ศักยภาพการดำเนินงานนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย

Operational Capability towards Excellent Innovative Products and Services of the Export Business of Thailand

อุษณีย์ พรหมศรียา[1], ศิษฎ์ธวัช มั่นเศรษฐวิทย์[2], ลาวัณย์ พงษ์สุวรรณศิริ[1]
Usanee Promsriya[1], Sithawat Munsettavith[2], Lawan Pongsuwansiri[1]

Received: 9 June 2021 **Revised**: 8 July 2021 **Accepted**: 4 August 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร และศึกษานวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย พร้อมกับทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย และปัจจัยศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้บริหารที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบการส่งออกดีเด่น จำนวน 50 ราย สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร และนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก อีกทั้ง ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ด้านองค์กร และด้าน การผลิต มีความสัมพันธ์และส่งผลกระทบเชิงบวกกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม โดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญด้านองค์กร คือการปรับปรุงโครงสร้างให้มีความยืดหยุ่นเพื่อการสร้างนวัตกรรม และการปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างเหมาะสม อีกทั้งด้านการผลิต มีการบริหารจัดการและนำองค์ความรู้นวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม วางแผนทรัพยากรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อเกิดความคุ้มค่าต่อการใช้ทรัพยากรที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: ศักยภาพการดำเนินงาน, นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม, ธุรกิจส่งออก

[1] อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
[2] รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
[1] Lecturer in Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University
[2] Assoc. Prof. Dr. in Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

Abstract

The purpose of this research was to study the capability of organizational operation and studies the innovation of excellent products and services that promote the excellent export business of Thailand. As well as to investigate the relationship between the capability of organizational operation and the innovation of excellent products and services of the export business. Additionally, factors of the capability of organizational operation that affect the innovative products and services of the export business of Thailand. The study used questionnaires for collecting the data from 50 executives who have been awarded by the Prime Minister's Export Award of Thailand. The data were analyzed by using multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The results of the research found that the capability of organizational operation and the innovation of excellent products and services that promote the excellent export business of Thailand, the overall opinion was at the high level. Furthermore, the capability of organizational operation; organizational and manufacturing areas are correlated and have a positive effect to the innovation of excellent products and services at 0.05 significant level. Therefore, executives should focus on the organization in order to improve the structure for a flexible innovation and to adapt and response to the changes of the external environment appropriately. In addition, the organization should have the knowledge management on innovation in order to develop innovative manufacturing processes, also the planning on resource management should be in place in order to make the most of the resources with consideration to the environment.

Keywords: Operational Capability, Excellent Innovative Products and Services, Export Business

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงที่แตกต่างหลากหลายด้วยกัน ผู้บริหารหรือผู้ประกอบการต้องพยายามปรับเปลี่ยนรูปแบบ แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจให้ตนเองสามารถอยู่รอดได้ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ การเมือง และสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนในปัจจุบัน โดยการหาวิธีการในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อความอยู่รอดขององค์กร แต่สถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นปัจจัยภายนอกที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้ประกอบการ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องให้ความสำคัญกับปัจจัยภายในซึ่งเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ ปัจจัยภายในประการหนึ่งขององค์กรที่มีส่วนในการพัฒนาองค์กรให้เจริญรุ่งเรือง คือ ศักยภาพของธุรกิจทางนวัตกรรม ซึ่งมีความสัมพันธ์ต่อศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร โดยมีตัวชี้วัดที่สำคัญ อยู่ 7 ด้าน คือ 1) ศักยภาพด้านการเรียนรู้ 2) ศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา 3) ศักยภาพด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ 4) ศักยภาพด้านการผลิต 5) ศักยภาพด้านการตลาด 6) ศักยภาพด้านองค์กร และ 7) ศักยภาพด้านกลยุทธ์ (Guan and Ma, 2003) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งเป้าไว้

ทั้งนี้การสร้างธุรกิจแห่งนวัตกรรม สินค้าและบริการยอดเยี่ยม นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเนื่องจาก

ถ้าองค์กรไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้ว ย่อมเป็นการยากที่จะทำให้องค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จในระยะยาว นวัตกรรม เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2559) เน้นองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ 1) ความใหม่ (Newness) 2) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) และ 3) การเกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) และสังคม (Social) (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) ทั้งนี้"นวัตกรรม" ยังเป็นโจทย์ใหญ่ระดับประเทศที่ปรากฏในนโยบายการพัฒนาและการปฏิรูปประเทศที่สำคัญไม่ว่าจะเป็นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) นโยบายประเทศไทย 4.0 รวมทั้งแผนพัฒนานโยบายและแผนวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (2555-2564) รวมถึง สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานในช่วงปี 2562-2565 โดยมุ่งผลักดันประเทศไทยให้ไปสู่ "ประเทศแห่งนวัตกรรม (Innovation Nation)" เพื่อเป็นประเทศที่พร้อมเติบโตและสามารถสร้างนวัตกรรมอันนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมได้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2563) อีกทั้งในปี 2562 องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) ได้เผยแพร่ผลคะแนนดัชนีนวัตกรรมโลก (Global Innovation Index หรือ GII) โดยประเทศไทยจากที่เคยอยู่ในอันดับ 44 ขึ้นมาเป็น 43 โดยคะแนน GII ที่เพิ่มขึ้นของประเทศไทยเนื่องจากมีการพัฒนาศักยภาพนวัตกรรมด้านต่างๆ อย่างโดดเด่น เมื่อเทียบกับจีดีพีและสัดส่วนประชากรราว 69.2 ล้านคน และมีการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการวิจัยและการพัฒนามากประเทศหนึ่งของโลก (World Intellectual Property Organization, 2019)

จากผลการจัดอันดับความสามารถด้านนวัตกรรมของไทยสะท้อนให้เห็นว่าไทยมีการพัฒนาด้านนวัตกรรมที่ดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ไทยยังคงตามหลังอยู่หลายประเทศ ขณะที่ในอาเซียนยังคงตามหลังสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยจะเห็นได้ว่าประเทศที่ประสบความสำเร็จ ด้านนวัตกรรม และอยู่ในลำดับต้นๆ ของการจัดอันดับจากสถาบันต่างๆ เป็นประเทศที่มีการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาในระดับสูง (World Intellectual Property Organization, 2019) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกประชากรและกลุ่มตัวอย่างเป็นธุรกิจที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น คือ รางวัล ผู้ส่งออกธุรกิจยอดเยี่ยม รางวัลสินค้านวัตกรรมยอดเยี่ยม รางวัลแบรนด์ไทยยอดเยี่ยม รางวัลสินค้าไทยที่มีการออกแบบยอดเยี่ยม รางวัลธุรกิจบริการยอดเยี่ยม รางวัลสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ยอดเยี่ยม และรางวัลสินค้าฮาลาล ยอดเยี่ยม (สินค้าอาหาร สินค้าสุขภาพและความงาม) ซึ่งทั้ง 7 รางวัล เป็นรางวัลสูงสุดของรัฐบาลไทยมอบให้แก่ผู้ประกอบธุรกิจดีเด่นในแต่ละด้าน เพื่อแสดงถึงภาพลักษณ์ของคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าไทยในตลาดโลก (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่า การนำนวัตกรรมมาใช้จะทำให้เกิดการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม (Innovative Organization) ที่มีรูปแบบกระบวนการจัดการองค์กรที่ส่งผลให้ทั้งระบบการทำงาน และการให้บริการขององค์กรที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นผ่านนโยบาย โครงสร้างองค์กร ระบบ รูปแบบและกระบวนการจัดการในองค์กร ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาศักยภาพการดำเนินงานนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ลุ่มลึกหรือ

ลึกซึ้งทางวิชาการ ซึ่งจะมีประโยชน์ในการสร้างความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง รวมถึงเกิดการการผลักดันธุรกิจในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อการส่งออกต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษานวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกดีเด่น แห่งประเทศไทย

3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย

4. เพื่อทดสอบปัจจัยศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย

วิธีการศึกษา

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับรางวัล “ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น” จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2559 ถึงปีล่าสุด 2563 รวมจำนวน 151 ธุรกิจ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับรางวัล “ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น” จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ จำนวน 50 ธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการกำหนดจำนวนตัวอย่างจากมาตรฐานในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของคาร์เมนและคณะ (VanVoorhis and Morgan, 2007) ซึ่งได้อธิบายถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลควรมีอย่างน้อย 50 ตัวอย่าง ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ($\bar{X}$)=.05 โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ตามสะดวก (Convenience Sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และใช้กรอบแนวคิดที่กำหนดขึ้นโดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ได้รับรางวัล ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย สถานที่ตั้งของธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ ทุนเริ่มต้นที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ จำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจ และประสบการณ์ในการส่งออก

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย จำนวน 39 ข้อ โดยครอบคลุมศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการวิจัยและพัฒนา ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านองค์กร และด้านกลยุทธ์

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย จำนวน 14 ข้อ โดยครอบคลุมรูปแบบนวัตกรรม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความใหม่ ด้านความรู้และความคิดสร้างสรรค์ และด้านการนำไปใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม

ทั้งนี้แบบสอบถามตอนที่ 2 และ 3 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เป็นเกณฑ์ในการ

ให้คะแนนตามระดับความคิดเห็นและการแปลผลโดยแบ่งระดับความคิดเห็นเป็น 5 ระดับ

สำหรับการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ได้ผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ นวัตกรรม และธุรกิจระหว่างประเทศ จำนวน 3 ท่าน ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร และนำมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนกับกลุ่มที่ศึกษาวิจัยแต่ไม่ได้เป็นกลุ่มตัวอย่างของประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าโดยวิธีการคำนวนของครอนบัค (Cronbach's Alpha) พบว่าข้อคำถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.97 โดยพิจารณาเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่น 0.70 ขึ้นไปแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รับการอนุมัติโครงการวิจัยที่ทำในมนุษย์ วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เลขที่ SCPHYREC-034/2564 วันที่รับรอง 23 เมษายน 2564 เพื่อยืนยันพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลการวิจัยก่อนทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการรวบรวมข้อมูล จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เพื่อขอความร่วมมือผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับรางวัล "ผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น" จากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี 2559 ถึงปีล่าสุด 2563 ในการเก็บข้อมูลจำนวน 151 แห่ง ในระหว่างวันที่ 26 เมษายน-31 พฤษภาคม 2564 ผ่านการประสานงานโดยตรงกับบริษัทที่ได้รับรางวัล เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามผ่านอีเมล ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างสามารถกรอกแบบสอบถามในไฟล์เอกสาร หรือตอบแบบสอบถามผ่านทางระบบออนไลน์ โดยการใช้ Google Form

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การแจกแจงความถี่และร้อยละ

2. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย และข้อมูลนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย ใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4. การทดสอบปัจจัยศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออก แห่งประเทศไทย ใช้สถิติการวิเคราะห์แบบการถดถอยแบบพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งเขียนสมการได้ดังนี้

$$GS = \beta_0 + \beta_1 LC + \beta_2 RC + \beta_3 BC + \beta_4 PC + \beta_5 MC + \beta_6 OC + \beta_7 SC + \varepsilon$$

เมื่อ

GS แทน นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย

โดยรวม

LC แทน ศักยภาพด้านการเรียนรู้

RC แทน ศักยภาพด้านการวิจัยและพัฒนา

BC แทน ศักยภาพด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

PC แทน ศักยภาพด้านการผลิต

MC แทน ศักยภาพด้านการตลาด

OC แทน ศักยภาพด้านองค์กร

SC แทน ศักยภาพด้านกลยุทธ์

ผลการศึกษา

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจที่ได้รับรางวัลพบว่า ธุรกิจที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบการธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย ส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งของธุรกิจอยู่ภาคกลาง (ร้อยละ 82) ประกอบกิจการในรูปแบบบริษัทจำกัด (ร้อยละ 90) สำหรับทุนเริ่มต้นที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 2,000,000 บาท ขึ้นไป (ร้อยละ 64) จำนวนพนักงานในบริษัทน้อยกว่า 50 คน (ร้อยละ 34) มีระยะเวลาในการดำเนินงานธุรกิจ มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 54) และมีประสบการณ์ในการส่งออก มากกว่า 20 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 32)

2. ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ได้ดังต่อไปนี้

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย ในภาพรวม

ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. ด้านการเรียนรู้	4.27	0.49	มาก	2
2. ด้านการวิจัยและพัฒนา	3.94	0.78	มาก	7
3. ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์	3.98	0.71	มาก	6
4. ด้านการผลิต	4.01	0.78	มาก	5
5. ด้านการตลาด	4.36	0.47	มาก	1
6. ด้านองค์กร	4.07	0.65	มาก	4
7. ด้านกลยุทธ์	4.14	0.61	มาก	3
โดยรวม	**4.11**	**0.53**	**มาก**	

จากตาราง 1 พบว่า ผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.11) เมื่อพิจารณาศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรที่ส่งเสริมนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมเป็นรายด้าน

พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการตลาด ($\bar{X}$=4.36) ด้านการเรียนรู้ ($\bar{X}$=4.27) ด้านกลยุทธ์ ($\bar{X}$=4.14) ด้านองค์กร ($\bar{X}$=4.07) ด้านการผลิต ($\bar{X}$=4.01) ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ($\bar{X}$=3.98) และด้านการวิจัยและพัฒนา ($\bar{X}$=3.94) ตามลำดับ

ตาราง 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย ในภาพรวม

นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งเสริมธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับที่
1. นวัตกรรมด้านความใหม่	4.28	0.61	มาก	2
2. นวัตกรรมด้านความรู้และความคิดสร้างสรรค์	4.36	0.51	มาก	1
3. นวัตกรรมด้านการนำไปใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม	4.09	0.63	มาก	3
โดยรวม	**4.24**	**0.52**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริหารของบริษัทที่ได้รับรางวัลผู้ประกอบธุรกิจส่งออกดีเด่น มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกดีเด่นแห่งประเทศไทย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$=4.24) เมื่อพิจารณานวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ นวัตกรรมด้านความรู้และความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}$=4.36) นวัตกรรมด้านความใหม่ ($\bar{X}$=4.28) นวัตกรรมด้านการนำไปใช้ประโยชน์เชิงเศรษฐกิจและสังคม ($\bar{X}$=4.09) ตามลำดับ

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมโดยรวม ของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย

ตัวแปร	GS	LC	RC	BC	PC	MC	OC	SC
	4.24	4.27	3.94	3.98	4.01	4.36	4.07	4.14
S.D.	0.52	0.49	0.78	0.71	0.78	0.47	0.65	0.61
GS	1.00	0.660*	0.597*	0.697*	0.697*	0.682*	0.778*	0.697*
LC		1.00	0.565*	0.709*	0.518*	0.693*	0.700*	0.701*
RC			1.00	0.755*	0.776*	0.371*	0.463*	0.379*
BC				1.00	0.793*	0.591*	0.657*	0.697*
PC					1.00	0.466*	0.476*	0.533*
MC						1.00	0.667*	0.773*
OC							1.00	0.782*
SC								1.00

ตาราง 3 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมโดยรวม ของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย (ต่อ)

ตัวแปร	GS	LC	RC	BC	PC	MC	OC	SC
VIFs		3.070	3.650	5.127	3.655	2.824	3.063	4.673
Tolerance		0.326	0.274	0.195	0.274	0.354	0.327	0.214

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจเกิดปัญหา Multicollinearity ดังนั้นผู้วิจัยทำการทดสอบ Multicollinearity โดยใช้ค่า VIFs ปรากฏว่า ค่า VIFs ของตัวแปรอิสระศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร มีค่าตั้งแต่ 2.824-5.127 ซึ่งมี ค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006) และค่า Tolerance ของทุกตัวแปรอิสระมีค่าระหว่าง 0.195-0.354 ทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ ดังนั้นจึงสรุปได้ ว่าตัวแปรทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทยโดยรวม (GS) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.597-0.778 จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ และสร้างสมการพยากรณ์นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทยโดยรวม (GS) ได้ดังนี้ GS = 0.671+0.032 LC+0.033 RC-0.098 BC+0.287 PC+0.239 MC+0.404 OC -0.034 SC ดังตารางที่ 4

ตาราง 4 ทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย

ตัวแปร	นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	0.671		1.692	0.098
ด้านการเรียนรู้ (LC)	0.032	0.030	0.233	0.817
ด้านการวิจัยและพัฒนา (RC)	0.033	0.049	0.344	0.733
ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ (BC)	-0.098	-0.133	-0.789	0.435
ด้านการผลิต (PC)	0.287	0.429	3.012*	0.004
ด้านการตลาด (MC)	0.239	0.216	1.726	0.092
ด้านองค์กร (OC)	0.404	0.504	3.868*	0.000
ด้านกลยุทธ์ (SC)	-0.034	-0.040	-0.250	0.804

F=19.743 R=0.876 R^2=0.767 Adj R^2=0.728

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมโดยรวมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทยทั้ง 7 ตัวแปร สามารถพยากรณ์นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย ได้ร้อยละ 76.70 (R^2=0.767) โดยพบตัวแปรที่มีผลต่อการพยากรณ์ 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยศักยภาพด้านการผลิต (PC) มีค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.287 และปัจจัยศักยภาพด้านองค์กร (OC) ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเท่ากับ 0.404 ส่วนตัวแปรศักยภาพด้านการเรียนรู้ (LC) การวิจัยและพัฒนา (RC) การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ (BC) การตลาด (MC) และด้านกลยุทธ์ (SC) ไม่พบว่ามีผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย (GS)

ตาราง 5 วิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณแบบ Stepwise ในการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม รายด้าน ของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย

ตัวแปร	นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.228		4.680*	0.000
ด้านองค์กร (OC)	0.463	0.577	6.855*	0.000
ด้านการผลิต (PC)	0.282	0.422	5.009*	0.000
F=67.776 R=0.862 R^2=0.743 Adj R^2=0.732				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรศักยภาพการดำเนินงานในองค์กรด้านองค์กร (OC) และ ด้านการผลิต (PC) ที่ร่วมกันพยากรณ์นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย (GS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ร้อยละ 74.30 (R^2=0.743) สามารถเขียนสมการได้ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ GS = 1.228+0.463OC+0.282PC

ตาราง 6 วิเคราะห์การถดถอยแบบพหูคูณแบบ Stepwise ในการพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม รายข้อ ของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย

ตัวแปร	นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาด เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่	1.055		4.167*	0.000
การให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นเพื่อการสร้างนวัตกรรม (OC_1)	0.214	0.353	3.995*	0.000
การให้ความสนใจกับการปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างเหมาะสม (OC_4)	0.270	0.343	4.359*	0.000
มีการบริหารจัดการและนำองค์ความรู้นวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม (PC_1)	0.125	0.235	2.649*	0.011
การวางแผนทรัพยากรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อเกิดความคุ้มค่าต่อการใช้ทรัพยากรที่คำนึงต่อสิ่งแวดล้อม (PC_6)	0.166	0.276	3.649*	0.001
F=47.936 R=0.900 R^2=0.810 Adj R^2=0.793				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่สามารถร่วมกันทำนายนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย พบว่า ตัวแปรศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ด้านองค์กร (OC) ในการให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นเพื่อการสร้างนวัตกรรม (OC1) และการให้ความสนใจกับการปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างเหมาะสม (OC4) ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ด้านการผลิต (GC) มีการบริหารจัดการและนำองค์ความรู้นวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม (PC1) และการวางแผนทรัพยากรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อเกิดความคุ้มค่าต่อการใช้ทรัพยากรที่คำนึงต่อสิ่งแวดล้อม (PC6) ที่ร่วมกันพยากรณ์นวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย (GS) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ได้ร้อยละ 81.90 (R2=0.819) สามารถเขียนสมการได้ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้ GS = 1.055+0.214 OC1+ 0.270 OC4+0.125 PC1+0.166 PC6

อภิปรายผล

ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ปัจจัยด้านองค์กร มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย โดยปัจจัยด้านองค์กร คือ การให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นเพื่อการสร้างนวัตกรรม และการให้ความสนใจกับการปรับตัวตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับ คฑาวุฒิ สังฆมาศ และคณะ (2560) พบว่า โครงสร้างองค์กรควร

เป็นองค์กรที่มีความยืดหยุ่น และเอื้อต่อการสร้างความร่วมมือในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของบุคลากร โดยองค์กรธุรกิจส่งออกไทยที่ได้รับรางวัลนวัตกรรม มีโครงสร้างที่เอื้อต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ซึ่งมีโครงสร้างองค์กรแบนราบ ไม่มีลำดับสายบังคับบัญชาที่มากนัก บางองค์กรมีการจัดตั้งทีมงานเพื่อช่วยกันดูแลงานด้านนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วยบุคลากรจากหลายแผนกที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา และบางองค์กรให้ฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นผู้ดูแลงานด้านนวัตกรรมขององค์กร สอดคล้องกับ สมบัติ นามบุรี (2562) โครงสร้างองค์กรที่มีความยืดหยุ่น โครงสร้างองค์การแบบสิ่งมีชีวิต (Organism) จะมีความยืดหยุ่นและจะส่งผลต่อบรรยากาศที่ช่วยส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมมากกว่าโครงสร้างองค์การแบบเครื่องจักร (Mechanism) ที่มีการควบคุมเข้มงวด ความยืดหยุ่น เป็นกุญแจสำคัญต่อองค์การอย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นความยืดหยุ่นของบุคคล ทีมงาน หรือองค์การและสามารถช่วยในการเผชิญหน้าหรือตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ได้ ในองค์กรที่ยืดหยุ่นและเปิดนั้น มีการปรับตัวให้เข้ากับการพัฒนาแบบใหม่และการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้มีแนวโน้มให้เกิดการเรียนรู้และความอยากรู้อยากเห็น สอดคล้องกับ Lee (2012) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่าง การส่งออก ผลิตภาพนวัตกรรม และองค์กร เป็นการพิสูจน์สำหรับผลิตภาพที่แข็งแกร่งของผู้ส่งออกอย่างต่อเนื่อง ว่าการส่งออกยังเกี่ยวข้องกับการกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ส่งออกอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ พระครูปลัดสุวัฒนพุทธิคุณ และณัฏยาณี บุญทองคำ (2563) พบว่า ปัจจุบันนวัตกรรม ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปรับตัวของภาครัฐในการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในโลกภายใต้ กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้ภาครัฐไทยอาจจะไม่สามารถใช้วิธีการบริหารจัดการภาครัฐเช่นเดิมและจำเป็นจะต้องหาวิธีบริหารจัดการภาครัฐใหม่เพื่อเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงและการแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นก่อให้เกิดการสร้างนวัตกรรมภาครัฐเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ภาครัฐไทยสามารถปรับตัวทันต่อความเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าของโลก และช่วยให้ภาครัฐไทยมีกลไกที่มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในโลกได้

ศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ปัจจัยด้านการผลิต มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย โดยปัจจัยด้านการผลิต คือ มีการบริหารจัดการและนำองค์ความรู้นวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม และการวางแผนทรัพยากรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อเกิดความคุ้มค่าต่อการใช้ทรัพยากรที่คำนึงต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ สมบัติ นามบุรี (2562) พบว่า กระบวนการผลิต ต้องมีการสร้างสรรค์พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านเทคโนโลยีหรือวิธีการใช้ รวมไปถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ Cassiman and Martínez-Ros (2010) พบว่า ความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างผลิตภาพของบริษัทและการส่งออก เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจด้านนวัตกรรม พบหลักฐานที่ชัดเจนว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ส่งผลกระทบต่อผลิตภาพและการชักจูงบริษัทขนาดเล็กของบริษัทกลุ่มผู้ผลิตในประเทศสเปน ที่ไม่ได้ส่งออกให้เข้าสู่ตลาดส่งออก สอดคล้องกับ สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ (2563) พบว่าวิธีการดำเนินงานและแนวคิดใหม่ที่เกิดจากการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้ามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการที่ตอบ

สนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งการพัฒนาประกอบด้วยการนำความรู้ที่ใหม่ๆ มาสร้างกระบวนการต่างๆ เป็นการปรับปรุงหรือออกแบบกระบวนการในการสร้างการบริการใหม่ และสอดคล้องกับ จีรนันท์ นาคสมทรง (2563) พบว่าเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) คือ แนวคิดการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรต่างๆ ให้คุ้มค่ายาวนานที่สุด โดยการลดปริมาณการใช้ (Reduce) โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติที่ต้องการการอนุรักษ์และฟื้นฟู การใช้ซ้ำ (Reuse) โดยเฉพาะกับสิ่งของเครื่องใช้ที่ใช้เวลาในการย่อยสลายยาวนานหรือมีมลพิษจากการทำลาย และการแปรสภาพแล้วนำกลับมาใช้ (Recycle) วัตถุดิบหรือสิ่งของที่ภายหลังเลิกใช้แล้วสามารถนำเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพแล้วนำกลับมาใช้เป็นวัตถุดิบเพื่อการผลิตใหม่อีกรอบแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีความคล้ายกับ “หลักการ 3R” ที่เป็นวิธีการยืดอายุการใช้งาน เป็นการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และลดของเสียจากกระบวนการผลิต (Zero Waste) ลดขยะจากการเลิกใช้งานกระบวนการเหล่านี้เกิดขึ้นได้จากการคิดอย่างเป็นระบบในตลอดช่วงอายุของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าต่อลูกค้าและสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้วัตถุดิบการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ และการคำนึงถึงวิธีการกำจัดทำลายผลิตภัณฑ์ภายหลังการเลิกใช้ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพการดำเนินงานนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1.1 งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษา เชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาให้ทราบถึงปัจจัยด้านนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย จากผู้ประกอบการโดยตรง

1.2 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน เป็นการสังเคราะห์ข้อมูลตั้งแต่อดีต ถึง ปัจจุบัน เพื่อศึกษาถึงสิ่งที่ทำให้เกิดปัญหาและเป็นอุปสรรคต่อการเป็นองค์กรนวัตกรรมสินค้าและบริการยอดเยี่ยมของธุรกิจส่งออกแห่งประเทศไทย ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดแนวทางวิธีการในการปรับปรุงแก้ไขได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

2.1 ผู้บริหารองค์กรนวัตกรรม ควรเลือกปัจจัยจากผลการวิจัยนี้ คือศักยภาพการดำเนินงานในองค์กร ด้านองค์กร และ ด้านการผลิตนำไปใช้ให้สอดคล้องกับบริบทขององค์กรตนเอง ให้ความสำคัญกับแนวทางการยกระดับความสามารถทางนวัตกรรม โดยมุ่งเน้นไปที่การจัดการองค์ความรู้นวัตกรรมมาพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าเชิงนวัตกรรม การวางแผนกลยุทธ์โดยการใช้ทรัพยากรให้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้เพื่อเกิดความคุ้มค่าต่อการใช้ทรัพยากรที่คำนึงต่อสิ่งแวดล้อม การให้ความสำคัญกับการปรับปรุงโครงสร้างขององค์กรให้มีความยืดหยุ่นเพื่อการสร้างนวัตกรรม ส่งเสริมและสนับสนุนโอกาสในการทำงานนวัตกรรมภายในองค์กร และความใส่ใจพนักงานการให้ความสนใจกับการปรับตัวและตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมภายนอกอย่างเหมาะสม สุดท้ายคือการ ลงมือรังสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จริงและเป็นรูปธรรม

2.2 ผู้บริหารองค์กรนวัตกรรม ต้องมีความเข้าใจระดับความสามารถทางนวัตกรรมปัจจุบันขององค์กร เข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคในการรังสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้จริง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน พนักงานทุกคนจาก ทุกหน่วยงานในองค์กร หากทุกคนในองค์กรมีเป้าหมายที่เป็นหนึ่งเดียวกัน การมุ่งไปสู่ความเป็นองค์กรนวัตกรรมก็จะเกิดผลสำเร็จได้เป็นอย่างดี

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ 2564

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2563). *รายชื่อผู้ได้รับรางวัล PM Award*. สืบค้นเมื่อ 5 ธันวาคม 2563 จาก https://www.pm-award.com/pma-directory/

คฑาวุฒิ สังฆมาศ, เกรียงไกร โพธิ์มณี และปริยาภร เอี่ยมสำลี. (2560). นวัตกรรมสร้างสรรค์ทางธุรกิจเพื่อการส่งออกกับนโยบายไทยแลนด์ 4.0. *วารสารบัณฑิตศาส์น, 15*(2), 124-132.

จีรนันท์ นาคสมทรง. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 12*(3), 157-172.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: บิสซิเนส อาร์แอนด์ดี.

พระครูปลัดสุวัฒนพุทธิคุณ และณัฏยาณี บุญทองคำ. (2563). การสร้างนวัตกรรมในบริบทภาครัฐไทย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 6*(3), 287-299.

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ, 33*(128), 49-65

สมบัติ นามบุรี. (2562). นวัตกรรมและการบริหารจัดการ. *วารสารวิจัยวิชาการ, 2*(2), 121-134.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2559). *รายงานประจำปี 2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์กรมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). *4 ยุทธศาสตร์ผลักดัน 'ไทย' ให้เป็นประเทศแห่งนวัตกรรม*. สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2564 จาก https://www.nia.or.th/NIA4

สุภัทรศักดิ์ คำสามารถ, กุลจิรา รักษนคร และมังกร หริรักษ์. (2563). ศักยภาพทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (ประเภทบริการ). *Journal of Modern Learning Development, 5*(2), 214-229.

Black, K. (2006). *Business statistics: for contemporary decision making*. 4th ed. New York: John Wiley & Sons.

Cassiman, B., Golovko, E. & Martínez-Ros, E. (2010). Innovation, exports and productivity. *International Journal of Industrial Organization, 28*(4), 372-376.

Guan, J. & Ma, N. (2003). Innovative capability and export performance of Chinese firms. *Technovation, 23*(9), 737-747.

Lee, C. (2012), 'Exporting, Productivity, Innovation and Organization: Evidence from Malaysia Manufacturing', in Hahn, C.H. And D.A. Narjoko (eds.), Dynamics of Firm Selection Process in Globalized Economies. *ERIA Research Project Report, 2011*(3), 289-305.

VanVoorhis, C.W. & Morgan, B.L. (2007). Understanding power and rules of thumb for determining sample sizes. *Tutorials in quantitative methods for psychology, 3*(2), 43-50.

World Intellectual Property Organization. (2019). *Global Innovation Index 2019*. [Online]. [cited 8 December 2020]. Available from: https://www.wipo.int/portal/en