

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของ  
ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

Entrepreneurial Orientation and Export Innovation Affect on Export Performance of  
Entrepreneurs for Medium Enterprises in Thailand

ชลกนก ไชยิตตณิน (Chonkanok Kositkanin)<sup>1</sup>

วรเทพ ตริวิจิตร (Worathep Treewichit)<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านนวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย การเก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 338 ราย การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ผลวิจัยดังนี้ 1) คุณลักษณะของผู้ประกอบการ อันประกอบด้วย ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ยง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออกและผลการดำเนินงานส่งออก และ 2) นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยที่ได้แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางควรเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรมการส่งออก เช่น การกำหนดวิสัยทัศน์ การถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงาน มีความกล้าได้กล้าเสีย มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรในการทำตลาดส่งออกในต่างประเทศ

**คำสำคัญ :** คุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ผลการดำเนินงานส่งออก

Abstract

This study aims to study the characteristics of entrepreneurs in export innovation, affecting the export performance of medium-sized enterprises in Thailand. Data were collected using questionnaires from 338 medium-sized enterprises in Thailand. Data analysis included multiple correlation analysis and multiple regression analysis. The findings were as follows: 1) Entrepreneur orientation consisted of innovation creation, risk exposure, and proactive tend to have influence on export innovation and export performance, and 2) innovation in exports. Export, product innovation, process innovation, and behavioral innovation have directly impact on export performance. The results in this study showed that medium-sized enterprises should be those

<sup>1</sup> หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี E-mail : Chonkanok\_ple@hotmail.com

<sup>2</sup> สาขาเทคโนโลยีการจัดการอุตสาหกรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี E-mail : Worathep\_rru@hotmail.com

who are committed to innovation in exports, such as setting a vision, transferring knowledge to employees, being enterprising, and having continuous exchange of learning in order to achieve the organization's objectives in overseas export markets.

**Keyword:** Entrepreneurial Orientation, Export Innovation, Export Performance

วันที่รับบทความ : 10 มีนาคม 2564

วันที่แก้ไขบทความ : 7 พฤษภาคม 2564

วันที่ตอบรับการตีพิมพ์บทความ : 1 มิถุนายน 2564

## 1. บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

สถานการณ์ปัจจุบันของประเทศไทยหากมองในมุมของโครงสร้างการผลิตของไทยได้เปลี่ยนจากภาคการเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและการบริการมากขึ้น โดยภาคอุตสาหกรรมได้มีการพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการปรับเปลี่ยนที่รวดเร็วด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมนั้นส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบการผลิตและการค้า ซึ่งช่วยยกระดับกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติไปสู่การใช้เทคโนโลยีที่ผสมผสาน หากภาคการผลิตปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีไม่ทันหรือขาดการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมจะส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงด้วย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs โดย SMEs ของไทยผ่านการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาไปตามทิศทางการพัฒนาประเทศ แต่ด้วยสภาพสังคมและเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์จำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนา SMEs ของไทยอย่างจริงจังเพื่อให้ SMEs ของไทยมีความแข็งแกร่งและพร้อมรับมือกับปัญหาทุกด้าน

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยส่วนใหญ่จะประกอบด้วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) ซึ่งมากกว่าร้อยละ 90

ของธุรกิจทั้งหมดของประเทศ ได้แก่ ภาคการผลิต ภาคการบริการ ภาคการเกษตร และภาคการค้าที่มีความสำคัญส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศมีความเจริญเติบโตต่อเนื่อง โดยมีการจดทะเบียนมากกว่า 2 ล้านราย ซึ่งส่งผลดีต่อตลาดแรงงานก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 76 ของทั้งประเทศ และสร้างรายได้ต่อปีถึง 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งจากการที่ประเทศไทยเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ของ 10 ประเทศในอาเซียน ซึ่งเป็นโอกาสทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมเกี่ยวกับศักยภาพทางการแข่งขัน

โดยสถานการณ์แนวโน้ม (Trend) ของตลาดการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศของไทยพบว่า มีปัจจัยเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจและการชะลอตัวของตลาดโลก ดังนั้นผู้ประกอบการที่จะดำเนินธุรกิจส่งออกจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจถึงขั้นตอนต่างๆ ในการส่งออกสินค้าให้เป็นอย่างดี เนื่องจากขั้นตอนดังกล่าวในการส่งออกสินค้าเป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจและปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกสะดวกและคุ้มค่าต่อการลงทุน ธุรกิจจำเป็นที่จะต้องสร้างนวัตกรรมของตนเองขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านกระบวนการหรือด้านการบริการเพื่อสร้างความเป็นเลิศให้กับธุรกิจ การกำหนดนโยบายรวมถึงวิธีการในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในธุรกิจ

SMEs ของผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่งซึ่งนวัตกรรมการส่งออกถือว่าเป็นกุญแจหลักที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศสามารถแข่งขันในระดับสากลได้อย่างรวดเร็ว (รติมา คชนันท์, 2558) โดยเป้าหมายของนวัตกรรมการส่งออก คือ การเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัดเพื่อเพิ่มมูลค่าและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสาธารณะในรูปแบบของการเกิดธุรกิจการลงทุน จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทยเพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยไปเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางได้ต่อไป

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

### 1.3 สมมติฐานการวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก
3. นวัตกรรมการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก

### 1.4 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงโมเดลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก

## 2. แนวคิดทฤษฎี

### 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Stevenson (1998) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นลักษณะส่วนบุคคลที่ถูกนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้บุคคลเกิดความตระหนักรู้ สร้างโอกาสและดำเนินธุรกิจด้วยความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิฬารีย์ สว่างพลกรัง (2561) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่เกี่ยวกับการจัดการเพื่อแสวงหาโอกาสต่างๆ โดยนำทรัพยากรมาใช้และยังแบกรับความเสี่ยงต่างๆที่เกิดขึ้นในองค์กรประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1. การสร้างนวัตกรรม หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ เช่นบริหารผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ ๆ เป็นต้น ที่มีคุณค่า (Value Creation) และมีประโยชน์ต่อผู้อื่น เศรษฐกิจและสังคม
2. การเผชิญกับความเสี่ยง หมายถึง การกล้าตัดสินใจต่อกิจกรรมต่างๆ สิ่งแวดล้อมที่ผันผวนอาจประสบความสำเร็จหรือเกิดความล้มเหลวเท่ากัน ดังนั้นต้องยอมรับความเสี่ยงนั้น
3. การทำงานเชิงรุก หมายถึง ลักษณะการทำงานที่มองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาโอกาสและความเป็นไปได้ เป็นการมองถึงสถานการณ์ของผู้นำในการตอบสนองต่อความต้องการ

### 2.2 นวัตกรรมการส่งออก (Export Innovation)

นวัตกรรมมีความสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของทุกประเทศ Porter (1990) ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้ขององค์กรทั้งในด้านการผลิต การพัฒนาความคิดใหม่ที่องค์กรคิดค้นขึ้นในการสร้างผลิตภัณฑ์บริการ กระบวนการผลิตใหม่และการพัฒนาเทคโนโลยี Lin (2007) และ Weerawardena (2006) ปัจจุบันมีนักวิชาการได้ให้ความหมายและองค์ประกอบของนวัตกรรมการส่งออกไว้

จำนวนมาก สรุปว่าผู้วิจัยใช้แนวคิดจากงานวิจัยของวรเทรตรีวิจิตร (2562) กล่าวว่า นวัตกรรมการส่งออก หมายถึง ความสามารถในการแนะนำผลิตภัณฑ์ บริการ ความคิด หรือแนวคิดใหม่ เป็นสิ่งที่ต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่แล้วประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ๆ ในเชิงนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้เหมาะสมกับการส่งออกโดยนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ที่นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในบริษัท โดยการนำนวัตกรรมด้านกระบวนการมาแก้ไขเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าให้เป็นนวัตกรรมใหม่เพื่อลดต้นทุนการผลิตนวัตกรรมกระบวนการเกี่ยวกับต้นทุนของผลิตภัณฑ์การดำเนินงาน และการจัดการธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก

3. นวัตกรรมพฤติกรรม (Behavioral Innovation) หมายถึง แนวความคิดในมุมมองต่าง ๆ เช่น บุคคล ทีมและการจัดการ พฤติกรรม นวัตกรรมของบุคคลเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและทัศนคติเพื่อพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ พฤติกรรมนวัตกรรมของทีม คือ การปรับทัศนคติแนวคิดในการทำงานร่วมกันให้บรรลุเป้าหมายของทีม ในขณะที่ นวัตกรรมพฤติกรรมในระดับการบริหาร คือ ความมุ่งมั่นของผู้บริหารที่ต้องทำการปรับปรุงสินค้าหรือบริการของสิ่งที่มีอยู่พัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิม

### 2.3 ผลการดำเนินการส่งออก (Export Performance)

วรเทรตรีวิจิตร (2562) กล่าวว่า ผลการดำเนินการส่งออก หมายถึง ความสามารถขององค์กรครอบคลุมการวัดการทำงานทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพเป็นผลลัพธ์ของการจัดกิจกรรมในตลาดส่งออก โดยมีวิธีการวัดผลการดำเนินงานโดยใช้การวัดที่เป็นตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงิน โดยการวัดที่เป็นตัวเงิน ได้แก่ ยอดขาย กำไร ส่วนแบ่งตลาด และตัววัดที่ไม่ใช้ตัวเงิน ได้แก่ ความพึง

พอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน นวัตกรรม อัตราการเข้าสู่ตลาดใหม่ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ผลดำเนินการส่งออกทางการเงิน (Financial Export Performance) หมายถึง การวัดผลเชิงปริมาณ ได้แก่ ผลกำไรจากการส่งออก ยอดการส่งออก เป็นการวัดผลดำเนินงานเพื่อทราบถึงความสำเร็จในการส่งออก

2. ผลดำเนินการส่งออกเชิงกลยุทธ์ (Strategic Export Performance) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ การเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด การพัฒนาด้านการแข่งขัน และเครื่องหมายทางการค้า

3. ความพึงพอใจในการส่งออก (Satisfaction with the Export Firm) หมายถึง ผู้ประกอบการคาดหวังความสำเร็จในการส่งออกคือลูกค้าเกิดความพึงพอใจ

## 3. วิธีดำเนินการวิจัย

### 3.1 ประชากร

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 2,742 ราย (รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560)

### 3.2 กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย จำนวน 338 ราย โดยใช้สูตรคำนวณของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และการเลือกกลุ่มตัวอย่างนั้นผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน (Check list) 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก ซึ่งเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนการประมาณค่า (Rating Scale) โดยมี 5 ระดับ 3) แบบสอบถามการแสดงความคิดเห็นและการให้ข้อเสนอแนะ

### 3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือสำหรับกรวิจัยนี้มีขั้นตอนดังต่อไปนี้

การตรวจสอบความเที่ยงของเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบกร นวัตกรรมการส่งออก และผลการดำเนินงานส่งออก จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปเรียงเรียงแก้ไขให้ถูกต้องครอบคลุมเนื้อหา และนำไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทยจำนวน 30 คน โดยการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Discriminant Power) ใช้เทคนิค Item-total Correlation ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.738-0.780 นวัตกรรมการส่งออก ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.650-0.790 และผลการดำเนินการส่งออกได้ค่าอำนาจจำแนก (r) ระหว่าง 0.644-0.750 สอดคล้องกับแนวคิดของ Nunnally (1978) กล่าวว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อเกิน 0.40 นั้นเป็นค่าที่ยอมรับได้ และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.870-0.871 นวัตกรรมการส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.875-0.876 และผลการดำเนินการส่งออก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ระหว่าง 0.869-0.870 สอดคล้องกับค่ากล่าวของ สมบัติ ท้ายเรือคำ (2552) กล่าวคือ เกณฑ์การพิจารณาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามมีค่าตั้งแต่ 0.40 ขึ้นไป จัดว่ามีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก

### 3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณและการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ นวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการดังนี้

$$1) \text{Export Innovation} = \beta_{01} + \beta_1 \text{EO1} + \beta_2 \text{EO2} + \beta_3 \text{EO3} + \epsilon_1$$

$$2) \text{Export Performance} = \beta_{02} + \beta_1 \text{EO1} + \beta_2 \text{EO2} + \beta_3 \text{EO3} + \epsilon_2$$

$$3) \text{Export Performance} = \beta_{03} + \beta_1 \text{EI1} + \beta_2 \text{EI2} + \beta_3 \text{EI3} + \epsilon_3$$

## 4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 73.96 อายุ 41-50 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.30 ส่วนใหญ่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.17 มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 49.70 ตามลำดับ

4.2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

**ตารางที่ 1** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EI	EO 1	EO 2	EO 3	VIF
$\bar{X}$	4.05	4.12	4.11	4.20	
S.D.	0.33	0.42	0.40	0.53	
EI		0.688*	0.652*	0.644*	
EO 1			0.650*	0.555*	3.445
EO 2				0.613*	3.212
EO 3					1.988

\*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออก

โดยรวม มีค่า 1.988 – 3.445 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.644-0.688 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

**ตารางที่ 2** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	นวัตกรรมการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.522	0.222	2.888	0.000*
การสร้างนวัตกรรม (EO 1)	0.344	0.018	4.422	0.000*
การเผชิญกับความเสี่ยง (EO 2)	0.055	0.077	5.323	0.000*
การทำงานเชิงรุก (EO 3)	0.323	0.046	6.111	0.000*

F = 165.552 AdjR<sup>2</sup> = 0.445  
\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์นวัตกรรมการส่งออกโดยรวม

$$EI = 0.522 + 0.344 EO1 + 0.055 EO2 + 0.323 EO3$$

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EP	EO 1	EO 2	EO 3	VIF
X̄	4.01	4.19	4.08	4.25	
S.D.	0.41	0.50	0.48	0.45	
EP		0.722*	0.718*	0.703*	
EO 1			0.744*	0.462*	3.332
EO 2				0.623*	3.111
EO 3					1.845

\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม มีค่า 1.845 – 3.332 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.703-0.722 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

**ตารางที่ 4** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับผลการดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ผลการดำเนินการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.422	0.255	2.444	0.000*
การสร้างนวัตกรรม (EO 1)	0.312	0.032	4.352	0.000*
การเผชิญกับความเสี่ยง (EO 2)	0.211	0.055	5.112	0.000*
การทำงานเชิงรุก (EO 3)	0.203	0.031	2.213	0.000*

F = 171.222 AdjR<sup>2</sup> = 0.433  
\*นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรม ด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุก มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม

$$EP = 0.422 + 0.312 EO1 + 0.211 EO2 + 0.203 EO3$$

**ตารางที่ 5** การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกโดยรวมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

ตัวแปร	EP	EI 1	EI 2	EI 3	VIF
$\bar{X}$	4.08	4.21	4.05	4.30	
S.D.	0.32	0.45	0.39	0.42	
EP		0.891*	0.823*	0.805*	
EI 1			0.865*	0.553*	3.122
EI 2				0.714*	3.077
EI 3					1.643

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรอิสระในแต่ละด้านนั้นมีความสัมพันธ์กัน ณ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจทำให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์กันเองขึ้นระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับนวัตกรรมการส่งออกโดยรวม มีค่า 1.643 – 3.122 ซึ่งค่าน้อยกว่า 10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กันในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Black, 2006)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระนวัตกรรมการส่งออกในแต่ละด้าน พบว่า มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.805-0.891 หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ

**ตารางที่ 6** การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์ถดถอยของนวัตกรรมการส่งออกกับผลการดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย

นวัตกรรมการส่งออก	ผลการดำเนินการส่งออก		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.398	0.344	2.222	0.000*
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (EI 1)	0.305	0.022	4.245	0.000*
นวัตกรรมกระบวนการ (EI 2)	0.274	0.045	5.006	0.000*
นวัตกรรมเทคนิค (EI 3)	0.222	0.011	2.118	0.000*

F = 155.243 AdjR<sup>2</sup> = 0.221

จากตารางที่ 6 พบว่า นวัตกรรมการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ ด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินการส่งออก

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสร้างสมการพยากรณ์ผลการดำเนินการส่งออกโดยรวม

$$EP = 0.398 + 0.305 EI1 + 0.274 EI2 + 0.222 EI3$$

## 5. อภิปรายผล

จากผลการวิจัย คุณลักษณะของผู้ประกอบการนวัตกรรมการส่งออก ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางในประเทศไทย ผู้วิจัยเห็นว่า มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายผลดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรมด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมการส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล มองเห็นอนาคตชัดเจน มีความมุ่งมั่นที่จะสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์/บริการ และการสร้างวัฒนธรรมโดยทุกคนมีส่วนร่วมกับความสำเร็จขององค์กรสอดคล้องกับงานวิจัยของ Slater (1995) กล่าวว่า ผู้ประกอบการสร้างธุรกิจใหม่ภายใต้นโยบายเดิมเป็นความกระตือรือร้นที่มีต่อการสร้างผลิตภัณฑ์และการลงทุนใหม่ๆ และการมีส่วนร่วมในการแข่งขัน ลักษณะของความกล้าหาญและความอดทนที่กล้าเสี่ยงในการเข้าสู่ตลาดใหม่

**สมมติฐานที่ 2** คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านการสร้างนวัตกรรมด้านการเผชิญกับความเสี่ง และด้านการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก เนื่องจากผู้ประกอบการจะต้องมีกลยุทธ์ในการปรับตัวที่จะฝ่าฟันอุปสรรค การตัดสินใจ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรให้ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Leonidou (2004) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นกระบวนการสร้างยุทธศาสตร์ที่มี

พื้นฐานสำหรับการตัดสินใจในการกระทำของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับ (Rauch, Wiklund and Frese 2009) กล่าวว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีอุปสรรคต่อข้อจำกัดด้านทรัพยากรการดำเนินงาน ค่าใช้จ่ายและข้อจำกัดทางการค้า ข้อจำกัดในการดำเนินงานเหล่านี้ เป็นการตอบสนองในระดับบริษัทเท่านั้น ด้วยอุปสรรคด้านตลาดเกี่ยวกับความท้าทายในการเรียนรู้และการปรับตัวเพื่อลดผลกระทบต่ออุปสรรคของบริษัทดังกล่าว บริษัทต้องมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับความต้องการในตลาดส่งออก บริษัทสามารถชนะอุปสรรคเหล่านั้นได้โดยการใช้ทรัพยากรและเข้าถึงได้ โดยการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงต่อความต้องการและการเรียนรู้ขององค์กรที่เพิ่มขึ้น ขณะที่ทรัพยากรมีส่วนช่วยในการผลิตด้านกระบวนการ รวมถึงอุปกรณ์ ทรัพยากรเชิงปัญญา สิทธิบัตร ความสามารถ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับทรัพยากรเพื่อดำเนินงานหรือกิจกรรม Rauch (2004) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท

**สมมติฐานที่ 3** นวัตกรรมทางการส่งออกมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางการส่งออก ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านนวัตกรรมกระบวนการ และด้านนวัตกรรมพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานส่งออก เนื่องจากนวัตกรรมเข้ามามีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งบริษัทที่ดำเนินกิจการส่งออกจะต้องพัฒนานวัตกรรมด้านการส่งออกให้ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานที่ยั่งยืนต่อไป สอดคล้องกับ Deshpande (1989) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้แนวคิดด้านนวัตกรรมทางการส่งออกสามารถนำมาประยุกต์ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการนำแนวความคิดด้านการมุ่งเน้นการตลาดมาใช้ร่วมกันจึงจะสำเร็จ สอดคล้องกับ Slater (1995) อธิบายว่า นวัตกรรมทางการส่งออกต้องมีการปรับกลยุทธ์การมุ่งเน้นการตลาดในด้านของการให้ความสำคัญกับลูกค้า คู่แข่ง รวมถึงการประสานความ

ร่วมมือระหว่างหน่วยงานขององค์กรถึงจะสามารถสร้างผลดำเนินงานทางธุรกิจได้ในที่สุด โดย Hult (2004) ทำการศึกษาการสร้างนวัตกรรมและผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัท พบว่า องค์กรมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้องค์กรอยู่รอดในสภาวะแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูง นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพการส่งออก ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพราะปัจจุบันองค์กรต้องมีความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยองค์กรต้องมีการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อจะทำให้องค์กรมีจุดยืนที่มั่นคงได้ในปัจจุบัน

## 6. ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. วิสาหกิจขนาดกลางที่มีการส่งออกควรกำหนดเป็นนโยบายเกี่ยวกับนวัตกรรมทางการส่งออกเป็นอันดับแรก และส่งเสริมแนวความคิดด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เช่น กระบวนการทำงานรูปแบบใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าในตลาดต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ทันต่อสภาพการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2. ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางควรเป็นผู้ที่มีความมุ่งมั่นในการสร้างนวัตกรรมทางการส่งออก เช่น การกำหนดวิสัยทัศน์ การถ่ายทอดความรู้ให้กับพนักงาน มีความกล้าได้กล้าเสีย มีการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายขององค์กรในการทำตลาดส่งออกในต่างประเทศ

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษาครั้งนี้ เช่น การเรียนรู้ขององค์กร การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (CRM) เป็นต้น

## 7. เอกสารอ้างอิง

- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น
- รติมา คชนันทน์. (2558). **Academic Focus**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2560, จาก <http://www.sme.go.th/th/index.php/>
- วิพารีย์ สว่างพลกรัง. (2561). **รูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย**. ศึกษานิพนธ์บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- วรเทพ ตรีวิจิตร. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). กลยุทธ์ทางการตลาดและนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินการส่งออกธุรกิจอาหารทะเลขนาดเล็กในประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**, 21(2),
- สมบัติ ท้ายเรือคำ. (2552). **ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กอฬสินธุ์: ประสานการพิมพ์
- Covey, S. R. (2004). **Seven habits of highly effective People**. Free Press.
- Deshpande, R. and Webster, F.E. (1989). Organizational culture and marketing: Defining the research agenda. **Journal of Marketing**, 53,3-15.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L. (2006). **Multivariate data analysis** (7 ed.). New Jersey: Pearson.
- Hult, G. T. M., Hurley, R.F. and Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. **IndustrialMarketing Management**, 33, 429-438.
- Leonidou, L.C. (2004). An analysis of the barriers hindering small business export development. **Journal of Small Business Management**, 42(3), 279- 302.
- Lin, C. Y. (2007). **An examination of implementing customer relationship management by Chinese-Owned SMEs**. Master' thesis of Commerce & Management, Lincoln University.
- Porter, M. E. (1990). **The Competitive Advantage of Nations**. London: Macmillan.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. and Frese, M. (2009). Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of past Research and Suggestions for the Future. **Entrepreneurship Theory & Practice**, 33(3), 761-787.
- Slater, S.F. and Narver, J.C. (1995, July). Market Orientation and the learning Organization. **Journal of Marketing**, 59(3), 63-74.
- Stevenson, N. (1998). Disused shrimp ponds : Options for redevelopment of mangrove. **Coastal Management**, 4, 423-425.
- Weerawardena, J. and Mort, G.S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. **Journal of World Business**, 4(1), 21–35.

