

องค์กรแห่งนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับอุตสาหกรรม
ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
INNOVATIVE ORGANIZATION OF SMALL AND MEDIUM
ENTERPRISES (SMES) FOR THE ELECTRICAL AND ELECTRONIC
INDUSTRIES IN BANGKOK METROPOLITAN REGION.

ศุภชัย ประสพโชค* วรุณี เขาวนสุขุม** ภัทรพล ชุ่มมี***

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะทั่วไปของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรม 2) เพื่อศึกษารูปแบบขององค์กรแห่งนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างของวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และปทุมธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากพนักงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้รับรางวัลที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ โดยแจกแบบสอบถามไปยังพนักงานจำนวน 520 คน ผลการศึกษา พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

คำสำคัญ : การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ องค์กรแห่งนวัตกรรม

ABSTRACT

The purpose of this research was 1) to study the general characteristics of entrepreneur orientation, market orientation, learning orientation and innovative organization. 2) To study the innovation organization model. Sample of qualitative research used the specific sample selection of Small and Medium Enterprise Enterprises in the Electrical and Electronic Industry to get the SMEs Awards which

* หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

** คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

*** คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

located in Bangkok, Nonthaburi, Samut Prakarn, Samut Sakhon and Pathum Thani. The sample of quantitative research used the specific sample selection of Small and Medium Enterprises of the Electrical and Electronic Industry to get SMEs award. The questionnaire set was distributed to the 520 employees. The study found that entrepreneur orientation, market orientation, learning orientation influence to the organization of innovation.

Keywords: Entrepreneur Orientation, Market Orientation, Learning Orientation, Innovative Organization.

1. บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 เป็นยุคกระแสโลกาภิวัตน์เศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงเกิดสภาวะการแข่งขันด้านเศรษฐกิจ รวมถึงสภาพการตลาดที่ความรุนแรง นวัตกรรมสามารถทำให้องค์กรพัฒนาอย่างรวดเร็วหากมีนโยบายและแนวทางในเรื่องนวัตกรรมชัดเจนก็จะสามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็วและมั่นคง ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนา ยุทธศาสตร์ นโยบาย และแผนที่ส่งเสริม ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 เพื่อเป็นเข็มทิศในการพัฒนาผู้ประกอบการไทย ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การประสานความร่วมมือกันด้วยนวัตกรรม องค์ความรู้ และเทคโนโลยียุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไทย 4.0 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาผลการพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า การเติบโตของ GDP ภาคอุตสาหกรรมเฉลี่ยอยู่ที่เพียงร้อยละ 3 ต่อปี การลงทุนเติบโตเฉลี่ยเพียงร้อยละ 2 ต่อปี มูลค่าการส่งออกภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี และผลิตภาพรวม (Total Factor Productivity: TFP) ภาคอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.7 ต่อปี นโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2555 - 2564) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ การจัดทำนโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ ได้ให้ความสำคัญกับประเด็นหลักที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อการพัฒนาประเทศใน 10 ปีข้างหน้า ได้แก่ การกระจายความเจริญ เศรษฐกิจและการค้า และการเปลี่ยนแปลงด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) มีกรอบแนวคิดในการผลักดันให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้ดำเนินธุรกิจโดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับสาขาธุรกิจและระดับ

ผู้ประกอบการ และมุ่งสนับสนุนตามระยะการเติบโตของธุรกิจ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) เป็นแผนการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ มีระดับยุทธศาสตร์ที่ชี้นำทิศทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มผลิตภาพ การผลิตรวมและในแต่ละภาคการผลิต เพิ่มสัดส่วนมูลค่าภาคบริการและสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และประเทศไทย องค์กรแห่งนวัตกรรมมีความสำคัญมากผู้ประกอบการพยายามที่จะปรับองค์กรของตนให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผู้ประกอบการมีหน้าที่กำหนดเป้าหมายและสั่งการการจัดบุคคลากรให้เหมาะกับงานถือเป็นองค์ประกอบสำคัญขององค์กร ด้านโครงสร้างองค์กรเป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งของการจัดการกระบวนการดำเนินการภายในองค์กร แสดงถึงการแบ่งงาน การจัดกลุ่มงานและการประสานเชื่อมโยงระหว่างงานและกลุ่มงาน วัฒนธรรมองค์กรเป็นความเชื่อ ค่านิยมและแบบแผนของพฤติกรรมที่พนักงานมีส่วนร่วม พนักงานแสดงพฤติกรรมการทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรด้วยความผูกพันต่อความเชื่อและค่านิยมที่มีร่วมกัน การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเปิดกว้างในการติดต่อสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร จำเป็นต้องทำให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานและมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างกัน รวมทั้งต้องนำข่าวสารจากลูกค้า ผู้ให้บริการ หรือคู่แข่งมาเป็นข้อมูลในการสร้างสรรค์นวัตกรรม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยมีความสามารถที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้และสามารถกลายเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมได้ นวัตกรรมในระดับองค์กรเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร ปัจจุบันชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์เป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรมให้กับอุตสาหกรรม นวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความรู้และการเรียนรู้ ค้นหาแนวคิดใหม่ เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากกว่าเดิม เพื่อสามารถสร้างโอกาสใหม่ให้กับองค์กรเพื่อนำองค์กรไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

จากเหตุผลดังกล่าวมาแล้วข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ เพื่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อันเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการวางแผนปรับปรุงและแก้ไขปัญหา รวมถึงนำไปพัฒนาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อศึกษาคุณลักษณะทั่วไปของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

2.2 เพื่อศึกษารูปแบบองค์กรแห่งนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

3. ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งทำการศึกษาองค์กรแห่งนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตเนื้อหาผู้วิจัยมุ่งศึกษาองค์กรแห่งนวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และองค์กรแห่งนวัตกรรม

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาจากสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสำหรับอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้บริหารของสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างของวิธีการเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติและอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากพนักงานบริษัทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่ได้รับรางวัลที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ ในการจัดเก็บข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 34 บริษัท จำนวน 520 คน

4. วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Methods) ประกอบด้วยการวิจัยการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) จะเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาในเชิงปริมาณจะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์และการสื่อสารที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ การวิจัยเชิงปริมาณ โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานจากสถานประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่ได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

เครื่องมือมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยสร้างจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยทำเป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของพนักงาน โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน คือ ความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความใส่ใจในความสำเร็จลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด 6 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง การประสานงานความร่วมมือระหว่างภายในหน่วยงาน การรวบรวมความรู้ทางการตลาด การเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในองค์กรได้รับรู้ และการนำความรู้มาตอบสนองให้กับลูกค้า

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ 3 ด้าน คือ การมุ่งมั่นการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความเห็นที่แตกต่าง

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์กรแห่งนวัตกรรม 6 ด้าน คือ การบริหารจัดการบุคลากร โครงสร้างองค์กร วิสัยทัศน์ กลยุทธ์และเป้าหมาย วัฒนธรรมองค์กร การสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ สถิติที่ใช้ในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสูงสุด และค่าต่ำสุด สถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผู้วิจัยนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรม ที่ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และกำหนดให้เป็นโมเดลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม LISREL เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5. ผลการวิจัย

5.1 คุณลักษณะทั่วไปของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ มีลักษณะดังต่อไปนี้

5.1.1 จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และ ความใส่ใจในความสำเร็จ

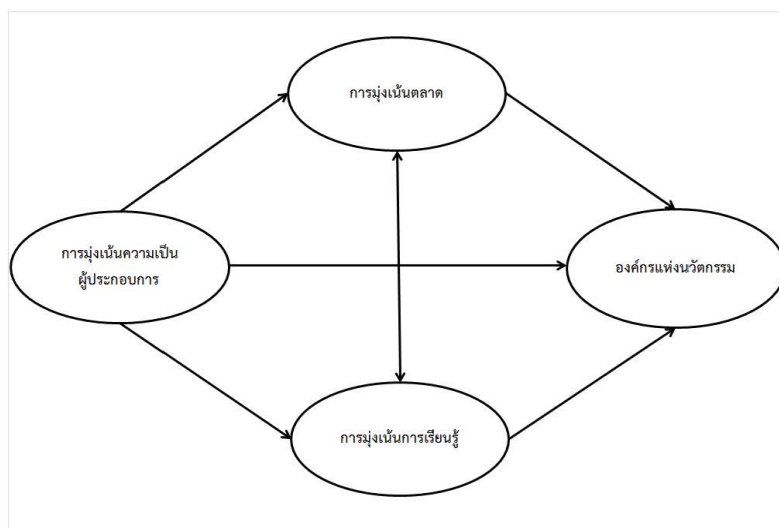
5.1.2 จากการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นตลาด ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัย ซึ่งได้แก่ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง การประสานงานความร่วมมือระหว่างภายในหน่วยงาน การรวบรวม

ความรู้ทางการตลาด การเผยแพร่ความรู้ให้กับบุคลากรในองค์กรได้รับรู้ และการนำความรู้นั้นมาตอบสนองให้กับลูกค้า

5.1.3 จากการศึกษาพบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ประกอบไปด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง

5.1.4 จากการศึกษาพบว่า ลักษณะขององค์กรแห่งนวัตกรรม ประกอบไปด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ การบริหารจัดการบุคลากร โครงสร้างองค์กร วิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และเป้าหมายวัฒนธรรมองค์กร การสื่อสาร และ เทคโนโลยีสารสนเทศ

5.2 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ได้จากงานวิจัยมีลักษณะดังต่อไปนี้



กรอบองค์กรแห่งนวัตกรรมที่ได้จากงานวิจัย

6. อภิปรายผล

จากคุณลักษณะของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และองค์กรแห่งนวัตกรรมที่ได้จากการวิจัย อภิปรายผลได้ว่า 1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจะต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง มีอิสระในการตัดสินใจ มีความกล้าเสี่ยงต่อการลงทุน มุ่งปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีกว่าคู่แข่ง การเข้าถึงลูกค้าอย่างรวดเร็ว ทุ่มเทและมองหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ 2) การมุ่งเน้นตลาด ต้องมุ่งมั่นตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ

ผู้บริหารสูงสุดมีการปรึกษาหารือจุดแข็งและกลยุทธ์ของคู่แข่งอยู่เป็นประจำ การตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงของคู่แข่ง การประสานงานความร่วมมือระหว่างภายในหน่วยงาน เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันกระทำอย่างต่อเนื่องสอดคล้องด้วยความร่วมมือกันของทุกฝ่าย การเผยแพร่ข้อมูลสำคัญไปยังทั่วทั้งองค์กร ความสามารถในการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายบริการและลูกค้า การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าให้กับบุคลากรในองค์กรได้รับรู้ ความถี่ในการตรวจสอบผลิตภัณฑ์โดยเปรียบเทียบกับความต้องการของลูกค้า การให้ความสนใจกับข้อร้องเรียนของลูกค้าและแนวทางในการจัดการร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ 3) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ โดยที่ผู้บริหารให้ความสำคัญในการเรียนรู้ในทุกหน่วยงานว่าการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม การฝึกอบรมให้พนักงานเรียนรู้สิ่งใหม่ การหยุดการเรียนรู้คือการเสียโอกาส และการเรียนรู้ภายในองค์กรจะทำให้องค์กรอยู่รอด การกำหนดเป้าหมายองค์กรที่ชัดเจน การแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์ระหว่างผู้บริหารและพนักงานในองค์กร การเปิดใจกว้างยอมรับความคิดเห็นจากผู้อื่น การยอมรับสิ่งใหม่ๆ การสนับสนุนให้คิดนอกกรอบ ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรม และความคิดแปลกใหม่เป็นสิ่งที่มีความต้องการ และ 4) การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม องค์กรจะต้องให้อิสระทางความคิด สร้างบรรยากาศ สร้างแรงจูงใจในการทำงาน เปิดโอกาสให้พนักงานร่วมกำหนดเป้าหมาย ปลูกฝังนิสัยการเรียนรู้ ส่งเสริมพนักงานร่วมในนวัตกรรม มีแผนพัฒนาและฝึกอบรมให้กับพนักงาน มีการแบ่งอำนาจหน้าที่การทำงาน องค์กรมีความยืดหยุ่นและการระดมความคิดเห็นได้อย่างอิสระ มีการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และเป้าหมายในการสร้างนวัตกรรมอย่างชัดเจน เพื่อขับเคลื่อนองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม สร้างความเข้าใจร่วมกัน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของนวัตกรรมองค์กร มีการเผยแพร่ข้อมูล การกระจายนโยบายและคำสั่งไปยังทั่วทั้งองค์กร มีการสื่อสารกับลูกค้าที่จะทำให้ได้รับข้อมูลที่สำคัญต่อการสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีการพัฒนาองค์กรโดยเทคโนโลยีสารสนเทศ และการเข้าถึงข้อมูลที่เร็วขึ้น

7. ข้อเสนอแนะ

1) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาวิจัยองค์กรแห่งนวัตกรรมในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ควรมีการศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ควรมีการศึกษาวิจัย ผลกระทบขององค์กรแห่งนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจอื่น ๆ เพื่อที่จะสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบของตัวแปรแทรกซ้อนๆ ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2) ประโยชน์ของการวิจัยการวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปเป็นเพื่อเป็นข้อสนเทศในการพัฒนารูปแบบของการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทย การดำเนินงานโดยใช้เครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้ธุรกิจอยู่รอดและเติบโต

อย่างมั่นคงและยั่งยืนและเพื่อเป็นข้อพิจารณาในการนำเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

3) ควรส่งเสริมและปรับปรุงการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อความสำเร็จในการได้รับรางวัล SMEs แห่งชาติให้มากขึ้น เกณฑ์ในการตัดสินควรพิจารณาให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ควรให้มีการทบทวนและสนับสนุนในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล SMEs แล้วว่าจะทำอย่างไรให้องค์กรหรือสถานประกอบการนั้นๆ จะดำเนินการและมีมาตรฐานที่ดีต่อไปอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Nachaisak Chunnapiya. (2012). The Impact of Marketing Innovation Strategies and Marketing Environments Toward Marketing Performance for Four and Five Stars Hotels in Thailand for Entering to Asian Economic Cooperation (AEC).
- Niti Rattanaprichavej. (2010). Organizational Performance of Small and Medium Enterprises (SMEs) from the Concepts of Learning Organization and Organizational Innovation. Doctor of Public Administration. National Institute of Development Administration.
- PAPOPEPON TERMTRIRAKIJ. (2012). FACTORS INFLUENCING PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES: A CASE STUDY OF ELECTRICAL AND ELECTRONIC INDUSTRIES. DOCTOR OF PHILOSOPHY IN PUBLIC ADMINISTRATION. SRIPATUM UNIVERSITY.
- Sutheera Atawongsa. (2013). The Effects of Entrepreneurial Orientation and Enterprise Characteristics Toward Thai SMEs' Growth. Doctor of Business Administration Program. Dhurakij Pundit University.
- Ali Abdul-Fattah Alshaher (2015). Analysis the Relationship between Strategic Information System Effectiveness and Entrepreneurial Orientation for Some Telecom Firms.
- Amie Kusumawardhani and group (2012) Autonomy and innovativeness: Understanding their relationships with the performance of Indonesian SMEs. University of Wollongong.
- C. Callaghan & R. Venter (2011). An investigation of the entrepreneurial orientation, context and entrepreneurial performance of inner-city Johannesburg street traders. Southern African Business Review Volume 15 Number 1,

- Dae-Yul Jeong and group (2014) Customer Orientation and Organizational Performance: Mediating Role of CRM. Advanced Science and Technology
- Fakhrul Anwar Zainol and Selvamalar Ayadurai (2011). Entrepreneurial Orientation and Firm Performance: The Role of Personality Traits in Malay Family Firms in Malaysia. International Journal of Business and Social Science Vol. 2 No. 1.
- Hardy Loh Rahim and group (2015) The Effect of Entrepreneurial Leadership towards Organizational Performance. International Academic Research Journal of Business and Technology.
- Haryanto A.T and Haryono T. (2015) THE INFLUENCE OF MARKET ORIENTATION ON INNOVATION TYPE AND ENTERPRISE PERFORMANCE. POLISH JOURNAL OF MANAGEMENT STUDIES. Vol.11 No1.
- Joanna EJDYS (2015) MARKETing ORIENTATION VS. INNOVATIVENESS OF SMEs OF THE PODLASKIE PROVINCE. Faculty of Management, Bialystok University of Technology, Wiejska Street 2, 15-351 Bialystok, Poland.
- Nofal Nur and group (2014). Entrepreneurship Orientation, Market Orientation, Business Strategy, Management Capabilities On Business Performance; Study At Small And Medium Enterprise Printing In Kendari.
- Rodney Oudan (2012). Market Orientation -Transforming Trade and Firm Performance. International Journal of Marketing Studies. Vol. 4, No. 2; April 2012. Worcester State University, United States.



200

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (ฉบับพิเศษ) เมษายน-มิถุนายน 2560