

**ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเป็นผู้ประกอบการ
ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน
ด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม***

**The Casual Relationship between Corporate Entrepreneurship, Organizational
Creativity, Organizational Innovation and Financial Performance
in Small and Medium Enterprises**

¹ณรงค์ศักดิ์ ธงอาษา, กิตติมา จิ่งสุวดี และ ธรรมวิมล สุขเสริม

¹Narongsak Thongarsa, Kittima Cheungsuvadee and Thumwimon Sukserm

¹มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

¹Ubon Ratchathani Rajabhat University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: narongshk.tG58@ubru.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงโครงสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานด้านการเงินขององค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้บริหารระดับกลาง-สูงที่ทำงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 4,760 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามพารามิเตอร์ ซึ่งมีจำนวน 51 พารามิเตอร์ ตามเกณฑ์ของ Hair ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 336 คน ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้น

ผลการวิจัยพบว่า 1) แบบจำลองเชิงโครงสร้าง มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง $\chi^2 = 55.082$, $df = 51$, $\chi^2/df = 1.020$, $p = 0.433$, $RMSEA = 0.008$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.957$, $CFI = 1.000$ 2) ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ และนวัตกรรมขององค์การ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ

*Received January 27, 2021; Revised March 10, 2022; Accepted March 15, 2022



ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมองค์การ และนวัตกรรมองค์การ มีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ; ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การ; ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the congruence of structural model based on literature review with empirical evidence; and 2) to explore the casual relationships between corporate entrepreneurship, organizational creativity, organizational innovation, and financial performance in small and medium enterprises. The population of the study included 4,760 middle- and upper-level executives at firms listed on the Alternative Investment Market (MAI). A sample size of 336 was determined using Hair's criteria and 51 parameters chosen by multi-stage sampling. The research tool was a questionnaire. The statistics used were percentage, mean, standard deviation, confirmatory factor analysis, and structural equation modeling.

From the study, the following results are found: 1) The structural model is found to be compatible with empirical data using the item-objective congruence index, which is as follows: $\chi^2 = 55.082$, $df = 51$, $\chi^2/df = 1.020$, $p = 0.433$, $RMSEA = 0.008$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.957$, $CFI = 1.000$. 2) Corporate entrepreneurship has direct influence on the financial performance of the organization as well as organizational creativity and innovation. Organizational creativity has direct influence on organizational innovation. Organizational creativity has direct influence on the financial performance of organization. Organizational creativity has direct influence on organizational innovation while organizational innovation has negative influence on the financial performance of organization.

Keywords: Entrepreneur; Organizational Creativity and Innovation; Small and Medium Enterprises

บทนำ

ในเศรษฐกิจยุคนี้ องค์การต้องมีความสามารถในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการ ในระยะสั้นให้มีผลกำไร ส่วนระยะยาวต้องสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ด้วย นวัตกรรมว่าด้วยการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ เริ่มมีความสำคัญเพิ่มขึ้นต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนขององค์การ ซึ่งองค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises: SMEs)



มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ทั้งระดับประเทศและระดับท้องถิ่น (Gretzinger et al. 2010) จากข้อมูลของ Policy Guidebook for SME Development in Asia and The Pacific ระบุว่า ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง องค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศร้อยละ 51 โดย SMEs เป็นแรงสนับสนุนให้ภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ ได้รับการพัฒนาให้เติบโตอย่างมั่นคง มีการจ้างงานกระจายไปในแต่ละธุรกิจอย่างหลากหลาย ส่วนในประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศอินเดียและจีน มีองค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก ทำให้เกิดการกระจายธุรกิจ การค้าและการจ้างงานอย่างกว้างขวาง

ในส่วนของประเทศไทย ปี 2562 องค์การธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีจำนวนผู้ประกอบการ SME ประมาณ 3.08 ล้านราย มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม 7.41 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 46.31 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross domestic product: GDP) มีการจ้างงาน จำนวน 13.95 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 85.60 ของจำนวนแรงงานทั้งหมด (The office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2019) ตามแผนการส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564) ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มุ่งเน้นการพัฒนา SMEs ให้มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SMEs ต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประเทศ ให้อยู่ที่ร้อยละ 50 ภายในปี 2564 โดยส่งเสริมให้เข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment: mai) เพื่อสนับสนุนวัตถุประสงค์การยกระดับศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยยกระดับวิสาหกิจขนาดย่อม ไปสู่วิสาหกิจขนาดกลาง (Small to Medium) จึงมีการจัดตั้งตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (Market for Alternative Investment: เอ็ม เอ ไอ) เป็นตลาดหลักทรัพย์แห่งที่สอง ของประเทศไทย ก่อตั้งเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2542 และเปิดทำการซื้อขายวันแรก เมื่อวันที่ 17 กันยายน พ.ศ. 2544 มีจุดประสงค์การทำงานโดยทั่วไป เหมือนกับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) คือ ทำหน้าที่เป็นตลาดทุน เพื่อให้กิจการต่างๆ สามารถระดมเงินทุนที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำจากสาธารณะได้ แต่ตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ (เอ็ม เอ ไอ) จะเน้นไปที่กิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprise: SMEs) และกิจการเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้กิจการขนาดเล็ก ที่ไม่สามารถเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) ให้มีหนทางในการระดมทุน ที่มีต้นทุนทางการเงินต่ำ รวมทั้งสนับสนุนอุตสาหกรรมร่วมลงทุน (Venture capital) เพื่อเพิ่มจำนวนบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มีวิสัยทัศน์ โอกาสใหม่ของธุรกิจ ในการเติบโตระยะยาวอย่างมีคุณภาพ เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยความโปร่งใส มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม บริษัทจดทะเบียนใน เอ็ม เอ ไอ จำนวน 163 บริษัท คิดเป็น 95% จากทั้งหมด 171 บริษัท (ไม่รวมบริษัทในกลุ่มที่เข้าข่ายอาจถูกเพิกถอน หรือ NC บริษัทที่ปิดงบไม่ตรงงวดและบริษัทที่นำส่งงบไม่ทันตามกำหนด) นำส่งผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือนแรก ของปี 2563 สิ้นสุดวันที่ 30 มิถุนายน 2563 พบ บจ. ที่รายงานผลกำไรสุทธิจำนวน 99 บริษัท คิดเป็น 61% ของบริษัทที่นำส่งผลการดำเนินงานทั้งหมดผลประกอบการ บจ. เอ็ม เอ ไอ ครึ่งปีแรก มียอดขายรวม 82,540 ล้านบาท ลดลง 7.9% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ต้นทุนรวม 64,705 ล้านบาท ลดลง 8.2% มีกำไรจากการดำเนินงาน (Operating Profit) 3,068 ล้านบาท ลดลง



8.3% ทั้งนี้พบบาง บจ. มีการบันทึกผลขาดทุนจากรายการพิเศษระดับกว่าพันล้านบาท ทำให้กำไรสุทธิรวมอยู่ที่ 1,086 ล้านบาท ลดลง 73.0% สำหรับความสามารถในการทำกำไร บจ.มีอัตรากำไรขั้นต้นทรงตัวอยู่ที่ 21.6% อัตรากำไรจากการดำเนินงานทรงตัวอยู่ที่ 3.7% และอัตรากำไรสุทธิลดลงจาก 4.3% เป็น 1.3% สอดคล้องกับการลดลงของกำไรสุทธิ ภาพรวมผลการดำเนินงานครึ่งปีแรก บจ. ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 จากการปิดชั่วคราวของช่องทางการจัดจำหน่าย การชะลอคำสั่งซื้อ การเลื่อนกิจกรรมตามนโยบายควบคุมการแพร่ระบาด ส่งผลให้ยอดขายรวมในครึ่งปีแรกลดลง อย่างไรก็ตามกลุ่มบจ. สามารถควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น ทำให้ยังคงรักษาอัตราความสามารถในการทำกำไรไว้ได้ และพบ 3 กลุ่มอุตสาหกรรมที่ยังคงรักษาการเติบโตของกำไรสุทธิ คือ กลุ่มเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และกลุ่มเทคโนโลยี

จากการศึกษาในต่างประเทศที่ผ่านมา พบว่า ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Jahanshahi, Nawaser and Brem, 2018) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Kuratko, 2011; Iqbal, Rasheed, Khan, and Siddiqi, 2020; Kallio et al. 2015) ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมขององค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Lin, Qu, and Hu, 2020; Dukeov et al. 2020; Hijal-Moghrabi, Sabharwal, and Ramanathan, 2020) และความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในองค์กร กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Han, and Park, 2017; Shahzad et al. 2016; Yunis, El-Kassar, and Tarhini, 2017) อย่างไรก็ตาม สำหรับประเทศไทย ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวข้องโดยตรงเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร นวัตกรรมขององค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร (Organizational creativity: OC) นวัตกรรมขององค์กร (Organizational innovation: OI) ต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial performance: FP) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและยกระดับองค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางด้านธุรกิจ ลดความเสี่ยงด้านต้นทุน เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน ในระยะยาว โดยการศึกษาประชากรที่เป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ ที่ถือเป็นตัวแทนขององค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับแล้วในระดับหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงโครงสร้างจากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร นวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณ ในหัวข้อที่เกี่ยวข้องได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร นวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานทางการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม แล้วนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อสร้างโมเดลโครงสร้างความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มประชากร ซึ่งประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้บริหารระดับกลางถึงสูง ที่ทำงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จำนวน 4,760 คน ซึ่งผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป หมายถึง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กรรมการผู้จัดการ รอง/ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ ผู้อำนวยการ หัวหน้าศูนย์ ผู้จัดการแผนก หรือหัวหน้าสายงานซึ่งมีเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนดขนาดของตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยให้มีผู้ตอบแบบสอบถามอย่างน้อย 5-20 คนต่อ 1 พารามิเตอร์ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 336 ตัวอย่าง ซึ่งมีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multiple Random Sampling) โดยเลือกตัวแทนผู้ให้ข้อมูลของแต่ละองค์กร ได้แก่ ผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป (Middle Management Level) จาก 8 หมวดธุรกิจ ได้แก่ ได้แก่ 1. เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร 2. สินค้าอุปโภคบริโภค 3. ธุรกิจการเงิน 4. สินค้าอุตสาหกรรม 5. อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง 6. ทรัพยากร 7. บริการ 8. เทคโนโลยี

ขั้นตอนที่ 3 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งแบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพ ตามเทคนิค Index of Item Objective Congruence (IOC) คัดเลือกคำถามที่ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 60 % ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้อง 0.60-1.00 ขึ้นไป นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 40 ชุด จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha coefficient) พบว่า เครื่องมือที่พัฒนาขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น อยู่ระหว่าง 0.60-0.90 ซึ่งเป็นค่าที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวมข้อมูลใช้การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์และใช้แบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งจำนวนรวมทั้งสิ้น 500 ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมา นำมาทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ โดยตัดข้อมูลที่ขาดหายของตัวอย่างทั้งหมด ทำให้คงเหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์ จำนวน 336 ชุด

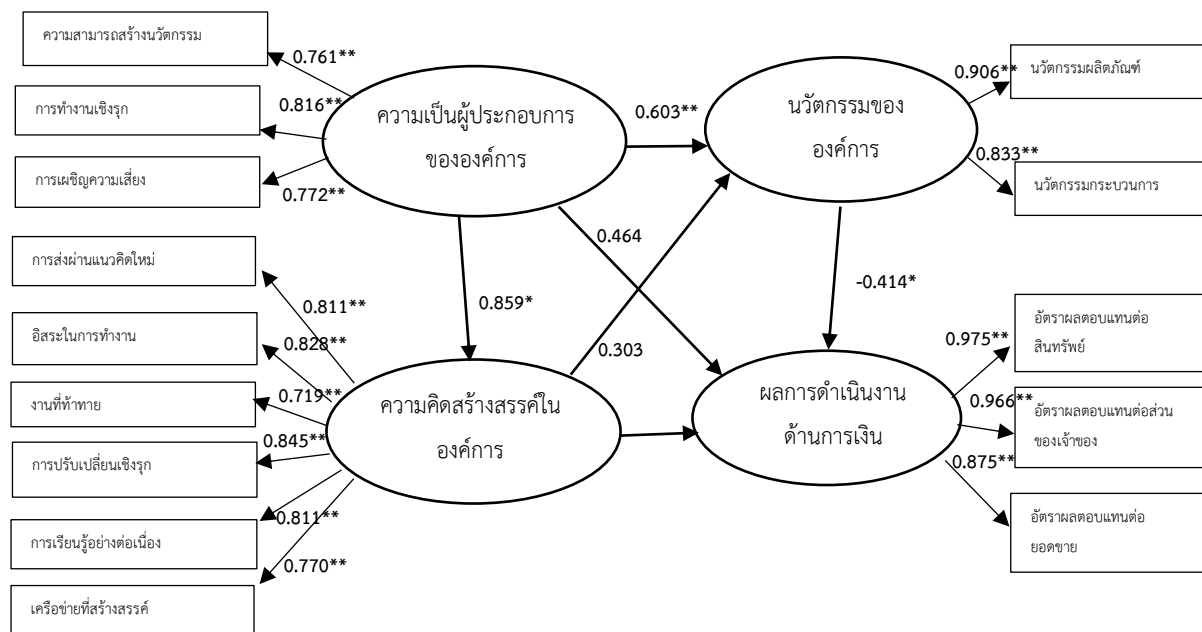
ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาด้านเอกสารและแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง นำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อสร้างโมเดลโครงสร้าง นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลและวิเคราะห์การแจกแจงของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ ความโด่ง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for windows version 26 นำไปการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้น โดยพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ความ

เป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมขององค์การ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์การ ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ นวัตกรรมขององค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูล มีผลการวิจัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองจากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในรูปภาพที่ 1



Chi-Square =55.082, df= 51, CMIN/df=1.020, p=0.433, RMSEA= 0.008, GFI=0.978, AGFI=0.957, CFI=1.000

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

รูปภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์สอดคล้องของแบบจำลองเชิงสาเหตุ
ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การกับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากรูปภาพที่ 1 พบว่า แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยโมเดลมีความเหมาะสมพอดีในเกณฑ์ที่ดี ($\chi^2 = 55.082$, $df = 51$, $\chi^2/df = 1.020$, $p = 0.433$, $RMSEA = 0.008$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.957$, $CFI = 1.000$)



ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ และนวัตกรรมขององค์การ เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ โดยพบว่าความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของบุคลากรในองค์การ ได้แก่ การค้นหาโอกาส แนวคิด หรือสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า และการนำสิ่งค้นพบใหม่ที่มีคุณค่านั้น ไปสร้างเป็นนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด โดยนำไปสู่การค้นหาโอกาส แนวคิด หรือสิ่งใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์การ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ นับว่าเป็นการทำงานเชิงรุก โดยต้องเกิดจากการผสมผสานระหว่างทรัพยากรที่มีอยู่กับสภาพแวดล้อมภายในให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ ผ่านการตั้งคำถาม ด้วยสติปัญญา ข้อมูล ความต้องการของตลาด เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้รวมถึงการกล้าเผชิญความเสี่ยงบนความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมองค์การ และกล้าคิดกล้าทำ จนทำให้สามารถค้นพบสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ส่วนการนำสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าที่ค้นพบและเลือกสรรแล้ว ไปสร้างเป็นนวัตกรรม เป็นทักษะที่สำคัญอีกประการของผู้ประกอบการ ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ จึงถือเป็นทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการที่จะนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ

ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การมีส่วนทำให้เกิดนวัตกรรมขององค์การ โดยนวัตกรรมเป็นโอกาสที่สามารถสร้างความสำเร็จและความมั่งคั่งให้แก่องค์กร การสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยปัจจัยสำคัญที่สุด คือ ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้อย่างอิสระ โดยบุคลากรในองค์การสามารถแสดงความคิดเห็นและตัดสินใจในความรับผิดชอบตามหน้าที่ได้ด้วยตนเอง ในการนำทรัพยากรขององค์การมาใช้อย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างมูลค่าให้แก่องค์กรจนเจริญก้าวหน้ามากขึ้น ต้องอาศัยการส่งผ่านแนวคิดใหม่ ๆ ด้วยจัดเวทีประชุม และเปิดพื้นที่ผ่านสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างนวัตกรรมและบริการใหม่ ๆ โดยถือเป็นงานที่ท้าทายความรู้ ทักษะ ความสามารถของบุคลากรในองค์การ และเป็นการปรับเปลี่ยนเชิงรุก ทำให้ปรับเปลี่ยนแนวคิดและวิธีการทำงานที่ดีขึ้น รวมทั้งองค์กรต้องสนับสนุนให้บุคลากรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเอง เพื่อตอบสนองแก่ความต้องการของลูกค้าเสมอ นอกจากนี้ องค์การต้องมีการสร้างเครือข่ายที่สร้างสรรค์ ซึ่งใช้ประโยชน์จากเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นกับลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การในการสร้างนวัตกรรมและบริการใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน โดยนวัตกรรมมีความสำคัญมากต่อความมั่นคงและมั่งคั่งของบริษัท ผู้บริหารและบุคลากรต้องมีคุณสมบัติในการใช้ความคิดได้อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์การ นวัตกรรมขององค์การนั้น เกิดจากองค์การใช้ความพยายามในการปรับปรุงและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และกระบวนการการทำงานใหม่ ๆ จึงถือเป็นองค์ประกอบของนวัตกรรมขององค์การ 2 ด้าน คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งองค์การที่มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ โดยสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการใหม่อาจส่งผลให้องค์การมีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การลดลง จึงทำให้ผลการวิจัยนี้ออกมาเป็นอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน แต่ในการดำเนินงานดังกล่าวนี้ องค์การต้องวางแผนการดำเนินงานเพื่อลดต้นทุนลง และใช้เงินทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาว

นวัตกรรมขององค์การนั้น เกิดจากองค์การใช้ความพยายามในการปรับปรุงและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ และกระบวนการการทำงานใหม่ ๆ จึงถือเป็นองค์ประกอบของนวัตกรรมขององค์การ 2 ด้าน คือ นวัตกรรม

ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งองค์การที่มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการ โดยสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการใหม่อาจส่งผลให้องค์การมีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้น จึงทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การลดลง จึงทำให้ผลการวิจัยนี้ออกมาเป็นอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน แต่ในการดำเนินงานดังกล่าวนี้้องค์การต้องวางแผนการดำเนินงานเพื่อลดต้นทุนลง และใช้เงินทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ จากรูปภาพที่ 2 สรุปผลการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ขนาดความสัมพันธ์	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ	0.859**	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมขององค์การ	0.603**	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์การ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์การ	0.305*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน	0.464*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ	0.411*	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6 นวัตกรรมขององค์การ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน	-0.414*	ปฏิเสธ

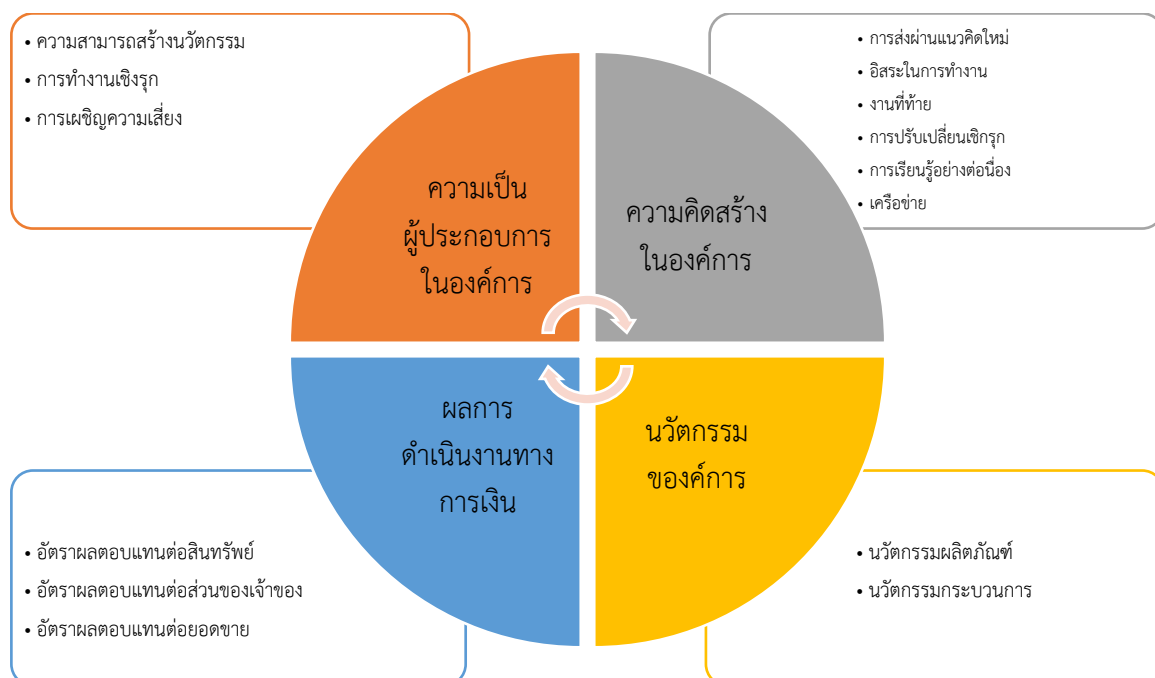
* หมายถึง $p < 0.05$, ** หมายถึง $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 ผลการตรวจสอบอิทธิพลทางตรงของแบบจำลองเชิงสาเหตุความเป็นผู้ประกอบการขององค์การ พบว่า สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 4 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงิน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่า ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงิน และเป็นการยอมรับสมมติฐาน ทั้ง 3 ข้อ สมมติฐานข้อที่ 3 และข้อที่ 5 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่า ความคิดสร้างสรรค์ของ

องค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การ และเป็น การยอมรับสมมติฐาน ทั้ง 2 ข้อ ส่วนสมมติฐานข้อที่ 6 นวัตกรรมขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการ ดำเนินงานทางการเงิน ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทำให้เห็นว่า นวัตกรรมขององค์การมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการ ดำเนินงานทางการเงิน จึงเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากงานวิจัยนี้ ทำให้ได้รูปแบบความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการ ความคิด สร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม ที่ผู้บริหารสามารถนำไปสู่การพัฒนาองค์การให้เกิดการเติบโตได้ ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ ได้แก่ ความสามารถสร้างนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก และการเผชิญ ความเสี่ยง 2) ความคิดสร้างในองค์การ ได้แก่ การส่งผ่านแนวคิดใหม่ อิสระในการทำงาน งานที่ท้าทาย การ ปรับเปลี่ยนเชิงรุก การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และเครือข่าย 3) นวัตกรรมขององค์การ ได้แก่ นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ และ 4) ผลการดำเนินงานทางการเงิน ได้แก่ อัตราผลตอบแทนต่อ สินทรัพย์ อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น และอัตราผลตอบแทนต่อยอดขาย โดยที่ทั้ง 3 องค์ประกอบ ส่งผลโดยตรงทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจ ได้แก่ 1) ความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ 2) ความคิดสร้างในองค์การ 3) ผลการดำเนินงานทางการเงิน ส่วนองค์ประกอบที่ 4 คือ นวัตกรรมขององค์การ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจในทางลบ ดังแสดงในรูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 รูปแบบความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อภิปรายผลการศึกษาดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ทั้งนี้เป็นเพราะองค์การธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน สอดคล้องกับ Jahanshahi, Nawaser, and Brem (2018) ได้ศึกษาพบว่า ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีผลต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน และสอดคล้องกับ Kuratko (2011); Iqbal, Rasheed, Khan, and Siddiqi (2020); Kallio et al. (2015) ได้พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน สอดคล้องกับ Lin, Qu, and Hu (2020); Dukeov et al. (2020); Hijal-Moghrabi, Sabharwal, and Ramanathan (2020) ได้พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างนวัตกรรมขององค์กรกับผลการดำเนินงานทางการเงิน และความสัมพันธะระหว่างแรงจูงใจในองค์กร กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (Han, and Park, 2017; Shahzad et al. 2016; Yunis, El-Kassar, and Tarhini, 2017)

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร ความคิดสร้างในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน นวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน สามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และนวัตกรรมขององค์กร เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pretorius, Millard, and Kruger (2005); Sullivan, and Ford (2010)) ที่ว่า ความคิดสร้างสรรค์ เป็นคุณลักษณะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ ได้แก่ การค้นหาโอกาส แนวคิด หรือสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า และการนำสิ่งค้นพบใหม่ที่มีคุณค่านั้น ไปสร้างเป็นนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด โดยความคิดสร้างสรรค์ เป็นความสามารถในการค้นหาโอกาส แนวคิด หรือสิ่งใหม่ที่จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ซึ่งความสามารถนี้ ต้องเกิดจากการผสมผสานระหว่างทรัพยากรที่มีอยู่กับสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร ผ่านการตั้งคำถาม ด้วยสติปัญญา ข้อมูล ความต้องการของตลาด เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง จนทำให้สามารถค้นพบสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ส่วนการนำสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าที่ค้นพบและเลือกสรรแล้ว ไปสร้างเป็นนวัตกรรมเป็นทักษะที่สำคัญอีกประการของผู้ประกอบการ ดังนั้น ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร จึงถือเป็นทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ ตามเป้าหมายขององค์กร Ayudurai, and Sohail (2005)



กล่าวว่า ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร เป็นเครื่องมือในการสร้างผลการดำเนินงานทั้งด้านการเงิน ความพึงพอใจของลูกค้าและความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน องค์กรธุรกิจทั้งหลาย ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรอย่างจริงจัง จากผลการวิจัย แสดงว่า องค์กรธุรกิจ มีระดับความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรสูง จะทำให้องค์กรมีความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้บริหารมีการกล้าเผชิญความเสี่ยงอย่างชาญฉลาดและมีการดำเนินงานในลักษณะเชิงรุกแล้ว จะทำให้องค์กรธุรกิจมีผลการดำเนินงานด้านการเงินในระดับที่สูงขึ้น ทั้งนี้ เมื่อองค์กรธุรกิจให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาแสวงหาแนวทางเพิ่มพูนความรู้ ทักษะให้แก่พนักงาน หรือกลุ่มผู้บริหารกล้าที่จะเผชิญความเสี่ยง โดยการนำกระบวนการทำงานใหม่ ๆ มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ดีกว่าคู่แข่งแล้ว อาจจะทำให้สามารถผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ ให้แก่องค์กร ทำให้ยอดขายสินค้าเพิ่มขึ้น และการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อาจจะทำให้ลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการลง ส่งผลให้กำไรจากผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นด้วย

2.2 ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมขององค์กร เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ สอดคล้องกับ Sirisak (2016); Sarooghi, Libaers, and Burkemper (2015); Gumusluoglu, and Ilsev (2009) ที่ว่า ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร มีส่วนทำให้เกิดนวัตกรรมขององค์กร โดย นวัตกรรม เป็นโอกาสและชุมทรัพย์ที่สามารถสร้างความสำเร็จและความมั่งคั่งที่ยิ่งใหญ่ไร้ข้อจำกัดให้แก่องค์กร นวัตกรรมจะมีได้ต้องอาศัยปัจจัยสำคัญที่สุด คือความคิดสร้างสรรค์ การทำงานให้สำเร็จยิ่งขึ้นและเจริญก้าวหน้ามากขึ้นต้องอาศัยความคิดใหม่ ๆ เพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่และบริการใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองแก่ความต้องการของลูกค้าเสมอ โดยเฉพาะงานที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์สูง ๆ ความคิดสร้างสรรค์(Creativity) และนวัตกรรม (Innovation) จึงสำคัญมากต่อความมั่นคงและมั่งคั่งของบริษัท การคิดสร้างสรรค์ได้ (Creative Thinking) และคิดนวัตกรรมได้ (Innovative Thinking) จึงเป็นคุณสมบัติสำคัญที่องค์กรทั้งหลาย ต้องการให้ผู้บริหารและบุคลากร มีแต่ในความเป็นจริงบุคลากรก็คิดสร้างสรรค์ได้มากบ้างน้อยบ้าง บริษัทชั้นนำทั่วโลก จึงจัดฝึกอบรมกลยุทธ์การคิดสร้างสรรค์ให้บุคลากรโดยตรง เพื่อให้มั่นใจว่าเขาสามารถใช้การคิดสร้างสรรค์ในการทำงานได้แน่นอนทันที

2.3 ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ สอดคล้องกับ Sirisak (2016) ทั้งนี้ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร หมายถึง การที่องค์กรมีบรรยากาศในการทำงาน ที่การเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดริเริ่มใหม่ ๆ ในการทำงาน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ มีช่องทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่สะดวก รวดเร็ว ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการต่าง ๆ การเปิดโอกาสให้พนักงานใช้ทักษะ และความสามารถทำงานและตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง การสนับสนุนให้พนักงานได้ทำงานที่มีความสำคัญ ยากและซับซ้อนที่ต้องใช้ความสามารถและทักษะที่หลากหลายในการทำงานให้สำเร็จ การส่งเสริมให้พนักงานปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีการทำงานที่ต่างจากเดิม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสนับสนุนพนักงานทำการพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ส่งผลให้มีความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้แก่องค์กร นอกจากการมีเครือข่ายที่สร้างสรรค์ (Creative connection) เป็นการสนับสนุนให้พนักงานสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์การทำงานในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความรู้ สร้างความร่วมมือ



ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างแนวคิดที่มีคุณค่าใหม่ ๆ ให้แก่องค์กร จะนำมาสู่การมีผลการดำเนินงานทางการเงินที่ดี

2.4 นวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ แต่จากผลการวิจัยครั้งนี้ นวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Fabio, and Jorge (2018) ซึ่งศึกษาบริษัทต่างๆ ของประเทศบราซิล จำนวน 2,810 แห่ง พบว่า นวัตกรรมขององค์กร มีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน เนื่องจากส่วนใหญ่ผู้บริหารจะให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มากกว่านวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งการมุ่งเน้นนวัตกรรมการผลิตใหม่ อาจมีความจำเป็นต้องจัดหาเงินทุนในปริมาณที่เพิ่มขึ้น จึงส่งผลให้องค์กรมีต้นทุนทางการเงินเพิ่มขึ้นด้วย สิ่งนี้อาจกระตุ้นให้องค์กรใช้ความพยายามน้อยลงในการปรับปรุงและสร้างนวัตกรรมกระบวนการ ซึ่งโดยปกติ จะมีหน้าที่ในการปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อลดต้นทุนลง และใช้เงินทุนในการดำเนินการที่ต่ำกว่า โดยปกติผลที่ได้จากการปรับปรุงนวัตกรรมกระบวนการ อาจไม่เห็นผลในระยะเวลายาว ดังนั้น ผลของการที่องค์กรเน้นที่นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรลดลง เพราะผลกรทบจากการระดมทุนจำนวนมาก เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ จะส่งผลกระทบได้เร็วกว่า

2.5 ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร เป็นไปตามสมมติฐานที่ได้จากการทบทวนวรรณ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Pretorius, Millard, and Kruger, (2005); Sullivan, and Ford (2010) กล่าวได้ว่า การที่องค์กรมีระดับความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรระดับสูง จะส่งผลให้องค์กรมีบรรยากาศการทำงานที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่สามารถค้นหาแนวคิดใหม่ที่มีค่า จนนำมาสร้างเป็นนวัตกรรมการผลิตที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่วนนวัตกรรมกระบวนการ จะทำให้องค์กรมีต้นทุนในการทำธุรกรรมต่ำลง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง ซึ่งส่งผลให้ผลการดำเนินการทางการเงินขององค์กรสูงขึ้น

สรุป

การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์กรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้บริหารระดับกลางขึ้นไป ที่ทำงานในบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ โดยความเป็นผู้ประกอบการในองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร ความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน ความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน และนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลเชิงลบต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน



ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อ 2 ได้รูปแบบความสัมพันธ์ของความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมขององค์การที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยสำหรับผู้บริหารองค์การธุรกิจทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม มีดังนี้ ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับระดับความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ ซึ่งระดับความเป็นผู้ประกอบการของบุคลากรในองค์การ จะมีผลโดยตรงในการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมขององค์การ และผลการดำเนินงานด้านการเงิน ในการเพิ่มระดับความเป็นผู้ประกอบการแก่บุคลากรในองค์การให้มากขึ้น จะทำให้บุคลากรขององค์การ มีความสามารถในการทำงาน เสมือนเป็นผู้ประกอบการเอง บุคลากรขององค์การ จะมีความสามารถในการสร้างนวัตกรรม มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยงอย่างชาญฉลาด และมีความสามารถในการทำงานเชิงรุก ซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรขององค์การ สามารถทำงานด้วยตนเอง ภายใต้อาณัติที่มีความความเปลี่ยนแปลง ไม่แน่นอน ลดภาระความรับผิดชอบให้ผู้ประกอบการเจ้าของกิจการ ในด้านการสร้างนวัตกรรม ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ นอกจากนี้ จะทำให้ต้นทุนสินค้าและบริการลดลง ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง ส่งผลให้ผลการดำเนินงานด้านการเงินดีขึ้น ทั้งระยะสั้นและระยะยาว

ผู้ประกอบการ ควรสนับสนุนให้บุคลากรสามารถค้นหาแนวคิดใหม่ที่มีคุณค่า นำมาสร้างเป็นนวัตกรรมขององค์การ เพื่อสร้างมูลค่าและความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสนับสนุนให้สร้างบรรยากาศที่จะก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์โดยรวมขึ้นในองค์การ เช่น การสนับสนุนและเปิดโอกาสให้พนักงานได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นริเริ่มเกี่ยวกับงานและวิธีการทำงาน มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันผ่านกิจกรรมต่างๆ และช่องทางที่เหมาะสม ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เปิดโอกาสให้พนักงานใช้ทักษะ ความสามารถหลายด้านในการทำงานและตัดสินใจเรื่องต่างๆ ด้วยตนเอง สนับสนุนให้พนักงานสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์การทำงาน ทั้งภายในและภายนอกองค์การ ในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ และรู้จักใช้ประโยชน์จากเครือข่ายความสัมพันธ์ต่างๆ ที่มีอยู่ เพื่อค้นหาแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าให้แก่องค์การ รวมทั้งส่งเสริมให้บุคลากรมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการ ควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมกระบวนการให้มากขึ้น เพราะนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะต้องใช้เงินลงทุนและเสียค่าใช้จ่ายทางการเงินสูง การสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นนวัตกรรมแต่ละชนิด จะใช้เวลานาน กว่าจะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนกลับคืนมา แต่หากมุ่งเน้นนวัตกรรมกระบวนการ ด้วยการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ หรือปรับปรุงวิธีการทำงานเดิมให้ดีขึ้น จะทำให้ทำให้เห็นผลการทำงานในระยะสั้น เช่น ลดต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการได้ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว กว่าคู่แข่ง ซึ่งในภาพรวมขององค์การที่ส่งผลต่อต้นทุน แหล่งเงินทุน และผลการดำเนินงานด้านการเงิน (กำไร) ขององค์การ



2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ สามารถนำมาเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

2.1 ศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์การที่ส่งผลต่อการเพิ่มระดับความเป็นผู้ประกอบการในองค์การ เพื่อให้ทราบว่า ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกขององค์การชนิดใด ที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานที่แท้จริงขององค์การธุรกิจมากที่สุด

2.2 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ในองค์การ นวัตกรรม องค์การ และผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์การธุรกิจขนาดกลางและย่อมทั่วไปที่ไม่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

References

- Ayudurai, S., & Sohail, M.S. (2005). Corporate entrepreneurship in Multinational Subsidiaries in Malaysia: The Effects on Past Performance. *Paper presented at 12th Annual International Conference on Advances in Management. Binary School of Management and Entrepreneurship, Malaysia*: Retrieved November 20, 2006, http://www.binary.edu.my/research/ent_paper.html.
- Dukeov, I., Bergman, J. P., Heilmann, P., & Nasledov, A. (2020). Impact of a firm's commitment to learning and open-mindedness on its organizational innovation among Russian manufacturing firms. *Baltic Journal of Management*, 33(3), 551–562.
- Fábio, P.O., & Jorge, S. F. (2018). The impact of alliances and internal R&D on the firm's innovation and financial performance. *BBR, Braz. Bus. Rev.*, 15(6), 533-550.
- Gretzinger, S., Hinz, H., & Matiaske, W. (2010). Cooperation in innovation networks: The case of Danish and German SMEs. *Management Revue*, 21(2), 193-216.
- Gumusluoğlu, L., & İlsev, A. (2009). Transformational leadership and organizational innovation: the roles of internal and external support for innovation. *Journal of Product Innovation Management*, 26(3), 264–277.
- Han, J., & Park, C. (2017). Case study on adoption of new technology for innovation Perspective of institutional and. *Asia Pacific Journal of Innovation*, 11(2), 144-158.
- Haneberg, L. (2010). *The High-Impact Middle Manager: Powerful Strategies to Thrive in the Middle*. Alexandria, Virginia: ASTD press.
- Hijal-Moghrabi, I., Sabharwal, M., & Ramanathan, K. (2020). Innovation in public organizations: do government reforms matter?. *International Journal of Public Sector Management*, 33(6/7), 731-749.



- Iqbal, S., Rasheed, M., Khan, H., & Siddiqi, A. (2021), Human resource practices and organizational innovation capability: role of knowledge management. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(5), 732-748.
- Jahanshahi, A. A., Nawaser, K., & Brem, A. (2018). Corporate entrepreneurship strategy: an analysis of top management teams in SMEs. *Baltic Journal of Management*, 13(4), 528-543.
- Kallio, J., Kroll, C., Blomberg, H., & Saarinen, A. (2015). Job stress among social workers: Determinants and attitude effects in the Nordic countries. *The British journal of social work*, 45(7), 2089-2105.
- Kuratko, D. F. (2011). Entrepreneurship theory, process, and practice in the 21st century. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 13(1), 8-17.
- Lin, H., Qu, T., & Hu, Y. (2021). How do organizational routines paradoxically affect organizational innovation?. *European Journal of Innovation Management*, 24(4,) 1400-1429.
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2019). *SMEs Situation Report 2019*. Bangkok: Office of Small and Medium Enterprises Promotion.
- Pretorius, M., Millard, S. M., & Kruger, M. E. (2005). Creativity, innovation and implementation: Management experience, venture size, life cycle stage, race and gender as moderators. *South African Journal of Business Management*, 36(4), 55–68.
- Sarooghi, H., Libaers, D., & Burkemper, A. (2015). Examining the relationship between creativity and innovation: A meta-analysis of organizational, cultural, and environmental factors. *Journal of Business Venturing*, 30(5), 714–731.
- Shahzad, K. et al. (2016). Integrating knowledge management (KM) strategies and processes to enhance organizational creativity and performance: An empirical investigation. *Journal of modelling in management*, 12(3), 318-329.
- Sirisak, P. (2016). Impact of Transformational Leadership, Organizational Creativity and Organizational Innovation on SMEs Performance in Thailand, *Academic Services Journal, Prince of Songkla University*, 27(3), 11–23.
- Sullivan, D. M., & Ford, C. M. (2010). The alignment of measures and constructs in organizational research: The case of testing measurement models of creativity. *Journal of Business and Psychology*, 25(3), 505-521.
- Yunis, M., El-Kassar, A. N., & Tarhini, A. (2017). Impact of ICT-based innovations on organizational performance. *Journal of Enterprise Information Management*, 15(4), 247-258.