

บทความวิจัย

ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนใน ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

กฤษฎกร จิรภานุเมศ¹
สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์²
และพนิดา แซ่มช้าง³

บทคัดย่อ

ในการศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 63 บริษัท โดยใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) มาพัฒนาแบบจำลอง พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และศึกษาอิทธิพลที่เกิดขึ้นระหว่างปัจจัย ซึ่งผลการศึกษาพบว่าปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร อีกทั้งยังมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Chi\text{-square} = 92.14$, $df = 69$, $p = 0.53288$, $RMSEA = 0.075$, $GFI = 0.99$, $AGFI = 0.98$) ซึ่งหมายถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรและผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

คำสำคัญ : ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ ความสามารถทางนวัตกรรม

¹ นักศึกษาปริญญาโท (บริหารธุรกิจ), สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

² วท.ด. (ธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม), รองศาสตราจารย์, สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

³ ปร.ด. (การวิจัยดำเนินงาน), สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

RESEARCH ARTICLE

The Effect of Entrepreneurial and Strategic Orientation on Innovativeness and Performance : The Empirical Study of the Listed Companies in the Market for Alternative Investment (MAI)

Kritsakorn Jiraphanumes
Somnuk Aujirapongpan
Panida Chamchang

Abstract

The main purpose of this research is to examine the relationship between entrepreneurial and strategic orientation on innovativeness and performance of the listed 63 companies in the Market for Alternative Investment (MAI). Structural equation modeling techniques (SEM) was used to develop a model, inspect consistency between model and empirical data and study the effects of factors. The study result revealed the executive entrepreneurial orientation and the organization strategic orientation have direct effects on the organization innovativeness. They also have statistically significant direct and indirect effects on the organization performance. (Chi-square = 92.14, df = 69, p = 0.53288, RMSEA = 0.075, GFI = 0.99, AGFI = 0.98) This means that the importance of focusing on the executive entrepreneurial orientation and the organization strategic orientation will lead to increase the organization innovativeness and performance.

Keywords : entrepreneurial, strategic, innovativeness

บทนำ

ในปัจจุบันมีการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้แต่ละองค์กรต่างพยายามพัฒนาเพื่อความอยู่รอด นวัตกรรมจึงเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ หรือประสบการณ์ด้านการจัดการ มาพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ซึ่งอาจอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์หรือบริการ กระบวนการ แม้กระทั่งกลยุทธ์ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่มีอยู่ให้มีคุณลักษณะและความสามารถที่ดียิ่งขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และสร้างผลกำไรให้แก่องค์กร ในขณะที่นวัตกรรมกระบวนการจะช่วยเพิ่มศักยภาพให้แก่องค์กร เช่น การลดเวลาในการผลิต การลดต้นทุน หรือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้รวดเร็วยิ่งขึ้น สิ่งเหล่านี้ล้วนสร้างรายได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

การที่องค์กรต่าง ๆ เริ่มให้ความสำคัญในเรื่องของการบริหารจัดการนวัตกรรมในองค์กรอาจเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี แต่การจะบริหารนวัตกรรมในองค์กรให้สำเร็จลุล่วงนั้นอาจยังไม่เพียงพอ มีหลายองค์กรที่ประสบกับความล้มเหลว จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีอยู่หลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสนใจที่จะศึกษา 2 ปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านความสามารถของผู้บริหาร และปัจจัยด้านความสามารถขององค์กร เนื่องจากเห็นว่าทั้ง 2 ปัจจัยมีอิทธิพลต่อการบริหารงานขององค์กรอย่างมาก

ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีเรื่องการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) มาใช้ในการอธิบายความสามารถของผู้บริหาร เนื่องจากผู้ประกอบการคือบุคคลผู้ที่มีความคิดใหม่ และมีความต้องการที่จะนำความคิดนั้นมาตอบสนองต่อตลาดเพื่อสร้างผลกำไร ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่บริหารจัดการองค์กร และเป็นผู้แบกรับความรับผิดชอบในเรื่องของความเสียหายและผลจากการดำเนินธุรกิจ อาจกล่าวได้ว่าผู้บริหารที่มีความสามารถก็คือ ผู้บริหารที่ให้ความสำคัญในเรื่องของความเป็นผู้ประกอบการ และใช้แนวคิดทฤษฎีเรื่องการมุ่งเน้นกลยุทธ์ (Strategic Orientation) ในการอธิบายถึงความสามารถขององค์กร เนื่องจากกลยุทธ์เป็นแผนที่ระบุถึงวิธีการดำเนินงาน ที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จและตรงตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรวางไว้ ดังนั้นหากองค์กรมีการกำหนดกลยุทธ์ได้อย่างเหมาะสม ก็จะสามารถดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดการดำเนินงานที่ดีต่อองค์กร จึงกล่าวได้ว่าองค์กรที่มีความสามารถก็คือองค์กรที่ให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เนื่องจากเป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญของประเทศ ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องในอนาคต หากมีการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมในองค์กร ก็จะส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นการดึงดูดให้นักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในตลาดมากยิ่งขึ้น เกิดเป็นเงินหมุนเวียนเพื่อนำไปพัฒนาองค์กรต่อไป ดังนั้นการทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรจึงเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร ที่ส่งผลต่อการเกิดความสามารถทางนวัตกรรมในองค์กร และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ

การตรวจเอกสาร

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Miller (1983) ได้นิยามความหมายของคำว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการว่าเป็น การมุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น และยกระดับด้วยนวัตกรรม โดยการเอาชนะคู่แข่งในลักษณะเชิงรุก จากคำนิยามดังกล่าวจึงแบ่งองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการได้ 3 องค์ประกอบคือ ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) และการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) ซึ่งต่อมาภายหลัง Lumpkin และ Dess (1996) ศึกษาพบว่ายังมีอีก 2 องค์ประกอบที่สำคัญได้แก่ ความเป็นอิสระ (Autonomy) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ดังนั้นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ แต่การวิจัยในครั้งนี้ให้ความสนใจที่จะศึกษาผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อความสามารถทางนวัตกรรม เพื่อลดความซ้ำซ้อนจึงขอตัดความสามารถทางนวัตกรรมออกจากองค์ประกอบดังกล่าว ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงมี 4 องค์ประกอบได้แก่

1.1 ความเป็นอิสระ (Autonomy)

ความเป็นอิสระ หมายถึง การให้เสรีภาพในการกระทำของตัวบุคคลหรือทีมงาน ในการสร้างความคิดและวิสัยทัศน์เพื่อนำไปใช้ปฏิบัติ อาจรวมถึงอิสรภาพในการยับยั้งข้อจำกัดขององค์กร ซึ่งอาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ เกิดเป็นแรงผลักดันที่สำคัญต่อองค์กร (Lumpkin & Dess, 1996)

1.2 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

Miller และ Friesen (1978) กล่าวว่า ความกล้าเสี่ยงเป็นระดับที่ผู้บริหารตั้งใจที่จะกระทำในสิ่งที่สำคัญและมีข้อผูกมัดต่อทรัพยากร การกู้ยืมจำนวนมาก และการกระทำที่ส่งผลต่อสินทรัพย์ส่วนใหญ่ โดยกิจกรรมการบริหารมีความเสี่ยงอยู่หลายระดับ ตั้งแต่ระดับต่ำ เช่น การฝากเงินในธนาคาร การลงทุนในพันธบัตร จนถึงความเสี่ยงระดับสูง เช่น การกู้ยืมเงินเพื่อมาลงทุน การลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ หรือการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดใหม่ ในแต่ละระดับของความเสี่ยงก็จะให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกัน

1.3 การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)

การดำเนินงานเชิงรุกเป็นกระบวนการที่มุ่งคาดหวัง และกระทำความต้องการในอนาคต โดยการแสวงหาโอกาสใหม่ที่จะเกี่ยวข้องกับ การดำเนินงานในปัจจุบัน การริเริ่มผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ ๆ ที่ล้ำหน้าคู่แข่ง เนื่องจากองค์กรที่สามารถควบคุมตลาดได้ก็จะเป็นผู้นำตลาด องค์กรจึงต้องมองการไกลและไขว่คว้าโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ (Venkatraman, 1988)

1.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)

ความก้าวร้าวในการแข่งขัน หมายถึง การตอบสนองขององค์กรโดยใช้ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Lumpkin & Dess, 1996) ความก้าวร้าวในการแข่งขันมักถูกใช้ตอบสนองต่อความท้าทายโดยตรงและรุนแรงต่อคู่แข่ง เพื่อให้จะยกระดับตัวเองให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีกว่าคู่แข่งในตลาด เช่น การตัดราคาหรือการยอมลดกำไร การใช้จ่ายอย่างมหาศาลเมื่อเทียบกับคู่แข่งในเรื่องการทำการตลาด พัฒนาสินค้าและบริการ และเพิ่มคุณภาพ เป็นต้น (Venkatraman, 1988)

2. การมุ่งเน้นกลยุทธ์ (Strategic Orientation)

Miles และ Snow (1978) ได้นิยามความหมายของการมุ่งเน้นกลยุทธ์ว่า เป็นวิธีการที่องค์กรใช้ในการปรับสภาพตามสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับ Hambrick (1983) ที่กล่าวว่าเป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการตัดสินใจและชี้้นำขององค์กร ให้สามารถดำเนินการต่อไปได้ในสภาพแวดล้อมต่างๆ ในการวิจัยครั้งนี้จะยึดแนวคิดเรื่องการมุ่งเน้นกลยุทธ์ของ Venkatraman (1988) ซึ่งแบ่งการมุ่งเน้นกลยุทธ์ออกเป็น 6 องค์ประกอบได้แก่

2.1 มิติด้านความก้าวร้าว (Aggressiveness Dimension)

เป็นระดับของการตอบสนองต่อองค์กรคู่แข่ง โดยให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดสรรแหล่งทรัพยากร เพื่อการพัฒนาตำแหน่งการตลาดได้เร็วกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ หรือการเพิ่มการลงทุนให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด

2.2 มิติด้านการวิเคราะห์ (Analysis Dimension)

เป็นคุณลักษณะที่สำคัญของการตัดสินใจขององค์กร โดยเน้นในเรื่องของการวิเคราะห์และสร้างทางเลือกที่ดีที่สุดในการแก้ไขปัญหา

2.3 มิติด้านการป้องกัน (Defensiveness Dimension)

เป็นการให้ความสำคัญในเรื่องของการลดต้นทุน และเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการสรรหา

2.4 มิติด้านอนาคต (Futurity Dimension)

เป็นการให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลา เช่น การให้ความสำคัญในงานวิจัยพื้นฐาน ซึ่งถูกพิจารณาให้มีความสำคัญในระยะยาวมากกว่างานวิจัยที่มุ่งเน้นการประยุกต์ที่ตอบสนองในระยะสั้น เป็นต้น

2.5 มิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness Dimension)

เป็นการให้ความสำคัญต่อการค้นหาโอกาสทางการตลาดขององค์กร และทำการตอบสนองต่อโอกาสนั้นๆ

2.6 มิติด้านความเสี่ยง (Riskiness Dimension)

เป็นระดับความเสี่ยงของการตัดสินใจในเรื่องการจัดสรรทรัพยากรที่หลากหลาย

3. ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งที่บุคคลหรือองค์กร ใช้ทักษะทางความรู้และความคิดในการสร้างสรรค์ อาจอยู่ในรูปแบบกระบวนการความคิด ผลิตภัณฑ์หรือบริการ และรวมถึงการ

ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในสิ่งที่มีอยู่ให้มีคุณลักษณะ
และความสามารถที่ดียิ่งขึ้น โดยนวัตกรรมในบริบท
ขององค์กร (Organizational Context) ประกอบด้วย
ด้วย 3 ประเภทได้แก่

3.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

เป็นผลลัพธ์จากการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่
หรือพัฒนาแก้ไขผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่เพื่อที่จะนำ
มาแก้ไขปัญหาให้กับผู้บริโภค ซึ่งผลิตภัณฑ์หมายถึง
สินค้าที่สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ หรืออยู่ใน
รูปแบบของการบริการ โดยผลลัพธ์ที่ได้คือทั้ง
ผู้บริโภคและองค์กรต่างได้ประโยชน์ในการเกิด
นวัตกรรม (Tucker, 2003)

3.2 นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

เป็นนวัตกรรมที่สามารถเพิ่มความ
พึงพอใจแก่ผู้บริโภค และองค์กรยังได้รับประโยชน์
อีกด้วย เช่น องค์กรที่ทำการผลิต นวัตกรรมว่าด้วย
กระบวนการช่วยในการสร้างคุณภาพ ลดต้นทุน
ลดวงจรเวลาที่ใช้ในการผลิต เพิ่มความเร็วของการ
ส่งมอบผลิตภัณฑ์ เพิ่มความสามารถในการผลิต
สินค้า เป็นต้น (Tucker, 2003)

3.3 นวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovation)

เป็นนวัตกรรมการใช้กลยุทธ์เพื่อเพิ่ม
คุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคได้รับ
ประสบการณ์จากผลิตภัณฑ์ โดยรวมถึงการใช้
วิธีการตลาดใหม่ ๆ หรือการโฆษณาที่ใช้กับ
ผู้บริโภค การจัดจำหน่ายด้วยวิธีการใหม่ นวัตกรรม
ชนิดนี้จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้เปลี่ยนแปลงการ
นำเสนอความพอใจให้แก่ผู้บริโภคในลักษณะต่าง ๆ
นวัตกรรมกลยุทธ์เป็นสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องในเรื่อง

คุณภาพผลิตภัณฑ์โดยตรง หากแต่เป็นสิ่งที่
ผู้บริโภคสามารถรับรู้และสัมผัสได้ (Tucker, 2003)

ส่วนความสามารถทางนวัตกรรมเป็น
ความสามารถที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือ
ความคิดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นในองค์กร (Damanpour,
1991) หรือเป็นระดับในการนำความคิดใหม่ ๆ
มาใช้งานที่รวดเร็วกว่าสมาชิกอื่น ๆ ในสังคม
(Rogers, 1995) อาจสรุปได้ว่าความสามารถทาง
นวัตกรรมขององค์กร คือ ความสามารถในการ
สร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในองค์กรนั่นเอง

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาของ Avlonitis และ Salavou
(2007) ที่ให้ความสนใจในธุรกิจ SMEs ในประเทศ
กรีซ และการศึกษาของ Rhee, Park และ Lee
(2009) ซึ่งให้ความสนใจในธุรกิจ SMEs ในประเทศ
เกาหลีใต้ โดยทั้งสองงานวิจัยได้ใช้ 2 องค์ประกอบ
ในการอธิบายถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
ได้แก่ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก
ผลการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม
ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ
Tajeddini (2010) ซึ่งให้ความสนใจในธุรกิจโรงแรม
ในประเทศสวิตเซอร์แลนด์อีกด้วย ผู้วิจัยจึงตั้ง
สมมุติฐานไว้ว่า

*สมมุติฐานข้อที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวก
ต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร*

จากการศึกษาของ Awang และคณะ
(2009) ที่ทำการวิจัยโดยให้ความสนใจในธุรกิจ SMEs
ในประเทศมาเลเซีย โดยใช้ 4 องค์ประกอบใน
การอธิบายถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถทางนวัตกรรม

ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก ซึ่งผล
การศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการวิจัย
ดังกล่าวยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Li, Huang
และ Tsai (2009) ซึ่งให้ความสนใจธุรกิจใหม่ใน
ประเทศไต้หวัน โดยใช้ 5 องค์ประกอบในการ
อธิบายถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความสามารถทางนวัตกรรม
ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความ
ก้าวร้าวในการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานไว้ว่า

*สมมุติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวก
ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร*

จากการศึกษาของ Laforet (2009) ที่
ศึกษาถึงผลของการมุ่งเน้นกลยุทธ์ต่อนวัตกรรม
กระบวนการ (Process Innovation) โดยให้ความ
สนใจบริษัทแถบ South Yorkshire ในประเทศ
อังกฤษ จากผลการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์
ส่งผลต่อนวัตกรรมกระบวนการ ผู้วิจัยจึงตั้ง
สมมุติฐานไว้ว่า

*สมมุติฐานข้อที่ 3 การมุ่งเน้นกลยุทธ์ของ
องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถ
ทางนวัตกรรมขององค์กร*

การศึกษาของ Jeong, Pae และ Zhou
(2006) พบว่าผลของการมุ่งเน้นกลยุทธ์ต่อผลการ
ดำเนินงานโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารของ 12
อุตสาหกรรม ในเมืองเซียงไฮ้ ปักกิ่ง และกวางโจว
พบว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์ส่งผลต่อผลการ
ดำเนินงาน ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานไว้ว่า

*สมมุติฐานข้อที่ 4 การมุ่งเน้นกลยุทธ์ของ
องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน
ขององค์กร*

Drazin, Glynn และ Kazanjian (1999)
กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญในการนำองค์กร
ไปสู่เป้าหมาย เพราะนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ส่งผล
ต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ
นวัตกรรมจะเป็นตัวช่วยในการพัฒนาองค์กร สร้าง
ความได้เปรียบต่อคู่แข่ง (Cooper, 2000) ซึ่ง
คำกล่าวเหล่านี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Lee
และ Tsai (2005) โดยพวกเขาได้ชี้ว่านวัตกรรมของ
องค์กร (Organizational Innovation) ในการอธิบาย
ถึงปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรม และใช้ผลการ
ดำเนินงานโดยรวม และความสำเร็จในผลิตภัณฑ์
ใหม่ ในการอธิบายปัจจัยผลการดำเนินงาน ซึ่ง
คณะผู้วิจัยได้ให้ความสนใจองค์กรในภาคการผลิต
และบริการในประเทศไต้หวัน ผลของการศึกษา
พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมส่งผลต่อการ
ดำเนินงาน ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ
Rhee, Park และ Lee (2009) ซึ่งได้ศึกษาถึง
ผลกระทบของความสามารถทางนวัตกรรมต่อ
ผลการดำเนินงาน โดยมุ่งความสนใจไปยังธุรกิจ
SMEs ในประเทศเกาหลีใต้ และงานวิจัยของ Hult,
Hurley และ Knight (2004) ที่สนใจศึกษาบริษัทที่
มียอดขายสูงกว่า 100 ล้านดอลลาร์ ในประเทศ
สหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยจึงตั้งสมมุติฐานไว้ว่า

*สมมุติฐานข้อที่ 5 การมุ่งเน้นความ
สามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์
เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร*

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ บริษัทที่
จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน
63 บริษัท (ข้อมูล ณ เดือนตุลาคม 2553) จากการ
คำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร

ของยามาเนะ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 55 บริษัท แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงได้ทำการส่งแบบสอบถามไปยังประชากรทั้งหมดทางไปรษณีย์ และได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 60 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 95.24 เมื่อทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืน พบว่ามีความสมบูรณ์ครบถ้วนสามารถนำมาวิเคราะห์ข้อมูลได้ทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในลักษณะแบบวัดแบบมาตราส่วน 5 ระดับ ตามเกณฑ์ของ Likert Scale ซึ่งประกอบด้วย

2.1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร

ปัจจัยนี้จะแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน โดยผู้วิจัยได้นำคำถามของ Dess และ Lumpkin (2005) มาประยุกต์ใช้ในแบบสอบถามจำนวน 12 ข้อ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าแบบจำลองปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = 3.25, df = 2, p = 0.19693, RMSEA = 0.073, GFI = 0.97, AGFI = 0.91)

2.2 การมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร

ปัจจัยนี้แบ่งออกเป็น 6 องค์ประกอบ ได้แก่ มิติด้านความก้าวร้าว มิติด้านการวิเคราะห์ มิติด้านการป้องกัน มิติด้านอนาคต มิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก และมิติด้านความเสี่ยง โดยผู้วิจัยได้นำคำถามของ Venkatraman (1988) มาประยุกต์

ใช้ในแบบสอบถามจำนวน 18 ข้อ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าแบบจำลองปัจจัยการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = 5.65, df = 9, p = 0.77465, RMSEA = 0.000, GFI = 0.97, AGFI = 0.93) แต่มีเพียง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ มิติด้านการวิเคราะห์ มิติด้านการป้องกัน มิติด้านอนาคต และมิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

ผู้วิจัยได้นำคำถามของ Dess และ Lumpkin (2005) มาประยุกต์ใช้ในจำนวน 4 ข้อ ในส่วนนี้จะไม่มีกรวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เนื่องจากตัวแปรสังเกตได้ไม่ได้มีลักษณะที่เป็นองค์ประกอบในเชิงทฤษฎี

2.4 ผลการดำเนินงานขององค์กร

ปัจจัยนี้แบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ข้อมูลมาจากรายงานงบการเงินของแต่ละบริษัท ซึ่งจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าแบบจำลองผลการดำเนินงานขององค์กรมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = 0.01, df = 1, p = 0.91734, RMSEA = 0.000, GFI = 1.00, AGFI = 1.00)

การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค โดยกำหนดให้แต่ละปัจจัยของแบบสอบถามต้องมีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟามากกว่า

0.70 ซึ่งจากการคำนวณปรากฏว่าทุกปัจจัยได้ผ่าน เชื้อถือได้ ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาได้แสดงไว้ในตาราง
เกณฑ์ที่กำหนดไว้ จึงสรุปว่าแบบสอบถามมีความ ที่ 1

ตารางที่ 1 : แสดงค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถาม

องค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา
<i>การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ</i>	
ความเป็นอิสระ	0.7701
ความกล้าเสี่ยง	0.7581
การดำเนินงานเชิงรุก	0.7757
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	0.8373
<i>การมุ่งเน้นกลยุทธ์</i>	
มิติด้านความก้าวร้าว	0.8471
มิติด้านการวิเคราะห์	0.7582
มิติด้านการป้องกัน	0.8953
มิติด้านอนาคต	0.7297
มิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก	0.7707
มิติด้านความเสี่ยง	0.7275
<i>ความสามารถทางนวัตกรรม</i>	0.9296
<i>ผลการดำเนินงาน</i>	0.9606

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis)

โดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง
ยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อ
ยืนยันว่าองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยที่ใช้ในการ
ศึกษามีความถูกต้องเหมาะสมและครอบคลุมใน
เชิงทฤษฎี

3.2 การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล (Path Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิง

สาเหตุของตัวแปรในแบบจำลองโครงสร้าง
(Structural Model) เพื่อหาขนาดอิทธิพลที่ปรากฏ
ในความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น และทำการ
ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง
(Goodness of Fit Measures) เพื่อศึกษาภาพรวม
ของแบบจำลองว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูล
เชิงประจักษ์เพียงใด

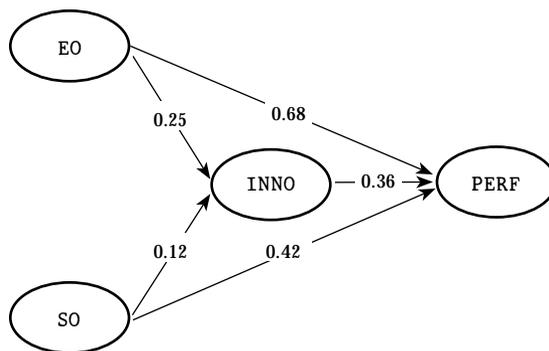
โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบ
ความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูล
เชิงประจักษ์ไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 : แสดงเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนี	ระดับการยอมรับ
Chi-Square/ df	มีค่าน้อยกว่า 2.00
P-Value	มีค่ามากกว่า 0.05
GFI	มีค่ามากกว่า 0.90
AGFI	มีค่ามากกว่า 0.90
RMSEA	มีค่าน้อยกว่า 0.08

ผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ในองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารซึ่งประกอบด้วยความเป็นอิสระ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน ล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติ และองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรซึ่งประกอบด้วย มิติด้านความก้าวร้าว มิติด้านการวิเคราะห์ มิติด้านการป้องกัน มิติด้านอนาคต มิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก และมิติด้านความเสี่ยง พบว่ามีเพียง มิติด้านการวิเคราะห์ มิติด้านการป้องกัน มิติด้านอนาคต และมิติด้านการดำเนินงานเชิงรุก เท่านั้นที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนแบบจำลองโครงสร้างเชิงเส้นที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square = 92.14, df = 69, p = 0.53288, RMSEA = 0.075, GFI = 0.99, AGFI = 0.98)



- EO แทน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร
- SO แทน การมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร
- INNO แทน ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร
- PERF แทน ผลการดำเนินงานขององค์กร

ภาพที่ 1 : แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างเชิงเส้น

เมื่อนำค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรทั้งหมดมาทำการคำนวณหาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร (INNO) มากที่สุด คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงเพียงอย่างเดียวและมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.25 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยผลการดำเนินงานขององค์กร (PERF) มากที่สุด คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม เท่ากับ 0.77 เป็นอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.68 และอิทธิพลทางอ้อม เท่ากับ 0.09

ตารางที่ 3 : แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

ตัวแปรตาม	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรอิสระ		
			EO	SO	INNO
INNO	0.43	DE	0.25**	0.12*	-
		IE	-	-	-
		TE	0.25**	0.12*	-
PERF	0.30	DE	0.68**	0.42*	0.36**
		IE	0.09**	0.04*	-
		TE	0.77**	0.46*	0.36**

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

การอภิปรายผล

องค์ประกอบที่ใช้ในการอธิบายปัจจัยต่าง ๆ ล้วนมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นมิติด้านความก้าวร้าว และมิติด้านความเสี่ยง ที่ใช้อธิบายการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งอาจเป็นเพราะประชากรที่ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มีเงินทุนในการจดทะเบียนเพื่อดำเนินกิจการที่ค่อนข้างต่ำ จึงเป็นข้อจำกัดในมิติด้านความก้าวร้าว ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการจัดสรรทรัพยากรเพื่อพัฒนาตลาดได้เร็วกว่าคู่แข่ง หรือเพิ่มในส่วนของการลงทุนให้สูงขึ้น เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งต้องการเงินเพื่อใช้ในการลงทุนที่สูง และเป็นข้อจำกัดในมิติด้านความเสี่ยง เนื่องจากองค์ประกอบด้านนี้ เป็นเรื่องของการตัดสินใจขององค์กร ด้วยเงินทุนที่มีอยู่อย่างจำกัด จึงเป็นสาเหตุให้การตัดสินใจต้องมีความละเอียดรอบคอบ และพยายามที่จะเลือกเส้นทางที่มีความเสี่ยงน้อยที่สุด จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้ทั้ง 2 องค์ประกอบไม่สามารถนำมาชี้วัดการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรในกลุ่มบริษัท

ที่ทำกรวิจัยได้

จากการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม (TE = 0.25) และผลการดำเนินงานขององค์กร (TE = 0.77) จึงยอมรับสมมุติฐานข้อที่ 1 และ 2 จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าองค์กรควรตระหนักถึงผลลัพธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการให้มากขึ้น เนื่องจากปัจจัยดังกล่าวจะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กร ทางด้านความสามารถทางนวัตกรรมและการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นหากกล่าวอีกมุมหนึ่งก็คือ องค์กรที่จะประสบผลสำเร็จในการบริหารงาน ส่วนหนึ่งมาจากผู้บริหารองค์กร หากองค์กรได้ผู้บริหารที่มีความสามารถมาบริหารงานก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ หากสังเกตองค์ประกอบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จะเห็นว่าทุกองค์ประกอบล้วนแต่ต้องใช้ทักษะทางด้านการตัดสินใจของผู้บริหารแทบทั้งสิ้น ดังนั้นอาจสรุปได้ว่าองค์กรไม่เพียงแต่ต้องการผู้บริหารที่บริหารงานได้ดีเท่านั้น แต่ยังต้องการผู้บริหารที่มี

ความสามารถในการตัดสินใจที่ดีอีกด้วย

จากการศึกษาข้างพบว่า การมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม (TE = 0.12) และผลการดำเนินงานขององค์กร (TE = 0.46) จึงยอมรับสมมุติฐานข้อที่ 3 และ 4 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า ไม่เพียงแต่ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร แต่ปัจจัยการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรก็ส่งผลในทำนองเดียวกัน ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่านอกจากความสามารถของผู้บริหารแล้ว ความสามารถขององค์กรก็เป็นสิ่งสำคัญในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ โดยเฉพาะความสามารถทางด้านการวางกลยุทธ์ขององค์กร องค์กรที่ทำการศึกษานี้ครั้งนี้ส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นกลยุทธ์ในมิติของการป้องกันที่เน้นหนักในเรื่องของการควบคุมต้นทุน ซึ่งอาจเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้การมุ่งเน้นกลยุทธ์มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรค่อนข้างสูง การที่องค์กรมุ่งเน้นในเรื่องของการควบคุมต้นทุนมากเกินไปจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถทางนวัตกรรมในระดับที่ต่ำ เนื่องจากการได้มาซึ่งนวัตกรรมนั้นต้องใช้ทุนในการวิจัยและพัฒนา ซึ่งขัดแย้งกับมิติการป้องกัน จะเห็นได้จากการเปรียบเทียบค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของปัจจัยมุ่งเน้นกลยุทธ์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (DE = 0.42) จะมีค่าสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของปัจจัยมุ่งเน้นกลยุทธ์ต่อความสามารถทางนวัตกรรม (DE = 0.12)

จากการศึกษาข้างพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จึงยอมรับสมมุติฐาน

ข้อที่ 5 ผลการวิจัยทำให้ทราบว่า องค์กรที่มีความสามารถทางนวัตกรรมจะส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร นวัตกรรมทางด้านผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการนำผลิตภัณฑ์เดิมมาทำการปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นการตอบสนองของความต้องการของผู้บริโภค และสร้างกำไรกลับคืนให้กับองค์กร นวัตกรรมทางด้านกระบวนการ ไม่ว่าจะเกิดขึ้นในรูปแบบของการลดขั้นตอนการผลิต การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ดังเช่นการผลิตได้เร็วขึ้น การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วขึ้น รวมถึงการลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง นอกจากนี้จะสร้างผลดีให้กับองค์กรแล้ว ยังเป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอีกด้วย ส่วนนวัตกรรมกลยุทธ์จะทำให้การบริหารจัดการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาทางด้านการตลาดในรูปแบบใหม่ ๆ การจัดจำหน่ายด้วยวิธีใหม่ ๆ เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทั้งสิ้น

สรุป

1. สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร และปัจจัยการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยผลการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร ปัจจัยการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม และปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการพัฒนาความสามารถของผู้บริหาร และ

ความสามารถขององค์กรให้สูงขึ้นนั้น เป็นการเพิ่ม ศักยภาพให้แก่ความสามารถทางนวัตกรรมของ องค์กรและยังส่งผลดีต่อผลการดำเนินงาน ซึ่ง บริษัทควรให้ความสนใจที่จะเพิ่มศักยภาพใน 2 ปีข้างหน้า เพราะจะเป็นการดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามา ลงทุนกับบริษัทจนเกิดการพัฒนาในธุรกิจให้เติบโต และแข็งแกร่งให้กับองค์กร ทำให้องค์กรสามารถ แข่งขันกับองค์กรคู่แข่งในตลาดได้

2. การประยุกต์ผลการวิจัย

1) จากการศึกษาวิจัยพบว่า ปัจจัยด้าน ความสามารถของผู้บริหารและปัจจัยความ สามารถขององค์กร ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อความ สามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของ องค์กร ดังนั้นสิ่งที่ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จะ ต้องทำคือควรมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาความ สามารถของผู้บริหารและองค์กรให้สูงขึ้น และทำ การส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งจะเป็น การเพิ่มศักยภาพในเรื่องของผลการดำเนินงาน ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักลงทุนในการเข้ามา ลงทุนกับบริษัท จนเกิดการพัฒนาในธุรกิจให้ เติบโตและแข็งแกร่ง ทำให้องค์กรสามารถแข่งขัน กับองค์กรคู่แข่ง และยังเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ ของประเทศโดยรวม

2) องค์กรควรมุ่งพัฒนาความสามารถ ของผู้บริหารควบคู่กับความสามารถขององค์กร พร้อมทั้งส่งเสริมและมุ่งพัฒนาในเรื่องของการ สร้างนวัตกรรมในองค์กรให้มากยิ่งขึ้น เนื่องจาก นวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญใน การบริหารจัดการเพื่อสร้างความได้เปรียบเหนือ คู่แข่งขึ้น และยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานของ องค์กร

3. ข้อจำกัดในการวิจัย

1) การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบ จำลองสมการโครงสร้างในการวิเคราะห์ข้อมูล และประชากรที่สนใจศึกษาคือ บริษัทที่จดทะเบียน ในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 63 บริษัท ซึ่งเป็นประชากรที่มีขนาดเล็ก เมื่อนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลด้วย SEM จึงอาจส่งผลให้เกิดข้อจำกัดใน ด้านผลการวิจัยได้

2) การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาบริษัท ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ซึ่ง ส่วนใหญ่เป็นบริษัทที่มุ่งเน้นในการผลิตสินค้า ซึ่ง ในจุดนี้จึงอาจส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการนำผล การวิจัยไปใช้ในการอธิบายบริษัทด้านการบริการ

4. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ทำวิจัยควร ทำการเพิ่มหรือปรับเปลี่ยนปัจจัยที่คาดว่าจะส่ง ผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผล การดำเนินงานขององค์กร หรืออาจทำการศึกษา โดยแยกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น หลายๆ ด้าน เช่น ความสามารถทางนวัตกรรมทาง ด้านผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางนวัตกรรมทาง ด้านกระบวนการ และความสามารถทางนวัตกรรม ทางด้านกลยุทธ์ เป็นต้น เพื่อศึกษาถึงผลกระทบ ของปัจจัยต่อความสามารถทางนวัตกรรมในแต่ละ ด้าน

2) ในการวิจัยครั้งต่อไป ผู้ทำวิจัยควร ทำการศึกษาโดยใช้แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย ครั้งนี้กับประชากรที่แตกต่าง เช่น วิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมที่ไม่ได้จดทะเบียนในตลาด เอ็ม เอ ไอ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ แห่งประเทศไทย บริษัทต่างชาติที่เข้ามาตั้งฐาน การผลิตในประเทศไทย หรือทำการศึกษาโดยแยก

ประเภทขององค์กร เช่น องค์กรภาคการผลิต
องค์กรภาคการบริการ เป็นต้น แล้วทำการศึกษา
ในเชิงเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการศึกษา
ที่ได้

อ้างอิง

Avlonitis, G.J. and Salavou, H.E. (2007).
Entrepreneurial orientation of SMEs,
product innovativeness, and performance,
Journal of Business Research, 60, 566-
575.

Awang, A., Khalid, S.A., Yusof, A.A., Kassim, K.M.,
Ismail, M., Zain, R.S., and Madar, A.R.S.
(2009). Entrepreneurial orientation and
performance relations of Malaysian
Bumiputera SMEs: The impact of some
perceived environmental factors.
**International Journal of Business and
Management**, 4(9), 84-96.

Cooper, R.G. (2000). New product performance :
What distinguishes the star products.
Australian Journal of Management,
25(1), 17-45.

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation :
A meta-analysis of effects of determinants
and moderators. **Academy of Management
Journal**, 34(3), 555-590.

Dess, G.G., Lumpkin, G.T. (2005). The role of
entrepreneurial orientation in stimulating
effective corporate entrepreneurship.
Academy of Management, 19(1), 147-
156.

Drazin, R., Glynn, M.A. and Kazanjian, R.K.
(1999), Multilevel theorising about creativity
in organisations : A sense making
perspective, **Academy of Management
Review**, 24, 286-329.

Hambrick, D.C. (1983). Some tests of the
effectiveness of functional attributes of
Miles and Snow's strategic types.
Academy of Management Journal, 26,
5-26.

Hult, G.T.M., Hurley, R.F. and Knight, G.A. (2004).
Innovativeness : Its antecedents and
impact on business performance.
Industrial Marketing Management, 33,
429-438.

Jeong, I.S., Pae, J.H. and Zhou, D.S. (2006).
Antecedents and consequences of the
strategic orientations in new product
development : The case of Chinese
manufacturers. **Industrial Marketing
Management**, 35, 348-358.

Laforet, S. (2009). Effects of size, market and
strategic orientation on innovation in non-
high-tech manufacturing SMEs. **European
Journal of Marketing**, 43, 188-212.

Lee, T.S. and Tsai, H.J. (2005). The effects of
business operation mode on market
orientation, learning orientation and
innovativeness. **Industrial Management
and Data Systems**, 105(3), 325-348.

Li, Y.H., Huang, J.W. and Tsai, M.T. (2009).
Entrepreneurial orientation and firm
performance: The role of knowledge

- creation process. **Industrial Marketing Management**, 38(4), 440-449.
- Lumpkin, G.T. and Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review**, 21(1), 135-172.
- Miles, R.E. and Snow, C.C. (1978). **Organizational strategy, structure and process**. NY : McGraw Hill.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management Science**, 29(7), 770-791.
- Miller, D. and Friesen, P. (1978). Archetypes of strategy formulation. **Management Science**, 24, 921-933.
- Rhee, J.H., Park, T.Y. and Lee, D.H. (2009). **Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea : Mediation of learning orientation**, *Technovation*, 1-11.
- Rogers, E.M. (1995). **Diffusion of innovations** (4th ed.). NY: Free Press.
- Tajeddini, K. (2010). **Effect of customer orientation and entrepreneurial orientation in innovativeness : Evidence from the hotel industry in Switzerland**. *Tourism Management*, 221-231.
- Tucker, R.B. (2003). **Driving Growth Through Innovation**, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Venkatraman, N. (1988). **Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement**. *Management Science*, 35, 942-962.