอนเทนต์ คลาวด์ คอมพิวติ้ง ฟินเทค ส่วนใหญ่มีการเติบโตขึ้นอย่างมาก นอกจากนี้ ที่ผ่านมายังได้พัฒนากฎหมาย มาตรการและหน่วยผู้รับผิดชอบโดยตรงที่ทำหน้าที่สนับสนุนเศรษฐกิจดิจิทัล รวมทั้ง การพัฒนารัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (อนุวัต สงสม, 2562) กระทรวงอุตสาหกรรมได้เร่งแก้ผังเมืองรวมเตรียมรับนักลงทุน นำร่องระเบียบเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก EEC แก่ข้อกำหนดเปิดทาง 10 อุตสาหกรรมใหม่ตั้งโรงงานกรมโยธาฯ สำหรับพื้นที่ EEC หรือ เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ที่จะตั้งอยู่ ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี ริมถนนสาย 331 แลมนบึง-ฉะเชิงเทรา มีเนื้อที่กว่า 709 ไร่ กำหนดรูปแบบการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นต้นแบบเมืองอัจฉริยะ รวมถึงมุ่งเน้นการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย ซึ่งมีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง เพราะเป็นจุดเชื่อมต่อระบบเคเบิลใยแก้วใต้น้ำไปยังต่างประเทศ อีกทั้งยังเป็นสถานีดาวเทียมภาคพื้นดิน มีนักลงทุนเป้าหมายเป็นอุตสาหกรรม New S-Curve 6 กลุ่ม ได้แก่ ฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์อัจฉริยะ, ซอฟต์แวร์และระบบอัตโนมัติ, บริการด้านดิจิทัล, อุปกรณ์และบริการสื่อสารข้อมูลและเนื้อหาดิจิทัลและโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัลประสบความสำเร็จบรรลุประสิทธิภาพ โดยได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนในด้านการฝึกอบรมและการให้คำปรึกษาแนะนำตลอดจนเป็นการค้นหาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจและเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการและเพื่อภาครัฐบาลจะได้นำผลการศึกษามากำหนดเป็นนโยบายในการให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริหาร SMEs ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ที่ผลิตฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์อัจฉริยะ, ซอฟต์แวร์และระบบอัตโนมัติ, บริการด้านดิจิทัล, อุปกรณ์และบริการสื่อสารข้อมูลและเนื้อหาดิจิทัล และโครงสร้าง

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

พื้นฐานด้านดิจิทัล ที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย จำนวน 3,012 บริษัท (การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, ม.ป.ป.)

ตัวอย่าง คือ ตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริหาร SMEs ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัลที่ผลิตฮาร์ดแวร์และอุปกรณ์อัจฉริยะ, ซอฟต์แวร์และระบบอัตโนมัติ, บริการด้านดิจิทัล, อุปกรณ์และบริการสื่อสารข้อมูลและเนื้อหาดิจิทัล และโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่ เขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย จำนวน 440 คน ได้แนะนำถึงงานวิจัย ประเภทนี้ว่าควรใช้ขนาดตัวอย่างระหว่าง 15-20 ตัวอย่าง ต่อ 1 พารามิเตอร์ที่เป็นตัวแปรทำนาย (Schumacker & Lomax, 2010; Anderson & Gerbing, 1984) ดังนั้น ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $(20 \times 22 = 440)$ ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 440 ตัวอย่างที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือทางสถิติ Structural Equation Modeling (SEM) ซึ่งเป็นตัวอย่างที่ให้ข้อมูลที่สามารถนำมาใช้งานได้ทั้งหมด และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้แบบสอบถาม โดยการสำรวจในส่วนนี้จะเป็นการสำรวจเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และการสำรวจสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขององค์กรเกี่ยวกับ ส่วนที่เป็นการวิจัยเชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยกำหนดให้ใช้แบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลของตัวอย่าง ได้แก่ ตัวอย่างที่ศึกษา สภาพความเป็นจริงและสภาพที่พึงประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย ที่มีองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านการมุ่งเน้นการตลาด ด้านประสิทธิผลการประกอบการ ด้านความสามารถของธุรกิจ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ มีการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่เป็นสาเหตุได้แก่ 1) ด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) 2) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) 3) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) 4) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) 5) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) 6) ด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเพื่อให้เกิดความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของ 1) ด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ความต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐบาล การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การอบรมพัฒนาทักษะของบุคลากร 2) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ ด้านการรับรู้โอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจของผู้ประกอบการ ด้านความชำนาญของผู้ประกอบการ 3) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง ด้านการมุ่งเน้นการประสานงานภายใน 4) ด้านความรับผิดชอบต่อ

สังคม (CSR) มี 2 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการทำงานโดยดูแลรักษาสีงแวดล้อม ด้านผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อสังคมและสีงแวดล้อม 5) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) มี 5 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผู้นำ ด้านมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ด้านบุคลากร 6) ด้านประสิทธิภาพองค์กร (PMO) มี 3 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการเติบโตขององค์กร ด้านการทำการำไร ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ เพื่อทำการตอบคำถามการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอผลของอิทธิพลทางตรง (Direct Effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effects: TE) ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้

ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย

ปัจจัย ผล	ปัจจัยเหตุ																		
	GOS			EPO			MKO			CSR			OPM			PMO			
	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	TE	IE	DE	
PMO1	0.09	-	0.090	0.16	-	0.16	0.04	-	0.04	0.02	-	0.02	0.06	-	0.06	0.66	-	0.66	
	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	
	1.97		1.97	3.51		3.51	0.77		0.77	0.72		0.75	1.64		1.64	17.69		17.69	
PMO2	0.18	-	0.18	0.01	-	0.01	0.10	-	0.10	0.01	-	0.01	0.13	-	0.13	0.40	-	0.40	
	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	
	3.58		3.58	0.28		0.28	1.98		1.98	0.34		0.34	3.05		3.05	9.84		9.84	
PMO3	0.19	-	0.19	0.04	-	0.04	0.13	-	0.13	0.04	-	0.04	0.07	-	0.07	0.36	-	0.36	
	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	
	3.58		3.58	0.74		0.74	2.37		2.37	1.04		1.04	1.68		1.68	8.41		8.41	
PMO4	0.16	0.16	-	0.00	0.00	-	0.13	0.13	-	0.08	0.08	-	0.00	0.00	-	0.37	0.37	-	
	(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.05)	(0.05)		(0.04)	(0.04)		(0.05)	(0.05)		(0.04)	(0.04)		
	3.09	3.09		0.08	0.08		2.33	2.33		1.92	1.92		0.07	0.07		8.37	8.37		
PMO	0.62	-	0.64	0.39	-	0.39	0.34	-	0.34	0.31	-	0.31	0.36	-	0.36	0.37	-	0.37	
	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	(0.04)		(0.04)	
	16.52		16.52	8.87		8.87	9.21		9.21	11.43		11.43	12.45		12.45	8.37		8.37	
χ ² /df = 6.02, CFI = 1.000, GFI = 1.000, AGFI = 0.980, RMSEA = 0.000, SRMR = 0.004, P < 0.05**																			

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

จากตารางที่ 1 แสดงการทดสอบความสอดคล้องของตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไคว์-สแควร์ มีค่าเท่ากับ 6.20 องศาอิสระเท่ากับ 6 ค่าน่าจะเป็น (p) เท่ากับ 0.6249 นั่นคือค่าไคว์-สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่ายอมรับสมมติฐานหลักที่ว่า ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 1.000 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.9680 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.02104 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ โดยรายละเอียดดังกล่าวผู้วิจัยได้กล่าวไว้แล้วอย่างละเอียดในส่วนอื่นๆ ตัวแบบปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรม ในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย

ด้านการเติบโตขององค์กร (PMO1) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 85.00 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และ .10 จาก ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.091, 0.160, 0.036, 0.018, 0.620 และ 0.066 ตามลำดับ เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$PMO1 = 0.091(GOS) + 0.16(EPO) + 0.036(MKO) + 0.018(CSR) + 0.062(OPM) + 0.66(PMO),$$

$$R^2 = 0.85$$

ด้านการทำกำไร (PMO2) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 81.00 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 และ .10 จาก ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.082, 0.148, 0.031, 0.024, 0.059 และ 0.061 ตามลำดับ เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$PMO2 = 0.082(GOS) + 0.148(EPO) + 0.031(MKO) + 0.024(CSR) + 0.059(OPM) + 0.061(PMO),$$

$$R^2 = 0.81$$

ด้านผลตอบแทน (PMO3) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 71.00 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 จาก ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.18, 0.021, 0.099, 0.014, 0.130 และ 0.40 ตามลำดับเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$PMO3 = 0.18(GOS) + 0.021(EPO) + 0.099(MKO) + 0.014(CSR) + 0.13(OPM) + 0.40(PMO),$$

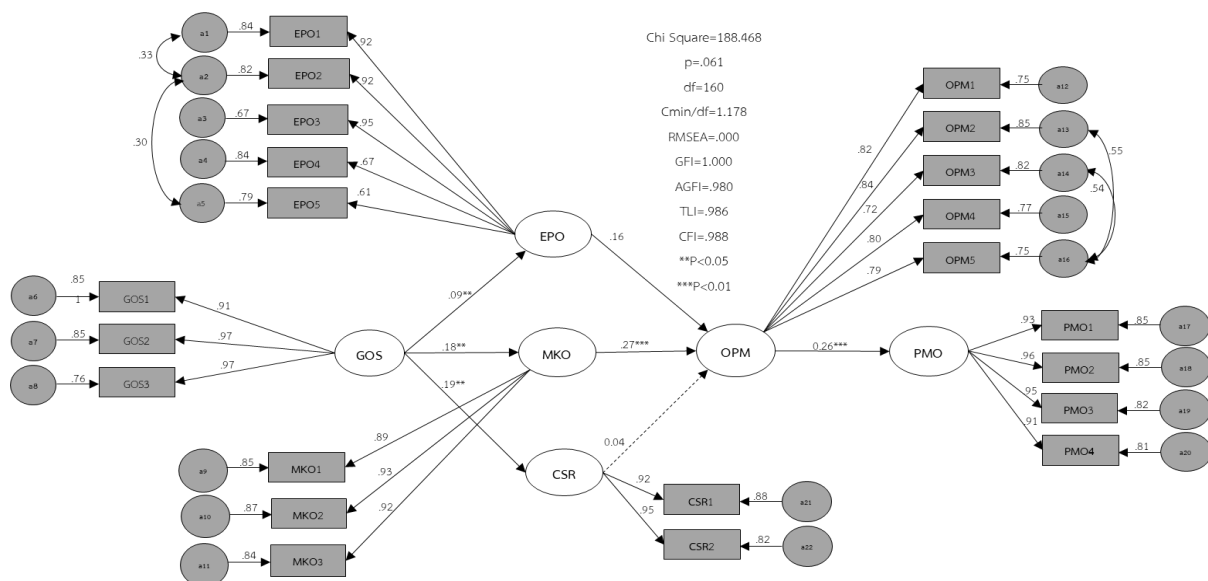
$$R^2 = 0.71$$

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ (PMO4) จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ร้อยละ 69.00 ได้รับอิทธิพลทางตรงเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ .05 จาก ปัจจัยด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล (GOS) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ (EPO) ด้านมุ่งเน้นการตลาด (MKO) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร (OPM) และด้านประสิทธิผลองค์กร (PMO) ด้วยขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.19, 0.029, 0.13, 0.042, 0.073 และ 0.36 ตามลำดับ เขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$PMO4 = 0.19(GOS) + 0.029(EPO) + 0.13(MKO) + 0.042(CSR) + 0.073(OPM) + 0.36(PMO),$$

$$R^2 = 0.69$$



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สำหรับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลทางธุรกิจอุตสาหกรรมในเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัล ประเทศไทย ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่

1) ด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล ประกอบด้วย ความต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐบาล การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การอบรมพัฒนาทักษะของบุคลากร และสอดคล้องกับ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจดิจิทัล (อนุวัต สงสม, 2562) ด้านนโยบายการสนับสนุนของรัฐบาล ประกอบด้วย ความต่อเนื่องของนโยบายภาครัฐบาล การเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน การอบรมพัฒนาทักษะของบุคลากร โดยนโยบายภาครัฐมีตั้งรูปแบบและมาตรการให้ความช่วยเหลือของภาครัฐ มีการบูรณาการผลักดันและพัฒนา SMEs ทั้งทางตรงและทางอ้อมด้วยการประสานงานเชื่อมโยงระหว่างภาครัฐและเอกชน

2) ด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ ด้านการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์อย่างผู้ประกอบการ ด้านการรับรู้โอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ด้านการบริหารจัดการโอกาสธุรกิจอย่างผู้ประกอบการ ด้านความชำนาญของผู้ประกอบการ โดยโมเดลต้นกำเนิดผู้ประกอบการเป็นการกระทำที่เกิดขึ้นมาจากการทำหน้าที่ของ ผู้ประกอบการร่วมกับผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ระดับสูงในวิสาหกิจ ที่ประกอบด้วย ด้านแรก คือ การทำ

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

หน้าที่ตามภาวะผู้นำอย่างผู้ประกอบการ ทฤษฎีพื้นฐานทรัพยากรและสมโนทัศน์ภาวะผู้ประกอบการต่างก็เห็นตรงกันว่า ทรัพยากรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากที่สุดอย่างหนึ่งที่ภาวะผู้ประกอบการย่อมต้องมีส่วนในการทำให้วิสาหกิจบริหาร จัดการทรัพยากรในมิติต่างๆ ให้เกิดคุณค่าแตกต่างจากคู่แข่ง ไม่สามารถที่จะลอกเลียนแบบได้ง่าย จนเกิดความ ได้เปรียบในการแข่งขัน (สุชาติพิทย์ จันทรเจริญผล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2558) โดยองค์ประกอบของการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน ได้แก่ ความมีอิสระ (Autonomy), การมีนวัตกรรม (Innovativeness), การยอมรับความเสี่ยง (Risk-Taking), การปฏิบัติเชิงรุก (Proactiveness) และความแข็งแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) โดย Vora-Sitttha (2012) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการควรสะท้อนให้เห็นถึง กระบวนการปฏิบัติงานในองค์กรวิธีการทำงานและรูปแบบในการบริหารจัดการ โดยเปรียบเทียบการมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการเป็นเสมือนผลลัพธ์จากกิจกรรมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์กร โดยองค์ประกอบต่างๆ ที่เลือกใช้นั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและบริบทขององค์กรนั้นๆ

3) ด้านมุ่งเน้นการตลาด ประกอบด้วย ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง ด้านการมุ่งเน้นการประสานงาน ภายใน ดังรายละเอียดดังนี้ (1) การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) เป็นความคิด ความเชื่อและความเข้าใจที่ พอเพียงของผู้บริหาร และพนักงานภายในองค์กรที่เน้นในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับรายละเอียดกลุ่ม ลูกค้าเป้าหมาย ขององค์กร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรที่มุ่งเน้น ลูกค้า ผู้บริหารและ พนักงานจะต้องเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า (2) การ มุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ ความเข้าใจของ ผู้บริหารและพนักงานภายใน องค์กรที่เน้นเรื่องทำความเข้าใจเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน ความสามารถ และกลยุทธ์ของคู่แข่งรวมถึงผู้ที่จะเป็นคู่แข่ง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวได้อย่างมีศักยภาพเพื่อหา แนวทางสกัดกั้นคู่แข่ง (3) การมุ่งเน้นประสานความร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกับแผนกต่างๆ ภายในองค์กร (Inter-functional Coordination) เป็นการบูรณาการของ ผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กรที่เน้นเรื่อง การประสานงานและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ร่วมกันของ แผนกต่างๆ ภายในองค์กรเพื่อมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่ดีให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและการศึกษาของ กัสมา กาซ็อน และคณะ (2557) และ วิภาวี เนาวรังษี (2557) ศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อความสามารถด้านการแข่งขัน และผลการดำเนินงาน ผลการวิจัย พบว่า การมุ่งเน้นตลาดทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง และด้านการมุ่งเน้นการประสานงานภายในมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถด้านการแข่งขันและผลการ ดำเนินงานขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รวมถึงงานวิจัยของ วัชรพันธ์ ผาสุข (2558) ศึกษาพบว่า การมุ่งเน้น การตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจ อุตสาหกรรมขนาดกลางมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ตัวแปรที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อ ความสามารถทาง นวัตกรรม คือ ตัวแปรการมุ่งเน้นการตลาด นอกจากนี้สอดคล้องกับ Adam & Tabrani (2016) สนับสนุนว่าพฤติกรรม มุ่งเน้นตลาดที่ประสบความสำเร็จต้องเข้าถึงความสามารถด้านการแข่งขันในด้านคุณภาพและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จาก ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะทำให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในการดำเนินภายในองค์กรและเพิ่มความได้เปรียบ ทางการตลาด

4) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย ด้านการทำงานโดยดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านผลิตสินค้าที่ปลอดภัยต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อมสอดคล้องกับ Porter & Kramer (2006) รูปแบบของ CSR ในขั้นแรก ได้ระบุไว้ในบทความ เกี่ยวกับความเชื่อมโยงระหว่าง CSR กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ Responsive CSR ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ การปฏิบัติตัวเป็นบรรษัทพลเมืองที่ดี (Good Corporate Citizen) และการบรรเทาผลกระทบเชิงลบ ที่เกิดขึ้นหรือที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากกิจกรรมทาง ธุรกิจของตน โดยอาจจะยังไม่ได้ลุกขึ้นมาสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อ สังคมอะไรต่อมิอะไรเพิ่มเติม ซึ่งน่าจะเรียกได้ว่าเป็นการทำ CSR ในเชิงรับ (Receptive) กิจกรรม CSR ภายใต้ รูปแบบนี้ จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีปัญหาหรือผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจไปสู่สังคม

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

5) ด้านการวัดผลดำเนินการขององค์กร ประกอบด้วย ด้านผู้นำ ด้านมุ่งเน้นลูกค้า ด้านการวางแผน ด้านเทคโนโลยี ดิจิทัล ด้านบุคลากร ดังรายละเอียดต่อไปนี้ การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรนั้น มีวิธีการวัดที่แตกต่างกันออกไป โดยการใช้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดทั่วไปด้านความสำเร็จของกิจการ ผลการดำเนินงานของกิจการสามารถวัดได้จากประสิทธิภาพทางการเงิน 3 ด้าน คือ 1) อัตราผลตอบแทนจากส่วนของผู้ถือหุ้น (Return On Equity: ROE) 2) อัตราผลตอบแทนจากสินทรัพย์ (Return On Assets: ROA) และ 3) อัตราการเติบโตของยอดขาย (Sales Growth) ซึ่งมุมมองประสิทธิภาพทางการเงินนั้น มีการนำไปใช้ในการวัดประสิทธิภาพของกิจการเป็นอย่างมาก การศึกษาเชิงประจักษ์ ของ Barney (1991) ได้มีการสำรวจองค์กรที่ใช้ TQM เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้นำด้านการบริหารสูงสุดกับการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานความพึงพอใจในงานและความพึงพอใจของลูกค้า ผลการวิจัยพบความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างการเพิ่มขีดความสามารถของพนักงานและความพึงพอใจของลูกค้า (Andaç et al., 2016) มีงานวิจัยเกี่ยวกับการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างปฏิสัมพันธ์ทางยุทธศาสตร์ระหว่างบริษัทในกลุ่มอุตสาหกรรมกับผลการดำเนินงานของบริษัท งานวิจัยพบว่าปัจจัยสำคัญของแนวคิดเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับประสิทธิภาพ ดูเหมือนว่าบริษัทที่มีกลยุทธ์ที่เชิงรุกมากขึ้นและแข่งขันได้สูงกว่าจะได้รับผลกำไรที่เพิ่มขึ้น (Schueffel, 2014)

6) ด้านประสิทธิผลองค์กร ประกอบด้วย ด้านการเติบโตขององค์กร ด้านการทำกำไร ด้านความมั่นคงทางธุรกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ สำหรับผลการดำเนินงานขององค์กรเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่เกิดขึ้นเป็นประจำในการกำหนดเป้าหมายขององค์กร การติดตามความคืบหน้าในการก้าวสู่เป้าหมาย และการปรับเปลี่ยนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเหล่านั้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นสิ่งสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับการให้ความหมายของกันเดย์และคณะ (Gunday et al., 2011) ที่ว่าประสิทธิผลของ องค์กรนั้นเป็นระดับความสามารถของกระบวนการในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามที่กำหนดไว้ สำหรับประสิทธิผลองค์กร หมายถึงความสามารถขององค์กรในการแสวงหาผลประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ได้ทรัพยากรที่หายากและมีคุณค่า ซึ่งจะนำไปใช้ในการสนับสนุนการดำเนินการขององค์กร (Lee et al., 2015; Lun et al., 2016)

เอกสารอ้างอิง

- กัสมา กาซอณ, ซีรศักดิ์ กัญจนพงศ์ และ นพพร ศรีวรวิไล. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อต้นทุนทางธุรกิจของบริษัท โลจิสติกส์ในภาคกลางของประเทศไทย. *วารสารวิชาการการตลาด และการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 5(1), 28-42.
- การนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). *นิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย*. สืบค้นจาก www.ieat.go.th/th/estates.
- ปรารธนา หลีกภัย และ เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2555). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้น ตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 29(1), 77-90.
- วัชรพันธ์ ผาสุข. (2558). *อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย*. การค้นคว้าอิสระ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยปทุมธานี.
- วิภาวี เนาวรังษี. (2557). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา*. การค้นคว้าอิสระ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรชาติพิทย์ จันทรเจริญผล และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการ ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 28(85), 61-79.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). *SMEs กับเศรษฐกิจของประเทศ*. สืบค้นจาก <https://opendata.nesdc.go.th/group/group008>.

อนุวัต สงสม. (2562). ผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา. *Veridian E-Journal Humanities Social Sciences and Arts*, 12(3), 821-835.

Adam, M., & Tabrani, M. (2016). *The Impact of Market Orientation, Brand Image and Internal Marketing on Brand Orientation and Strengthening Br.* A paper presented at the 25th International Academic Conference, OECD Headquarters, Paris.

Andaç, A., Akbiyuk, F., & Karkar, A. (2016). Customer satisfaction factor in digital content marketing: Isparta Province as an example. *International Journal of Social Science Studies*, 4(5), 124-135.

Anderson, J., & Gerbing, D. (1984). The effect of sampling error on convergence, improper solutions, and goodness-of-fit indices for maximum likelihood confirmatory factor analysis. *Psychometrika*, 49, 155-173.

Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.

Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan, L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133(2), 662-676.

Lee, Y., Kim, S., Seo, M., & Hight, S. (2015). Market orientation and business performance: Evidence from franchising industry. *International Journal of Hospitality Management*, 44, 28-37.

Lun, Y., Shang, K., Lai, K., & Cheng, T. (2016). Examining the influence of organizational capability in innovative business operations and the mediation of profitability on customer satisfaction: An application in intermodal transport operators in Taiwan. *International Journal of Production Economics*, 171(2), 179-188.

Porter, M., & Kramer, M. (2006). *Strategy & Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility*. Retrieved from <https://hazrevista.org/wp-content/uploads/strategy-society.pdf>.

Schueffel, P. (2014). *The Effects of Entrepreneurial Orientation on Innovation Performance, Open Innovation Proclivity and Openness*. A paper presented at the Academy of Management Annual Conference 2014, Philadelphia, United States.

Schumacker, R., & Lomax, R. (2010). *A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling*. 3rd ed. New York: Routledge.

Vora-Sittha, P. (2012). Governance and poverty reduction in Thailand. *Modern Economy*, 3, 487-497.

Data Availability Statement: The raw data supporting the conclusions of this article will be made available by the authors, without undue reservation.

Conflicts of Interest: The authors declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน 2566)

Publisher's Note: All claims expressed in this article are solely those of the authors and do not necessarily represent those of their affiliated organizations, or those of the publisher, the editors and the reviewers. Any product that may be evaluated in this article, or claim that may be made by its manufacturer, is not guaranteed or endorsed by the publisher.



Copyright: © 2023 by the authors. This is a fully open-access article distributed under the terms of the Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0).