

บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในแบบจำลอง
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต
ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจนวัตกรรม
และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย



ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยแม่โจ้
พ.ศ. 2564

บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในแบบจำลอง
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต
ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจนวัตกรรม
และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย



คุณฉวีนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สำนักบริหารและพัฒนาระบบราชการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการใน
แบบจำลอง
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต
ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจนวัตกรรม
และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

วรมรรณ นามวงศ์

ดุษฎีนิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรณสถิตย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัทธ์ กุลอมตงามเจริญ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ไบไม้)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ประธานอาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริกุล ตูลาสมบัติ)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.ญาณิน โอภาสพัฒนกิจ)

รองอธิการบดี ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี มหาวิทยาลัยแม่โจ้

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

ชื่อเรื่อง	บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในแบบจำลอง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจนวัตกรรม และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน	นายวรมรรณ นามวงศ์
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรณสกลิตย์

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและรุนแรง (Disruptive Technology) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศวิทยาทางธุรกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงสำหรับผู้ประกอบการที่ประมาทไม่สามารที่จะปรับตัวได้ก็จะถูกคัดเลือกให้ออกจากระบบนิเวศทางธุรกิจนี้ไป การมีความพร้อมที่จะต่อสู้ตลอดเวลาไม่ประมาทและมีการปรับตัวเตรียมการอยู่เสมอจะทำให้กิจการประสบความสำเร็จของธุรกิจ ในประเทศไทยหลายภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาภาคเศรษฐกิจต่างช่วยกันที่จะสร้างระบบนิเวศแวดล้อมทางธุรกิจให้เอื้อต่อผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม มีความสามารถที่จะแข่งขันในทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน การสร้างให้กิจการมีคุณลักษณะการผู้ประกอบการอันพึงประสงค์นั้น มีทุนทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะสนับสนุนให้เกิดคุณลักษณะที่ว่าเป็นได้ เพราะทุนทางสังคมส่งเสริมให้เกิดความไว้วางใจ การร่วมแบ่งปันและความใส่ใจต่อกันในหมู่ผู้มีส่วนได้เสียในทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกองค์กร อย่างไรก็ตามภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือความสามารถด้านการจัดการทรัพยากรองค์ความรู้ภายในขององค์กรซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นมีความสามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองได้อย่างทันท่วงที มีความสามารถในการส่งต่อแบ่งปันความรู้กันของคนในองค์กร และเกิดความสามารถในการผลักดันพฤติกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ภายในกิจการ หรือเรียกโดยรวมได้ว่าเป็นความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร จากการทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วนี้ ทฤษฎีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทฤษฎีทุนทางสังคม แนวคิดความสามารถเชิงพลวัต และแนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน จึงเป็นปัจจัยปฐมบทของการเข้าไปทำการตรวจสอบค้นคว้าหาเหตุผลเชิงประจักษ์ เพื่อตอบปัญหาในการวิจัยที่ว่า ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างไร และทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต มีอิทธิพลอย่างไรเมื่อผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในสถานะตัวแปรส่งผ่าน และไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่างที่น่าจะให้ข้อมูลได้อย่างสมเหตุสมผลตามกรอบแนวคิดการวิจัยนี้ จึงควรเป็นกลุ่มที่สะท้อนถึงพฤติกรรมการใช้องค์ความรู้ในการประกอบกิจการและอยู่ภายใต้บริบทของการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะนำมาศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มของธุรกิจนวัตกรรม และผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ภายหลังจากการดำเนินการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ได้รับข้อมูลที่ถูกต้องสมบูรณ์ จำนวน 350 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 49 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมา

ทดสอบสมมติฐานด้วยวิธีทางสถิติวิจัย ด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้างแบบจำลองผ่านโปรแกรมซอฟต์แวร์สำเร็จรูป

จากการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ทูทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัตที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยทางอ้อมนั้นถูกส่งผ่านปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในสถานะตัวแปรส่งผ่าน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองดังนี้ Chi-Square = 53.224 ค่าองศาอิสระ (df) = 47 ค่า p-value = .247 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (/df) = 1.132 มีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนี CFI = .998 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI = .982 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI = .947 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี RMSEA = .019 มีค่าน้อยกว่า .050 ค่าดัชนี RMR = .022 มีค่าน้อยกว่า .050 ค่าดัชนี HOELTER = 420 มีค่ามากกว่า 200 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ค่าสถิติที่สำคัญทุกดัชนีผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้สรุปได้ว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้ 1) ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ร้อยละ 39.70 2) ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 3) ปัจจัยทูทางสังคม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ตามลำดับ

คำสำคัญ : ทูทางสังคม, ความสามารถเชิงพลวัต, คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, ความได้เปรียบทางการแข่งขัน, ธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น

Title	THE MEDIATING EFFECT OF ENTREPRENEURSHIP ORIENTATION IN SOCIAL CAPITAL, DYNAMIC CAPABILITY TO COMPETITIVE ADVANTAGE OF INNOVATIVE BUSINESS AND STARTUP IN THAILAND
Author	Mr. Waraman Namwong
Degree	Doctor of Philosophy in Business Administration
Advisory Committee Chairperson	Assistant Professor Dr. Prapassorn Vannasathid

ABSTRACT

Disruptive technology affects changes in the business ecosystem. It happens quickly and severely for negligent entrepreneurs who are unable to adapt will be screened out of this business ecosystem. Being ready to fight at all times, recklessly, and always being prepared will ensure a successful business venture. In Thailand, many sectors involved in economic development work together to create a business ecosystem that facilitates entrepreneurs to adapt appropriately. have the ability to compete in business sustainably Creating a business with desirable Entrepreneurial Orientation, Social Capital is one of the key factors that contribute to this trait. because social capital fosters trust Sharing and caring among business stakeholders both internally and externally However, in a rapidly changing context, another important factor is the organization's internal knowledge resource management capabilities. This will give the organization the ability to change itself promptly. Have the ability to share knowledge of people in the organization. and the ability to drive creative behavior to create new things within the business or collectively known as the dynamic capabilities of the organization. From the literature review on the topics mentioned by the researcher Entrepreneurial orientation Theory, Social capital theory, Dynamic capability concept, and the concept of Competitive advantage, Therefore, it is the preliminary factor for the investigation and empirical reasoning. To answer the research question that social capital, Dynamic capability Entrepreneurial orientation and how Competitive business advantage is related; and social capital and Dynamic capability. How does it influence when passing operator attributes as Mediator variables and to gain a competitive advantage in business or not the sample group should provide reasonable information according to this research conceptual framework? Therefore, it should be a group that reflects the behavior of using knowledge in business operations and is in the context of rapidly changing competition. Therefore, the researcher selected the sample group to be used in this study, namely the group of Innovative businesses and start-up enterprises in Thailand. After collecting data with

questionnaires, 350 complete and accurate data were obtained, representing a response rate of 49%. The researchers used the data to test. Hypothesis using research statistical methods By analyzing the Structure equations model through the software program.

From the causal relationship model analysis in this research. found that social capital and dynamic capability with a positive relationship both directly and indirectly to the Competitive advantage indirectly that is passed through the Entrepreneurial orientation factor in the mediator variable state. Significantly at 0.01 and the coherence index of the model was as follows: Chi-Square = 53.224 degrees of freedom (df) = 47 p-value = .247 is greater than 0.05 relative chi-square value. (χ^2/df) = 1.132 is less than 3 CFI index = .998 is greater than 0.90 GFI = .982 is greater than 0.90 AGFI = .947 is greater than 0.90 RMSEA = .019 is low More than .050 RMR index = .022 is less than .050 HOELTER index = 420 is greater than 200, so it can be seen that all-important statistical indices meet the specified criteria. The model is harmonious with the empirical data. and details of the results of the analysis are as follows: 1. Social capital (SC), Dynamic capability (DC), and Entrepreneurial orientation (EO) can jointly explain the variance of the Competitive advantage was 39.70 percent. 2. Social capital, Dynamic capability. and Entrepreneurial orientation has a positive influence on Competitive advantage with a statistically significant level of 0.01 and 3. The social capital factor was a factor that influenced competitive advantage was highest, followed by Dynamic capability and Entrepreneurial orientation, respectively.

Keywords : Social capital, Dynamic capability, Entrepreneurial Orientation, Competitive advantage, businesses and Start-ups

กิตติกรรมประกาศ

ขอนอบน้อมต่อพระคุณพ่อแม่ครูบาอาจารย์ ดุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จขึ้นมาได้ด้วยความเมตตา และกรุณาจากพ่อแม่ครูบาอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรักความปรารถนาดี ให้ความรู้ ทั้งที่เป็น ภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ต่อผู้เขียนตลอดมา ผู้เขียนรู้สึกเป็นผู้ที่มีวาสนาดีที่ได้มาพบกับพ่อแม่ครูบา อาจารย์ทุกท่านที่มหาวิทยาลัยแม่โจ้แห่งนี้ ไม่ว่าจะครั้งใดที่ผู้เขียน แสดงความเบ้าปัญญาหรือกำลังหลงทาง ทั้งในด้านวิชาการและโดยทั่วไป ก็จะมีมือของพ่อแม่ครูบาอาจารย์คอยหยิบยื่นความช่วยเหลือ ดึงให้ กลับมาอยู่ในทางที่ถูกต้องทุกครั้งไป

ขอกราบขอบพระคุณคณะผู้บริหารคณาจารย์ และเจ้าหน้าที่ทุก ๆ ท่านของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์อำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ผู้เขียนเสมอมา

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ศาสตราจารย์พิสิษฐ์ ดร.จำเนียร จวงตระกูล ที่เมตตามาเป็นประธานกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ กราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริ ประเสริฐศิลป์ ที่เมตตาเป็นกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญพัทธ์สิริ กล่อมธงเจริญ และผู้ช่วย ศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ใบไม้ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาในด้านต่าง ๆ ตั้งแต่ก่อน เริ่มต้นเขียนโครงร่างดุษฎีนิพนธ์ จนกระทั่งเขียนดุษฎีนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร และท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทัตพงศ์ อวีโรธนานนท์ ประธานหลักสูตรปริญญาเอก สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ให้การสนับสนุนในทุก ๆ เรื่องระหว่างที่ผู้เขียนได้ศึกษาอยู่ภายใต้หลักสูตรนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้บริหารคณะวิทยาการจัดการ และผู้บริหารภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ที่ได้ให้การสนับสนุนผู้เขียนในการศึกษาต่อครั้งนี้ด้วยดีเสมอมา

ขอกราบขอบพระคุณ กัลยาณมิตรพี่ ๆ น้อง ๆ นักศึกษาระดับปริญญาเอก คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ ต่อผู้เขียนตลอด ระยะเวลาที่ศึกษา

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ ท่านอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรรณสถิตย์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก ที่ได้ให้เวลาในการให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะ ให้การสนับสนุนและผลักดัน ผู้เขียนจนสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ อาจารย์เป็นแสงสว่างแห่งปัญญาส่องทางให้ผู้เขียนเสมอมา เป็นผู้ให้ นิสัยการแสวงหาความรู้อย่างมีเหตุมีผล บ่อยครั้งที่อาจารย์จะบอก “ไปหาข้อมูลมาแล้วเอามาเล่าให้ผม ฟัง” แต่ทุกครั้งทีกลับมาเล่าเสนอก็จะได้รับความรู้ใหม่ ๆ ที่ท่านอาจารย์ ได้ค้นคว้าไปพร้อม ๆ กัน แล้ว นำมาคอยอธิบายสรุปอย่างลึกซึ้งและกว้างขวาง จนผู้เขียนต้องกลับไปพิจารณาถึงสิ่งที่ตนนำมาเสนอ

เสมอว่า ทำไมเราถึงค้นคว้าไม่เจอความรู้เหล่านั้นอย่างที่ท่านอาจารย์ที่ปรึกษาท่านเจอ และนี่ก็ยังทำให้ผู้เขียนมั่นใจทุกครั้งว่าท่านอาจารย์ที่ปรึกษายังไม่ปล่อยมือจากเรา

ทำยนี้ขอกราบพระคุณคุณพ่อและคุณแม่ ผู้เป็นพระอรหันต์ของลูก ที่สนับสนุนทุกสิ่งทุกอย่างตลอดมา จนสามารถประสบความสำเร็จในการศึกษาเล่าเรียนครั้งนี้ได้

วรมรรณ นามวงศ์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
สารบัญตารางผนวก.....	ต
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดทฤษฎีทางสังคม.....	9
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัต.....	13
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ.....	16
แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	21
ธุรกิจนวัตกรรม.....	24
วิสาหกิจเริ่มต้น.....	27

กรอบแนวคิดการวิจัย	28
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	41
วิธีการศึกษาวิจัย	41
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	44
การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	69
บทที่ 4 ผลการศึกษางานวิจัย	77
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ ตัวแบบเชิงโครงสร้าง.....	99
ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองการศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้ บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ที่พัฒนาขึ้นว่า พบอิทธิพล ทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลร่วม ของตัวแปรต่อกันหรือไม่ เป็นไปในทิศทางใดและ มีน้ำหนักในความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยตรวจสอบจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จาก การสำรวจ	113
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะ การเป็น ผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิง พลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรม และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศ ไทยและผลการทดสอบสมมติฐาน	119
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	125
สรุปผลการวิจัย.....	126
การอภิปรายผลการวิจัย.....	133
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	144
บรรณานุกรม.....	147
ภาคผนวก.....	159

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	160
ภาคผนวก ข แบบประเมินเครื่องมือวิจัย	171
ภาคผนวก ค ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด	197
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง ตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการ เป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถ เชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (หลังปรับแก้).....	212
ภาพเต็มแบบจำลอง	212
ภาคผนวก จ ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์.....	222
ประวัติผู้วิจัย.....	229



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ตัวชี้วัด ทูทางสังคม (Social Capital).....	11
ตารางที่ 2 ตารางแสดงเปรียบเทียบการใช้ตัวชี้วัดทูทางสังคม (Social Capital).....	12
ตารางที่ 3 ความสามารถเชิงพลวัต	15
ตารางที่ 4 ตารางแสดงการใช้ตัวชี้วัดความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capabilities).....	16
ตารางที่ 5 สรุปการใช้ตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ(EO).....	20
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของแต่ละงานวิจัย.....	21
ตารางที่ 7 ตัวชี้วัด ความได้เปรียบในการแข่งขัน.....	22
ตารางที่ 8 แสดงการใช้ตัวชี้วัดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage)	23
ตารางที่ 9 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ทูทางสังคมที่มีสัมพันธ์กับ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ. 30	
ตารางที่ 10 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ทูทางสังคมที่มีสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขัน	32
ตารางที่ 11 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัตกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ....	34
ตารางที่ 12 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัตกับความได้เปรียบในการแข่งขัน	36
ตารางที่ 13 ตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) กับความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA)	38
ตารางที่ 14 จำนวนกลุ่มตามปีที่เข้าร่วมโครงการ	43
ตารางที่ 15 แสดงค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity).....	46
ตารางที่ 16 ทำการทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	47
ตารางที่ 17 ทำการทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น ทูทางสังคม	47
ตารางที่ 18 ทำการทดสอบค่า Cornbrash’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น ความสามารถเชิงพลวัต	48

ตารางที่ 19	ทำการทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน	48
ตารางที่ 20	ทำการทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือทั้งฉบับของแบบสอบถาม การวิจัย คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย	49
ตารางที่ 21	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)	59
ตารางที่ 22	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ(EO).....	61
ตารางที่ 23	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองทุน ทางสังคม (SC)	62
ตารางที่ 24	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC).....	63
ตารางที่ 25	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง ความสามารถเชิงพลวัต (DC).....	64
ตารางที่ 26	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC).....	65
ตารางที่ 27	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA).....	66
ตารางที่ 28	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	68
ตารางที่ 29	แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	70
ตารางที่ 30	แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง	73
ตารางที่ 31	ข้อมูลสถานภาพทั่วไปค่าความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม	80
ตารางที่ 32	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ	84
ตารางที่ 33	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการรายข้อ	85
ตารางที่ 34	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุนทางสังคม.....	88
ตารางที่ 35	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยทุนทางสังคมรายข้อ	89

ตารางที่ 36	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต.....	92
ตารางที่ 37	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตรายข้อ	93
ตารางที่ 38	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน	96
ตารางที่ 39	ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันรายข้อ	97
ตารางที่ 40	แสดงค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปรสังเกต.....	99
ตารางที่ 41	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกต.....	102
ตารางที่ 42	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)	104
ตารางที่ 43	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ(EO).....	105
ตารางที่ 44	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง ทางสังคม (SC)	106
ตารางที่ 45	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC).....	108
ตารางที่ 46	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง ความสามารถเชิงพลวัต (DC).....	109
ตารางที่ 47	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)..	110
ตารางที่ 48	ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง ได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA).....	111
ตารางที่ 49	แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	113
ตารางที่ 50	ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นใน ประเทศไทย (ก่อนปรับแบบจำลอง).....	114
ตารางที่ 51	ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองการศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปร ส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทาง	

สังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจ
 เริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง) 117

ตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลในแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะ
 การเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิง
 พลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลัง
 ปรับแบบจำลอง)..... 119

ตารางที่ 53 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกต..... 121

ตารางที่ 54 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย..... 123



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 สมมติฐาน H1	29
ภาพที่ 2 สมมติฐาน H2	31
ภาพที่ 3 สมมติฐาน H3	33
ภาพที่ 4 สมมติฐาน H4	36
ภาพที่ 5 สมมติฐาน H5	38
ภาพที่ 6 สมมติฐาน H6	40
ภาพที่ 7 แสดงแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	60
ภาพที่ 8 แสดงแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)	63
ภาพที่ 9 แสดงแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)	65
ภาพที่ 10 แสดงแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	67
ภาพที่ 11 แสดงแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	105
ภาพที่ 12 แสดงแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)	107
ภาพที่ 13 แสดงแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)	110
ภาพที่ 14 แสดงแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	112
ภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถ เชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ในประเทศไทย (ก่อนปรับแบบจำลอง)	115
ภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต	

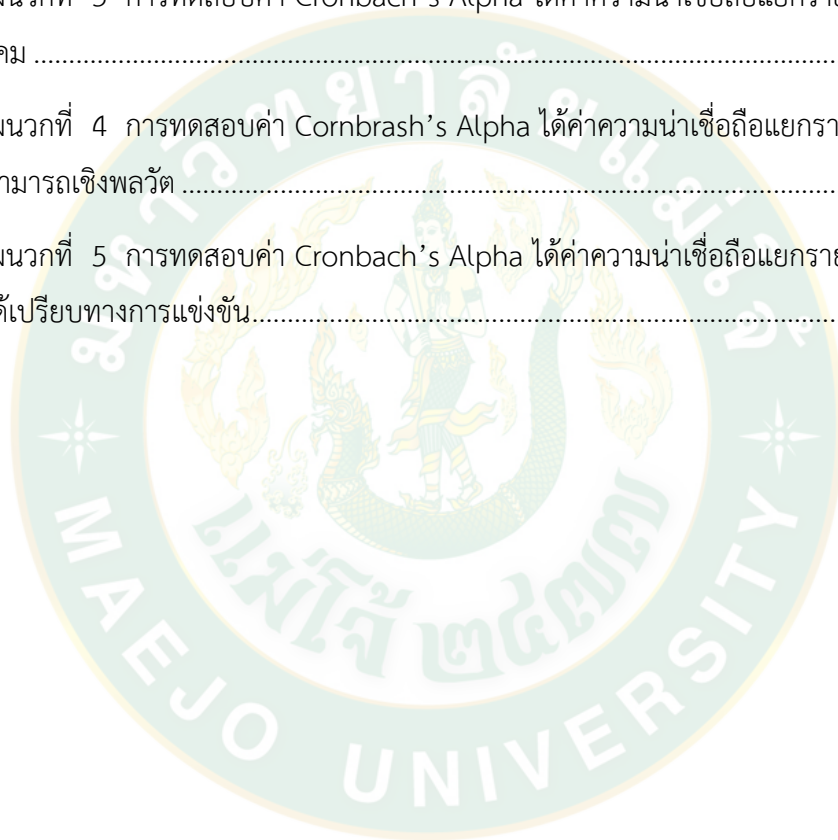
ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรม และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับ
แบบจำลอง) 118

ภาพที่ 17 ภาพสรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลอง 118



สารบัญตารางผนวก

	หน้า
ตารางผนวกที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา.....	191
ตารางผนวกที่ 2 การทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ.....	194
ตารางผนวกที่ 3 การทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น ทางสังคม.....	194
ตารางผนวกที่ 4 การทดสอบค่า Cronbrash’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น ความสามารถเชิงพลวัต.....	195
ตารางผนวกที่ 5 การทดสอบค่า Cronbach’s Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น ความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	195



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วและรุนแรง (Disruptive Technology) มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระบบนิเวศวิทยาทางธุรกิจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงสำหรับผู้ประกอบการที่ประมาทไม่สามารถที่จะปรับตัวได้ก็就会被คัดเลือกให้ออกจากระบบนิเวศทางธุรกิจนี้ไป ศ.ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ นักวิชาการอาวุโส มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด นำเสนอว่าในค.ศ.2020 ประชากรโลกจากจำนวน 7,300 ล้านคน จะเพิ่มเป็น 8,500 ล้านคนในปี ค.ศ. 2030 และจำนวนผู้ประกอบการใหม่จาก 400 ล้านคนในปี 2012 (1 คนต่อประชากรโลก 19 คน) จะเพิ่มเป็น 1 พันล้านคนในปี 2020 (2.3 คนต่อประชากรโลก 19 คน) โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่สร้างรายได้ด้วยนวัตกรรมจะมีมากกว่าร้อยละ 70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมโลกในปี 2030 (เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2558) จากการจัดอันดับความสามารถด้านนวัตกรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนตามการจัดอันดับของ GII ปี 2562 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 6 จาก 8 ประเทศที่ร่วมสำรวจ ที่มาจาก The Global Innovation Index 2019 (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2562) ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรมของไทย (Innovation business) และธุรกิจสตาร์ทอัพ (Startup) ให้เกิดความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพเริ่มมีการผลักดันอย่างจริงจังโดยภาครัฐบาลในระหว่างปี พ.ศ. 2552 มีนโยบายผ่านกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เรื่องการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการทั่วไปที่ต่องานนำนวัตกรรมมาใช้ในการดำเนินงานและวิสาหกิจเริ่มต้น (Start-up) โดยใช้รากฐานทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวดำเนินงานขับเคลื่อนธุรกิจ รัฐมนตรีกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมอบหมายให้สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เป็นประธานคณะกรรมการ ดำเนินงานภายใต้กองทุนพัฒนานวัตกรรมแห่งชาติ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2558) และได้มีการนิยาม “ธุรกิจนวัตกรรม” (Innovation business) คือ กลุ่มวิสาหกิจในกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการ และกิจการค้าส่งและค้าปลีก ที่มุ่งนำนวัตกรรมเข้ามาใช้กับการประกอบกิจการอย่างจริงจัง “สตาร์ทอัพ” (Start-up) คือธุรกิจเกิดใหม่ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่มีนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจ (Business model innovation) ที่สามารถทำซ้ำ (Repeatable) และขยายตลาด (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth) (Banker et al., 2011) และซึ่งการพัฒนาของกลุ่มธุรกิจทั้งสองกลุ่มนี้ต้องอาศัยกลไกการทำงานจากหลายภาคส่วนร่วมกันกับคณะกรรมการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่เป็นแกนนำ และทำให้เกิดความสามารถ

ทางการแข่งขันอีกทั้งจะเป็นการเริ่มต้นการสร้างระบบนิเวศเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศอีกด้วย แต่ในระยะเริ่มต้นนี้มีอุปสรรคต่าง ๆ ที่ทำให้ระบบนิเวศสำหรับธุรกิจสตาร์ทอัพและธุรกิจนวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมขาดสมดุลหลายด้านที่คณะทำงานยังต้องการคำตอบ การจะสร้างสภาวะแวดล้อมระบบนิเวศที่เหมาะสมจึงต้องมีการศึกษาถึงปัจจัยใดที่จะทำให้ธุรกิจนวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมและธุรกิจสตาร์ทอัพเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ และการปรับตัวให้มีความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจของธุรกิจนวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมและธุรกิจสตาร์ทอัพจึงจะมีขึ้นมาได้ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) ปัจจัยหลาย ๆ ด้านเช่น ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ความสำเร็จในการแข่งขันที่ยั่งยืน และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบสำคัญในหลาย ๆ ด้านของระบบนิเวศทางเศรษฐกิจดิจิทัล แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital) เป็นคำอธิบาย “ทุน” ในลักษณะใหม่ที่ลักษณะเป็นผลประโยชน์หรือต้นทุนส่วนรวมที่มาจากการช่วยเหลือและความร่วมมือกันระหว่างบุคคลและระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม มีตัวชี้วัดได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ความไว้วางใจ (Trust) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) (Putnam, 2000) ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) เป็นการอธิบายถึงการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรที่มุ่งเน้นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตและการเรียนรู้ขององค์กร อันประกอบไปด้วยตัวแปรแฝงดังนี้ 1) ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) 2) ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) และ 3) ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) ตามแนวคิด Teece (2007) แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นองค์ความรู้ที่ว่าด้วยคุณลักษณะสำคัญขององค์กรธุรกิจเชิงรูปแบบการตัดสินใจและการปฏิบัติทางธุรกิจในนิยามนี้ว่าด้วยการผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างบทบาท 5 คุณลักษณะ อันประกอบไปด้วย 1) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และ 5) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) (Lumpkin and Dess, 1996) และทฤษฎีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ว่าด้วยเรื่องความสามารถขององค์กรในผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นประกอบด้วย การมีความได้เปรียบทางด้านประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost Efficiency) และการตอบสนองต่อตลาด (Market Responsiveness) (Chen and Siau, 2012)

Schenkel and Garrison (2009) กล่าวว่า ทูทางสังคมในรูปแบบของทุนความสัมพันธ์ ทุนความรู้ความเข้าใจและคุณลักษณะการผู้ประกอบการในการวิจัยมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกันเป็นตัวบ่งชี้ที่มีนัยสำคัญ นอกจากนี้ยังส่งผลต่อการมีประสิทธิผลของทีมเป็นตัวทำนายเชิงบวก และ

(Mahmood and Hanafi, 2013) มีข้อค้นพบจากการศึกษายืนยันได้ว่าทิศทางคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีผลดีต่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขันประสิทธิภาพของธุรกิจ Business ที่มีเป็นเจ้าของเป็นผู้หญิงในประเทศมาเลเซีย Griffith et al. (2006) พบว่าการที่องค์กรมีองค์ประกอบต่างๆของสามารถเชิงพลวัตเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลไปยังความสำเร็จทางธุรกิจของกิจการ บริษัทที่มีทักษะและความรู้ความสามารถของคนในองค์กร และมีทุนมนุษย์ที่สูงขึ้นและมีโอกาสสร้างความรู้ให้มากขึ้น โดยมีมิติโครงสร้างภายในที่สามารถเชื่อมต่อกันระหว่างบุคคลและกลุ่มบุคคล รวมถึงเป็นโครงสร้างที่เอื้อต่อมิติการรับรู้ของหน่วยย่อยภายในองค์กรธุรกิจ จะมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเฉพาะการตัดสินใจที่ถูกต้อง และมีนวัตกรรมที่ดีขึ้นในด้านเทคโนโลยีและการแข่งขันที่ได้เปรียบ (Hitt et al., 2001) จากการทบทวนวรรณกรรมและจากงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ ผู้วิจัยตรวจสอบยังไม่พบว่ามีการศึกษาในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในงานวิจัยเดียวกันมาก่อนทั้งที่เป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ และจากสถานการณ์ที่มีการเร่งรัดนโยบายภาครัฐในการปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะทำการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ในกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นที่ได้รับการสนับสนุนทุนในการดำเนินธุรกิจ จากทางสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ด้วยหวังว่าผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา กลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทยในอนาคต ต่อไป

คำถามการวิจัย

ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลอย่างไรต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นและผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย

1. ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อกันอย่างไร ในธุรกิจนวัตกรรมและผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

2. ทูทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต มีอิทธิพลอย่างไรเมื่อผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในสถานะตัวแปรส่งผ่าน ไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ในธุรกิจนวัตกรรมและผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

3. ความสามารถเชิงพลวัต มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบ หรือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบมีอิทธิพลต่อความสามารถเชิงพลวัต

4. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในสถานะตัวแปรส่งผ่าน มีอำนาจเพิ่มอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจในธุรกิจนวัตกรรมและผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1. ทุนทางสังคม (Social Capital) ประกอบด้วย

ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction)

ความไว้วางใจ (Trust)

การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture)

ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density)

บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms)

2. ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) ประกอบด้วย
 - ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability)
 - ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability)
 - ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability)
3. คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)
 - ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy)
 - ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
 - การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)
 - ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)
 - การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking)
4. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)
 - ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage)
 - ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation)
 - ความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) คือ ธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นที่ลงทะเบียนขอเข้ารับทุนพัฒนานวัตกรรมและรับคำปรึกษาจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในโครงการคูปองนวัตกรรมเพื่อยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของ Business ไทยและโครงการนวัตกรรมแบบเปิด จำนวน 1,100 ราย (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) โดยมีหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นผู้บริหารหรือธุรกิจนวัตกรรมและเจ้าขององค์กรวิสาหกิจเริ่มต้น

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้กฎ (Rule of Thumb) ซึ่ง เป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ซึ่งมีตัวแปรตั้งแต่สองตัวขึ้นไปคือใช้จำนวน 20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Kline, 2011) ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกขนาดตัวอย่างจำนวน 20 เท่าของตัวแปรสังเกต จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคืออย่างน้อยจำนวน 320 ราย

3. ขอบเขตด้านเวลาและสถานที่

ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 10 เดือน

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หมายถึง รูปแบบที่สะท้อน พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในขณะที่ดำเนินธุรกิจ โดยจำแนกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ตามแนวคิด Lumpkin and Dess (1996)

ทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึง ลักษณะขององค์กรในเชิงสังคม เช่น เครือข่ายบรรทัดฐานและความไว้วางใจในสังคม ที่อำนวยความสะดวกในการประสานงานและการร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ซึ่งกันและกันภายในองค์กรนั้น ๆ มิติของทุนทางสังคมประกอบไปด้วย มิติโครงสร้าง (Structural dimension) มิติการรับรู้ (Cognitive dimension) และมิติความสัมพันธ์ (Relational dimension) ตามแนวคิด (Putnam et al., 1993)

ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) หมายถึง ความสามารถหรือสมรรถนะในการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมและการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการปรับตัวอย่างเหมาะสม ทั้งทางทักษะ การจัดการทรัพยากร และสมรรถนะการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ประกอบไปด้วย ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) และความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) ตามแนวคิด (Rodrigo-Alarcón et al., 2017; Teece, 2007)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง การสร้างความสามารถ ที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง และส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบทางธุรกิจเหนือคู่แข่ง โดยการนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าและเป็นสิ่งที่คุณแข่งขันไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำได้ดีกว่า ประกอบไปด้วย มีประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), ความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) ตามแนวคิด Liu (2017); Porter (1980) และ Wu and Chen (2012)

วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ; Startup) หมายถึง การเริ่มธุรกิจใหม่จากคนจำนวนน้อยและมีเงินทุนไม่สูงมากนักแต่สามารถสร้างการเจริญเติบโตทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วโดยมุ่งที่จะตอบสนองต่อการแก้ปัญหาบางอย่างของลูกค้า เป็นการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างแบบจำลองหรือโมเดลทางธุรกิจที่สามารถทำซ้ำได้ง่ายและใช้เทคโนโลยีคือนวัตกรรมเข้ามาช่วยให้สามารถทำธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เงินทุนในธุรกิจ startup มักจะมาจาก Venture Capital หรือเรียกย่อ ๆ ว่า VC เป็นกลุ่มทุนเฉพาะที่มุ่งเน้นแสวงหาการลงทุนกับธุรกิจที่เกิดใหม่โดยพิจารณาจากความเป็นไป

ได้ใน การประสบความสำเร็จ (Blank, 2013) ธุรกิจเกิดใหม่ที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งมีนวัตกรรมในรูปแบบธุรกิจ (Business model innovation) ที่สามารถทำซ้ำ (Repeatable) และขยายตลาด (Scalable) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเติบโตอย่างก้าวกระโดด (Exponential growth) ที่ลงทะเบียนขอเข้ารับทุนพัฒนานวัตกรรมและรับคำปรึกษาจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (Blank and Dorf, 2020)

ธุรกิจนวัตกรรม (Innovative Business) หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Business) ที่ใช้ฐานองค์ความรู้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ที่องค์กรพัฒนามาใช้กับการดำเนินธุรกิจหรืออุตสาหกรรม ตามข้อกำหนดของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ที่ลงทะเบียนขอเข้ารับทุนพัฒนานวัตกรรมและรับคำปรึกษาจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (Rhee et al., 2010; ศิริโรตม์ ภาคสุวรรณ, 2563)

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการ พฤติกรรมองค์กร หรือองค์กร และมีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจน ระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่ม และนวัตกรรม อันหมายถึงความคิดริเริ่มที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างสัมฤทธิ์ผล (McKeown, 2008) เป็นเครื่องมือเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการในการสร้างผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อสร้างธุรกิจและบริการที่แตกต่างและสร้างรายได้ (Drucker, 2014)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในเชิงวิชาการ

ผลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจะช่วยให้เกิดความชัดเจนของบทบาทของการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัย ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีและส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ภายใต้บริบทผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรม รวมทั้งยังอธิบายเพิ่มเติมในส่วนของแนวคิด ที่เกี่ยวข้องกับ ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View: RBV) อันเป็นหลักคิดข้างต้นว่าในองค์กรมีทั้งทรัพยากรที่สามารถจับต้องได้และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตนแต่ทรัพยากรเหล่านั้นสามารถช่วยให้เกิดความสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งในทางธุรกิจได้ ซึ่งผลการศึกษาอาจเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการที่มีความสนใจในแนวคิดข้างต้น และสามารถทำการศึกษาเพิ่มเติมทั้งในรูปแบบความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ หรือการศึกษาในบริบทของกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป

2. ประโยชน์สำหรับเจ้าของกิจการ/และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์เพื่อการนำไปประยุกต์ใช้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้พัฒนา กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจ เพื่อให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอันพึงประสงค์ การพัฒนา ยุทธศาสตร์ด้านทุนทางสังคมรวมถึงพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตอย่างต่อเนื่อง อันจะเกื้อกูลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจของผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรม

สรุปได้ว่าในปี พ.ศ. 2559-2561 มีผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรมเข้ารับ ค่าปรึกษากับโครงการที่กล่าวมาข้างต้น กว่า 1,700 ราย ได้รับการส่งเสริมให้เกิดการสร้างธุรกิจ นวัตกรรมที่มีศักยภาพกว่า 1,000 โครงการ เกิดมูลค่าโครงการนวัตกรรมกว่า 500 ล้านบาท และที่ ผ่านการเข้ารับค่าปรึกษาพัฒนานวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ มีการจับคู่เจรจา มีต่อ ยอดธุรกิจนวัตกรรม และการสร้างเครือข่ายนวัตกรรมร่วมกับภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา เกิด การสร้างสรรค์นวัตกรรมตลอดห่วงโซ่ธุรกิจนวัตกรรมในหลากหลายรูปแบบทั้งด้านการพัฒนาธุรกิจ นวัตกรรม บุคลากรนวัตกรรม องค์กรนวัตกรรม แต่หากจะพิจารณาอย่างถี่ถ้วนจะเห็นได้ว่าจำนวน ของโครงการที่ขอรับการสนับสนุนมีเพียงครึ่งเท่านั้นที่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาที่ได้รับเงินทุน สนับสนุน (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) อาจเป็นไปได้ว่าผู้ที่ไม่ผ่านการประเมินในการ สนับสนุนเงินทุนเกิดจาก ความไม่พร้อมของผู้ประกอบการเอง และประเด็นด้านความสามารถในการ แข่งขันทางธุรกิจและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของผู้เสนอโครงการเพื่อขอรับทุนก็เป็น ประเด็นที่มีความน่าสนใจ หนึ่งในหลายด้านที่ควรจะมีการเข้าไปศึกษาวิจัยเพื่อทำความเข้าใจในเชิง วิชาการอย่างถี่ถ้วน

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้าน ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ภายใต้บริบทของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจนวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมและธุรกิจสตาร์ทอัพ โดยผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)
4. แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)
5. ธุรกิจนวัตกรรม (Innovative Business)
6. วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ: Startup)

แนวคิดทุนทางสังคม (Social Capital)

ทุนทางสังคม (Social Capital) เป็นคำอธิบาย “ทุน” ในลักษณะใหม่ที่ไม่ใช่เพียงทุนทางเศรษฐกิจที่มุ่งหวังในการทำกำไรหรือแสวงหาผลประโยชน์สูงสุดของตัวเอง แต่มีลักษณะที่เป็นรูปแบบของผลประโยชน์ของคนในองค์กรที่เกิดขึ้นจากการให้ความร่วมมือซึ่งกันและกันและการช่วยเหลือกันของบุคคลหรือกลุ่มที่รวมกันอยู่ในสังคมซึ่งอาจเป็นได้ทั้งผู้ที่มีส่วนร่วมจากภายนอกและบุคลากรภายในขององค์กรเอง (Putnam, 2000) โดยธนาคารโลก (World Bank) เห็นว่าทุนทางสังคม คือระบบความสัมพันธ์และบรรทัดฐานการปฏิบัติ (Norm) ที่นำมาซึ่งปฏิสัมพันธ์ของสังคมทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ เน้นถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างกันในสถาบันและตัวบุคคล หรือจำนวนรวมกันทั้งองค์กรเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) เห็นว่าทุนทางสังคม คือการเชื่อมโยงของบุคคลเป็นเครือข่ายทางสังคมบนพื้นฐานความเชื่อถือ ไว้วางใจซึ่งกันและกัน (trust) และมีมาตรฐานในการทำงานร่วมกัน สำหรับความหมายที่นิยมอ้างถึงมากที่สุดคือนิยามของโรเบิร์ต แพทนาม (Putnam et al., 1993) ที่กล่าวว่า

ทุนทางสังคมคือรูปแบบของการจัดองค์การที่ประกอบไปด้วยความเชื่อใจ (trust) บรรทัดฐาน (norm) และเครือข่าย (network) ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพให้กับสังคมในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน

โดยทุนทางสังคมเป็นปัจจัยที่เพิ่มความสามารถให้กับองค์กรในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายขององค์กรโดยอาศัยความไว้วางใจ เชื่อใจ ตั้งแต่ระดับบุคคลต่อบุคคล ระดับกลุ่มในองค์กร สังคม และสามารถคาดหวังได้ว่าพฤติกรรมที่ร่วมกันปฏิบัติภายในองค์กรนั้นสมาชิกจะมีการตอบสนองไปในรูปแบบเดียวกันและมีการสร้างสัมพันธ์ภาพดังกล่าวต่อกันในรูปแบบของการเป็น สถาบัน (Institution) และจุดมุ่งหมายของคือการจัดการกับอุปสรรคหรือความซับซ้อนของงานที่ บุคคลไม่สามารถจัดการเพียงคนเดียวได้ (Collective Action Problem) ต้องอาศัยการทำงาน ร่วมกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่อยู่ร่วมในองค์กรเรานั้นและใช้ความสัมพันธ์ภายในที่เกิดจาก การแบ่งปันทางด้านวัฒนธรรม การใช้บรรทัดฐานร่วมกัน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันไปมา การให้ ความร่วมมือและใส่ใจต่อกัน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของทุนทางสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนความสัมพันธ์ ดังกล่าว ในระดับสากลคำว่าทุนทางสังคมก็ยังมีอีกหลายนิยามที่อาจจะสอดคล้องหรือขัดแย้งในบาง ประเด็น แต่จุดร่วมที่มีอยู่ด้วยกันคือการใช้คำว่าทุนทางสังคมในการสร้างความร่วมมือทางสังคม ทุน ทางสังคมนั้นมิได้เป็นปัจจัยการผลิตโดยตรง หากแต่เป็นตัวประสานในการเข้าถึงปัจจัยการผลิตหรือ ปัจจัยต้นทุนอื่น ๆ เช่น ทุนมนุษย์ (Human capital) ทุนกายภาพ (Physical capital) ทรัพยากร ธรรมชาติ (Natural resources) ตัวอย่าง ข่าวสารข้อมูล การสื่อสาร ระเบียบปฏิบัติ เป็นต้นทุนทาง สังคมเกิดขึ้นโดยผ่านมิติความสัมพันธ์ทางสังคม (Relational Social Capital) มิติโครงสร้างทาง สังคม (Structural Social Capital) และมิติการรับรู้ทางสังคม (Cognitive Social Capital) ที่แต่ละ สมาชิกทำหน้าที่ตามบทบาททั้งสามด้านของตัวเองอย่างเหมาะสม ทุนทางสังคมจึงเป็นรากฐานใน ความร่วมมือกันทางสังคม ซึ่งจะส่งเสริมทั้งการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การทำความเข้าใจทุน ทางสังคมไม่ใช่เป็นเพียงพื้นฐานส่วนบุคคล แต่ต้องมองในลักษณะองค์รวม เพราะทุนทางสังคมเป็น เรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทอันหลากหลายของสมาชิกในสังคมจนออกมาเป็น สถาบันที่อยู่บนความเชื่อใจ ความร่วมมือกัน และมีเครือข่ายระหว่างกัน ทุนทางสังคมภายใน มีลักษณะที่มองเห็นและประเมินได้ยาก เพราะอยู่ภายในจิตใจของมนุษย์ ทุนทางสังคมในลักษณะนี้ เกี่ยวพันกับเรื่องของความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความเชื่อ ทศนคติ เช่น ความเชื่อถือไว้วางใจกัน (Trust) คุณค่าร่วมกัน (Share values) ความเกื้อกูลกัน (Reciprocity) ทุนทางสังคมภายนอก มีลักษณะที่ มองเห็นและประเมินได้ง่ายกว่า ทำความเข้าใจได้ง่ายกว่าประเภทแรก ด้วยทุนทางสังคมประเภทนี้ เกี่ยวพันกับบทบาท พฤติกรรม การกระทำหรือความสัมพันธ์ที่เราสร้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของ เครือญาติ สายสัมพันธ์อุปถัมภ์ หรือจะเป็น เครือข่าย องค์กร ทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น กลุ่มออมทรัพย์ องค์กรปกครองท้องถิ่น ชมรม เป็นต้น รวมถึงสถาบันในรูปของกฎของการเล่น เกม (Rule of the game) เช่น กฎ ระเบียบ ข้อบังคับ กฎหมาย ธรรมเนียม จนสุดท้ายทุนทางสังคม

จะเป็นพื้นฐานให้กับกิจกรรมทั้งหลายที่เกิดทั้งในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง ซึ่งทุนทางสังคมดังกล่าวจำเป็นต้องใช้เวลาในการสะสมอย่างยาวนาน และสามารถสถาปนาขึ้นในสถาบันที่จัดความสัมพันธ์ของสมาชิกได้อย่างลงตัว (Nahapiet and Ghoshal, 2000; Putnam, 2000) การศึกษาดัชนีชี้วัดทุนทางสังคมในกลุ่มวิสาหกิจเริ่มต้นได้มีการทำการศึกษาโดย Batjargal (2007) ในประเทศจีนเขาได้ทำการศึกษาในหัวข้อทุนมนุษย์และทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัทที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศจีน โดยพบว่าผู้ประกอบการที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้นมีทุนทางสังคมภายในที่สูงจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของบริษัทอย่างมีนัยยะสำคัญ และยังพบว่ามีการศึกษาถึงหัวข้อทุนทางสังคมในกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดย่อมที่ใช้นวัตกรรมอุตสาหกรรมไบโอเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ โดยช่างและคณะทำการศึกษาในหัวข้อ “Interfirm cooperation and startup innovation in the biotechnology industry” พบว่ามีมิติโครงสร้างความสัมพันธ์ในทุนทางสังคมส่งผลต่อการแข่งขันทางนวัตกรรมของบริษัทที่รุนแรงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีทุนทางสังคมในต่ำ (Shan et al., 1994)

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสังคม ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและทำการตัดสินใจที่จะมีตัวแปรแฝงภายใต้บริบทของมิติทุนทางสังคม ครั้งนี้ จำนวน 3 ตัวแปรชี้วัด ได้แก่ 1) มิติโครงสร้าง (Structural dimension) 2) มิติการรับรู้ (Cognitive dimension) และ 3) มิติความสัมพันธ์ (Relational dimension) ตามแนวคิด (Putnam et al., 1993) และ (Rodrigo-Alarcón et al., 2017)

ตารางที่ 1 ตัวชี้วัด ทุนทางสังคม (Social Capital)

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด ทุนทางสังคม (Social Capital)
Schenkel and Garrison (2009)	X1=Relational capital, X2=Cognitive capital,
Rodrigo-Alarcón et al. (2017)	X1=Structural capital, X2=Relational capital, X3=Cognitive capital
Liu and Lee (2015)	X1=Structural capital, X2=Relational capital, X3=Cognitive capital
Miao et al. (2017)	X1=Structural capital, X2=Relational capital, X3=Cognitive capital
Huang and Wang (2013)	X= Social Capital(Structural capital, Relational capital, Cognitive capita)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด ทฤษฎีทางสังคม (Social Capital)
Saeed and Arshad (2012)	Mediation ด้วย(Social Cap.) = Shared norms and Values, and Mutual trust
Widodo (2015)	Mediation ด้วย(Social Cap.) = Quantity networking, Confidence with partners, The quality networking
Chuang et al. (2016)	X(Social Cap.) = Aggregate of resources embedded within, Available through, and Derived from network relationships

ตารางที่ 2 ตารางแสดงเปรียบเทียบการใช้ตัวชี้วัดทฤษฎีทางสังคม (Social Capital)

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด						รวม
	Structural capital	Relational capital	Cognitive capita	Shared norms and Values	Mutual trust	Aggregate of resources	
Schenkel and Garrison (2009)		✓	✓				2
Huang and Wang (2013)	✓	✓	✓				3
Liu and Lee (2015)	✓	✓	✓				3
Miao et al. (2017)	✓	✓	✓				3
Rodrigo-Alarco et al. (2017)	✓	✓	✓				3
Saeed and Arshad (2012)				✓	✓		2
Widodo (2015)					✓	✓	2
Chuang et al. (2016)		✓				✓	2
รวม	4	6	5	1	2	2	

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)

จากทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) เป็นการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กรที่มุ่งเน้นความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตและการเรียนรู้ขององค์กร ซึ่งหากองค์กรมีการเรียนรู้ สามารถปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม นั้นย่อมหมายถึงการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ และเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Winter, 2003) จากแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ (Resource-Based View of the Firm) เป็นทฤษฎีที่มองที่ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เห็นอกว่าคู่แข่ง Barney (1991) และ Grant (1999) มีความเห็นว่าทั้งทรัพยากรและความสามารถขององค์กร ถือเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรเกิดความสามารถทางการแข่งขันและนำไปสู่ความได้เปรียบทางการ แข่งขันอันส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการที่องค์กรมีทรัพยากรในองค์กรที่มีลักษณะมี คุณค่า หายากและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ หรือทรัพยากรที่องค์กรอื่นมีนั้น มีความแตกต่างจากที่เรามีอยู่ ย่อมทำให้ทรัพยากรเหล่านั้นไม่สามารถมาแทนที่ทรัพยากรที่องค์กรเรามี จึงทำให้ องค์กรอื่นไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้เทียบเท่าองค์กรเรา (Barney, 1991)

ดังนั้น กิจการต้องกำหนดกลยุทธ์การจัดการทรัพยากรเพื่อป้องกันการแสวงหาทรัพยากรที่คล้ายคลึงกันจากคู่แข่ง อันนำไปสู่การสร้างผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ Guang Shi et al. (2012) กล่าวได้ว่าทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร เป็นทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้อธิบาย เกี่ยวกับฐานทรัพยากรและการใช้ความสามารถขององค์กรอย่างชาญฉลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและตอบสนองการเปลี่ยนแปลงภายนอก เพื่อสร้างมูลค่าให้กับกิจการ (Bamford and West, 2010) อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ อย่างไรก็ตามเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลา ส่งผลให้ความสามารถขององค์กรแบบดั้งเดิม (Capabilities) ที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ความสามารถที่ต้องขับเคลื่อนอยู่ตลอดเวลาเพื่อ ตอบสนองการเปลี่ยนแปลง ถูกนำมาพิจารณามากขึ้น การสร้างความรู้ใหม่ ๆ จึงนำไปสู่บริบทของ ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) (Winter, 2003) มองว่าความสามารถขององค์กร ที่ครอบครองอยู่และนำมาใช้เป็นประจำถือเป็นเพียงความสามารถระดับพื้นฐาน (Zero Level Capabilities) ดังนั้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในสถานะเสถียร (Static view) ขาดการ คำนึงถึงปัจจัยแวดล้อม ความสามารถที่เปลี่ยนแปลงสินค้า กระบวนการผลิต หรือความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปก็คือ ความสามารถเชิงพลวัตภายใต้องค์ประกอบด้าน

กระบวนการภายในองค์กร (Dynamic Capability Underlying Process) ที่ประกอบด้วยกระบวนการการเรียนรู้ และการปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน (Teece, 2007) ทฤษฎีด้าน ความสามารถเชิงพลวัตให้ความสำคัญกับ มิติด้านความสามารถในการปรับตัว (Adaptive Capability) มิติด้านความสามารถในการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) และการเปลี่ยนแปลง (Change) ภายใต้สภาพแวดล้อมภายนอกที่ผันแปร องค์กรต้องสามารถปรับตัวและ ดำรงคอยู่ให้ได้ ความสามารถเชิงพลวัต ประกอบด้วยคุณลักษณะสำคัญ 2 ส่วนคือ 1) พลวัต (Dynamic) หมายถึง ความสามารถทางกายภาพในองค์กรที่ก่อให้เกิดการสร้าง ความสามารถใหม่ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อตอบสนอง นวัตกรรมใหม่ที่ถึงเวลาต้องเข้าสู่ตลาด 2) ความสามารถ (Capability) หมายถึงบทบาทสำคัญในการ จัดการด้านกลยุทธ์ให้เหมาะสม ด้วยการรวมกลุ่มทรัพยากรขึ้นมาใหม่ (Integration) เพราะฉะนั้น ความสามารถเชิงพลวัตจึงเกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยผลักดัน ให้องค์กรต้องปรับปรุงหรือพัฒนาทรัพยากรและความสามารถขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการแข่งขัน (Teece, 2007) อาจสรุปได้ว่าข้อแตกต่างระหว่างแนวคิดฐานทรัพยากร RBV และ แนวคิดความสามารถทางพลวัต Dynamic capabilities คือแนวคิดฐานทรัพยากร การให้ได้มาซึ่ง ทรัพยากรอันทรงคุณค่าที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันต่อองค์กร แต่สำหรับแนวคิด ความสามารถทางพลวัตเป็นการต่อยอดจากแนวคิดฐานทรัพยากรโดยมีประเด็นสำคัญคือการมุ่งใช้ ความสามารถในการจัดการองค์ความรู้เพื่อนำไปพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดความสามารถอย่าง เต็มที่ ในปี 2007 Henry Chesbrough และ Kevin Schwartz ได้เข้าไปทำการวิจัยในกลุ่มบริษัท วิทยาศาสตร์เริ่มต้นที่เป็นผู้ร่วมทำธุรกิจกับบริษัท IBM และ Microsoft ของอเมริกาซึ่งเป็นกลุ่มวิทยาศาสตร์ เริ่มต้นขนาดเล็กที่ทำซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์เพื่อสนับสนุนบริษัท IBM และ Microsoft โดยใน การศึกษาตัวแปรที่เขาสนใจคือ ความสามารถทางด้านนวัตกรรม (Innovation Capabilities) ที่ บริษัทขนาดเล็กพัฒนาขึ้นเมื่อได้เป็น ผู้ร่วมธุรกิจกับบริษัทเทคโนโลยีซอฟต์แวร์ขนาดใหญ่อย่าง IBM และ Microsoft พบว่าในกลุ่มบริษัทพัฒนาโปรแกรมขนาดเล็กเมื่อได้ร่วมทำธุรกิจกับบริษัทขนาดใหญ่ ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของความสามารถทางด้านนวัตกรรมอย่างมีนัยยะสำคัญ (Chesbrough and Schwartz, 2007)

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงพลวัต ผู้วิจัย ได้ทำการสรุปและทำการตัดสินใจที่จะมีตัวแปรแฝงภายในบริบทขององค์ประกอบความสามารถเชิง พลวัต จำนวน 3 องค์ประกอบชี้วัด อันประกอบไปด้วยตัวแปรแฝงดังนี้ 1) ความสามารถด้านการ ปรับตัว (Adaptive Capability) 2) ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) และ 3) ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) ตามแนวคิด Teece (2007) และ Rodrigo-Alarcón et al. (2017)

ตารางที่ 3 ความสามารถเชิงพลวัต

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)
Saeed and Arshad (2012)	X=(Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) Y= Organizational Performance
Widodo (2015)	X=(Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) Y= Sustainable competitive advantage
Chuang et al. (2016)	X=(Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) Y= Human capital
Shi et al. (2012)	Y=Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) X= knowledge Management
Correia et al. (2021)	Medi=(Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) X=Market orientation Y=Competitive advantage
Sachitra and Chong (2018)	Medi=(Absorptive Capability), (Absorptive Capability), (Innovative Capability) X= human assets, physical assets, financial assets Y=(Competitive advantage)

ตารางที่ 4 ตารางแสดงการใช้ตัวชี้วัดความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic capabilities)

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด						รวม
	Adaptive capability	Absorptive capability	Innovative capability	Change implementation capacity	Strategic sense-making capacity	Timely decision-making capacity	
David J. Teece; Gary Pisano; Amy Shuen (1997)	✓	✓	✓	✓			4
Catherine L et al. (2007)	✓	✓	✓				3
Kevin Zheng Zhou, Caroline Bingxin Li (2010)	✓						1
Li and Liu (2014)				✓	✓	✓	3
Hang Wu, Jin Chen b et al. (2016)	✓		✓				2
Rodrigo-Alarco, et al. (2018)	✓	✓	✓				3
รวม	5	3	4	2	1	1	

**แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Orientation)**

Richard Cantillon (ประมาณ ค.ศ. 1730) ให้นิยามกว้าง ๆ ว่า "ความเป็นผู้ประกอบการ" ประกอบด้วย 3 ประเด็นคือ 1) ความไม่แน่นอนและความเสี่ยง 2) ความสามารถในการบริหารจัดการที่สมบูรณ์และ 3) การฉวยโอกาสทางด้านโครงสร้างธุรกิจ Cantillon (2015) และ Schumpeter (1934) กล่าวถึงความสำคัญของผู้ประกอบการต่อการพัฒนานวัตกรรมในองค์กร โดยชี้ให้เห็นว่า นวัตกรรมช่วยทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เมื่อผู้ประกอบการได้สร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้ประกอบการเป็นผู้มีบทบาท และความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ หน้าที่ของผู้ประกอบการ คือการปฏิรูประบบและปฏิวัติรูปแบบการผลิตโดยการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อผลิตเป็นสินค้าใหม่หรือผลิตสินค้าเดิม โดยวิธีใหม่ ๆ โดยการหาแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ หรือตลาดใหม่อยู่เสมอ โดยการจัดการโครงสร้างของอุตสาหกรรมใหม่ ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกที่จะทำงานที่มีลักษณะเป็นเจ้าของกิจการ เพื่อตอบสนองปัจจัยที่ต้นตอต้องการ เช่น ความต้องการการเปลี่ยนแปลง การเติบโตและการพัฒนา สอดคล้องกับมุมมองของ Wingwon (2012) ที่กล่าวว่า

ภาวะการณ์ประกอบการ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และนวัตกรรมส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอ้อมผ่านทางนวัตกรรม

จากความหมายของผู้ประกอบการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการคือบุคคลที่สร้างธุรกิจ โดยมองเห็นโอกาสที่มีอยู่ในตลาดดำเนินงานด้วยความมุ่งมั่น มีการบริหารงานอย่างเป็นอิสระ กล้าเสี่ยง เพื่อที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ หากต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคก็ไม่ล้มเลิกความตั้งใจโดยง่าย มีความมุ่งมั่นพยายามแก้ปัญหาให้สำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงเป็นบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถแยกแยะสถานการณ์ เพื่อการตัดสินใจที่แม่นยำพร้อมทั้งสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยการรวบรวมและประสานองค์ประกอบของทรัพยากร ทำผลกำไรมากที่สุดจากนวัตกรรมที่สร้างขึ้นภายใต้สิ่งแวดล้อมไม่แน่นอน นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงกระบวนการที่คนแต่ละคนนั้นต้องการจะเป็นเจ้าของ หรือเป็นบุคลากรในองค์การที่สามารถสร้างโอกาสให้กับองค์กรตนเอง (สิริรัฐ บุญรักษา, 2557)

ธุรกิจที่ต้องการประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial orientation: EO) ที่เชื่อมโยงถึงการปฏิบัติตามกลยุทธ์ที่ได้วางไว้และใช้ในสถานการณ์ มีการเสนอกรอบความคิด และมุมมองของการเป็นผู้ประกอบการว่าขึ้นอยู่กับลักษณะของวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน (Dess et al., 2010) คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจ ทำให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว (Harms et al., 2009) โดยทั่วไปแล้วคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมักจะพบว่ามี ความเกี่ยวข้องกับการเผชิญกับความเสี่ยงโดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจขนาดใหญ่ ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องมีความพยายามในการพัฒนาและค้นหาวิธีการในการประกอบธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ Lumpkin and Dess (1996) กล่าวว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการควรสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการปฏิบัติงานในองค์การ วิธีการดำเนินงาน และรูปแบบการบริหารจัดการ โดยเปรียบเทียบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็นเสมือนภาพสะท้อนจากกิจกรรมการดำเนินงานทั้งหมดขององค์การ และยังส่งผลโดยตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินธุรกิจ โดยคุณลักษณะที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการในองค์การมี องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เลือกใช้นั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและบริบทขององค์กรในช่วงเวลานั้น ๆ และได้จำแนกองค์ประกอบของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ 5 ด้าน ได้แก่ (1) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) (2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) (3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) (4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) และ (5) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) หมายถึง ความเป็นอิสระในการทำงานของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เพื่อสร้างโอกาสจากแนวความคิดใหม่ ๆ ไปสู่ผลสำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ (Lumpkin and Dess, 1996) สามารถการตัดสินใจและดำเนินงานได้อย่างเป็นอิสระ (Dess

and Lumpkin, 2005) ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการทำงานดีขึ้นรวมถึงสามารถนำพาธุรกิจไปสู่แนวทางในการบริหารจัดการใหม่ ๆ และส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมอันจะส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขันและประสิทธิภาพของบริษัท

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง ความพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากจากประสบการณ์ หรือการทดลอง แล้วนำไปสู่พัฒนาความคิดสร้างสรรค์โดยมีจุดมุ่งหมาย ให้เป็นกระบวนการทำงาน สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ซึ่งความมีนวัตกรรมนั้นถูกยกย่องว่าเป็นคุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการ การสร้างสิ่งใหม่เข้าสู่ตลาดทำให้เกิดผลกระทบสถานะตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันและเป็นการกระตุ้นความต้องการใหม่ผ่านกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ (Schumpeter, 2000) การมีนวัตกรรมนั้นต้องเกิดจากความเต็มใจที่จะออกจากความสามารถที่คุ้นเคยหรือการปฏิบัติกิจกรรมเดิม ๆ ไปสู่การสร้างสุดยอดเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นนวัตกรรมที่เกิดจากการปรับปรุงและพัฒนาจากสิ่งดั้งเดิมให้ดีขึ้นหรือการสร้างความสามารถที่เปลี่ยนแปลงจนสามารถทำองค์กรเป็นเจ้าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เรียกว่าการมีความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) การสร้างความสามารถที่เปลี่ยนแปลงจนสามารถทำองค์กรเป็นเจ้าของกระบวนการ วิธีการ แนวทางการดำเนินงานใหม่เรียกว่าการมีความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) การสร้างความสามารถที่เปลี่ยนแปลงจนสามารถทำองค์กรเป็นเจ้าของรูปแบบการกระทำ หรือการแสดงออกในการทำงานที่เกิดเฉพาะในองค์กรนั้น ๆ เรียกว่าการมีความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และการสร้างความสามารถที่เปลี่ยนแปลงจนสามารถทำองค์กรเป็นเจ้าของแผนก แนวทาง ที่ทำให้เกิดการกระทำเพื่อนำไปสู่จุดมุ่งหมาย หรือความสำเร็จ เรียกว่าการมีความสามารถทางนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) การศึกษาของ Lyon et al. (2000)

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง เป็นการทำงานที่ได้มีการกำหนดวางแผนไว้ล่วงหน้า และหาวิธีการปฏิบัติที่จะตอบสนองที่ดีที่สุด มีการติดตามผลการปฏิบัติงาน และประเมินผลตลอดระยะเวลาในการทำงาน เป็นลักษณะของการมองไปข้างหน้าเพื่อแสวงหาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม และมองหาโอกาสใหม่ ๆ ที่อาจจะเกี่ยวข้องหรือไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมถึงการสร้างตราสินค้าให้สามารถแข่งขันได้ Lumpkin and Dess (2001) กล่าวว่าการทำงานเชิงรุกคือการทำที่ผู้ประกอบการพยายามมองหาโอกาสที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ก่อนคู่แข่ง ด้วยการคาดการณ์ความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคตอันที่จริงการทำงานเชิงรุกให้ ความสำคัญกับความคิดริเริ่มของผู้ประกอบการในการสร้างแบบแผนแห่งความได้เปรียบในการแข่งขัน (Courpasson, 2011) โดยการคาดการณ์ถึงความต้องการของตลาดในอนาคต หรือแม้กระทั่ง ความเปลี่ยนแปลงเพื่อออกจากสภาพแวดล้อมเดิมไปสู่การสร้างสภาพแวดล้อมใหม่ของตนเอง

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) หมายถึงการตอบสนองต่อการกระทำของคู่แข่งในธุรกิจ พยายามที่จะแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ มีการตอบสนองอย่างทันท่วงทีเพื่อตำแหน่งที่เหนือกว่าหรือมีชัยชนะต่อคู่แข่งในตลาด ความก้าวร้าวในการแข่งขันนั้นเป็นส่วนประกอบสำคัญในความสำเร็จทางธุรกิจการใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ แสดงออกโดยการทุ่มเททรัพยากรทำให้เกิดผลทางการแข่งขัน ความก้าวร้าวในการแข่งขันเป็นลักษณะทางของการต่อสู้เพื่อตอบสนองเป้าหมายเชิงรุกไม่ใช่เชิงรับโดยมุ่งเป้าไปที่การเอาชนะภัยคุกคามในตลาดรวมถึงมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและการกำหนดกลยุทธ์ แบบมุ่งเป้าไปที่การปกป้องตำแหน่งทางการตลาดหรือต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อม

5. การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง ความพร้อมในการตัดสินใจและการดำเนินงานภายใต้ สถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอน หรืออาจต้องเผชิญกับอุปสรรคความเสี่ยงต่างๆ แต่ต้องอยู่ภายใต้การมีข้อมูลที่สามารถสนับสนุนการตัดสินใจหรือการกระทำใดที่อาจเกิดขึ้นโดยมีระดับของความเต็มใจที่จะยอมรับความเสี่ยงต่อการสูญเสียในทางธุรกิจ (Miller and Friesen, 1978) โดยในที่นี้ไม่ได้หมายถึงความกล้าเสี่ยงแต่เป็นระดับในการประเมินถึงการทำที่ยอมรับความผิดพลาดในทางธุรกิจ จากการศึกษาที่ผ่านมาทำให้เห็นภาพแนวโน้มของการยอมรับความเสี่ยงในธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการทำงานเชิงรุกและความมีนวัตกรรมขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและทำการตัดสินใจที่จะมีตัวแปรแฝงภายในบริบทของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ จำนวน 5 คุณลักษณะชีวิต อันประกอบไปด้วยตัวแปรแฝง ได้แก่ 1) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และ 5) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ตามแนวคิด Lumpkin and Dess (1996)

ตารางที่ 5 สรุปการใช้ตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ(EO)

ผู้วิจัย	Entrepreneurial orientation Dimensions
Miller (1983)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Covin and Slevin (1989)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Lumpkin and Dess (1996)	Autonomy, Innovativeness, Risk taking, Proactiveness, and Competitive aggressiveness
Wiklund (1999)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Lee and Peterson (2000)	Autonomy, Innovativeness, Risk taking, Proactiveness, and Competitive aggressiveness
Kreiser et al. (2002)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Marino et al. (2002)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Messeghem (2003)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Tarabishy et al. (2005)	Innovation, Proactiveness, and Risk taking
Schenkel and Garrison (2009)	EO=proactiveness, innovativeness, risk taking, autonomy and competitive aggressiveness
Widodo (2015)	Y(EO)=Proactiveness,innovativeness, Risk taking, Autonomy and Competitive aggressiveness
Chuang et al. (2016)	Y= Innovation,proactive, Risk-taking.
Dess et al. (2010), Academy of Management (2001)	Y= Proactiveness, Innovativeness, Risk taking, Autonomy and Competitive aggressiveness
Mahmood and Hanafi (2013)	X(EO)= Innovativeness, Pro-activeness and Risk-taking
Lee and Chu (2011)	X(EO)= Innovativeness, Pro-activeness and Risk-taking
Kamau (2016)	(EO) X1=Innovativeness, X2=Risk-taking and X3=Pro-activeness
Sirivanh et al. (2014)	X (EO) = Business innovativeness, Proactiveness, Risk taking,
Sirivanh et al. (2014)	X2(EO)= Innovativeness, Pro-activeness and Openness to risk

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ของแต่ละงานวิจัย

ผู้วิจัย	Innovation	Proactiveness	Risk taking	Autonomy	Competitive Aggressiveness	รวม
Miller (1983)	✓	✓	✓			3
Covin and Slevin (1989)	✓	✓	✓			3
Lumpkin and Dess (1996)	✓	✓	✓	✓	✓	5
Wikilund (1999)	✓	✓	✓			3
Lee and Peterson (2000)	✓	✓	✓	✓	✓	5
Kreiser et al. (2002)	✓	✓	✓	✓		3
Marino et al. (2002)	✓	✓	✓	✓		3
Messegghem (2003)	✓	✓	✓	✓		3
Tarabishy et al. (2005)	✓	✓	✓	✓		3

แนวคิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน
(Competitive Advantage)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน Köseoglu et al. (2013) หมายถึงความสามารถในผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยมีพื้นฐานที่สำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ ประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรมและการตอบสนองต่อผู้บริโภค (Porter and Millar, 1985) ได้นำเสนอองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจไว้ 3 ประการ คือ 1) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ 2) ความได้เปรียบด้านต้นทุนและ 3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการมุ่งเน้นเฉพาะ ซึ่งงานวิจัยของ Leonidou et al. (2013) ก็ได้ทำการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้หลายทฤษฎี ทั้งทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ทางการตลาด ทฤษฎีฐานทรัพยากรและได้ค้นพบว่าองค์ประกอบทางด้าน ความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ประกอบด้วยการมีความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง การสร้างความแตกต่างและการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ Köseoglu et al. (2013) ยังได้นำองค์ประกอบดังกล่าวมาใช้ในการวิจัยด้วยเช่นกัน และพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ ได้ระบุถึงองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการ

แข่งขัน ไว้สามองค์ประกอบ (Nayyar, 1993) คือความได้เปรียบทางด้านต้นทุน โดยที่ธุรกิจมีการดำเนินการโดยการที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งชั้นในอุตสาหกรรมและสามารถแข่งขันด้านต้นทุนได้ ด้านการสร้างแตกต่างเป็นการที่ธุรกิจมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ และมีเอกลักษณ์เฉพาะที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นและความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความต้องการทางธุรกิจ (Liu and Lee, 2015; Wu and Chen, 2012) ตัวแบบการชี้วัดปัจจัยของความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้อย่างน่าสนใจโดยประยุกต์ งานวิจัยของ Christensen and Fahey (1984), Kay (1993) และ Porter (1980) โดยมี 3 รายการที่ทำให้ประเมินผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้แก่ 1) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage) 2) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) 3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response)

จากการทบทวนวรรณกรรมและศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปและทำการตัดสินใจที่จะมีตัวแปรแฝงภายในบริบทของความได้เปรียบทางการแข่งขัน จำนวน 3 ตัวแปรแฝงที่ใช้ทำการชี้วัด อันประกอบไปด้วย 1) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), 2) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), 3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response ตามแนวคิด Liu (2017), Porter (1980) และ Wu and Chen (2012)

ตารางที่ 7 ตัวชี้วัด ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage)
Saeed and Arshad (2012)	Y(Org. Competitive advantage)= Organizational Financial Performance, Perceived organizational performance
Widodo (2015)	Y= Sustainable competitive advantage
Chuang et al. (2016)	Y (CA) = Operates in a more efficient or otherwise higher quality manner than its competitors
Dess and Shaw (2001)	Y1 (Sustainable competitive advantages) = Relationships among individuals and how they combine resources in unique
Mahmood and Hanafi (2013)	Mediation ด้วย Competitive advantage (differentiated products, market sensing, and market responsiveness)
Lee and Chu (2011)	Y(Competitive advantage)=Cost reduction, Opportunity exploration, and Competitive threats

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ผู้วิจัย	ตัวชี้วัด ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage)
Geoffrey et al. (2016)	Y(CA)= Cost leadership, Differentiation and Focus
Thongvanh .S et al. Thailand (2014)	Mediation ด้วย Competitive advantage = Product and Service differentiation, Cost leadership,

ตารางที่ 8 แสดงการใช้ตัวชี้วัดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive advantage)

ตัวชี้วัด	ชื่อผู้วิจัย	รวม
Competitive advantage	(Porter, 1980) Dess, Gregory G, Shaw, Jason D, Academy of Management 2001 Tingko Lee, Wenyi Chu, Taiwan 2011 Muhammad Mohtsham Saeed, Faria Arshad 2012 Rosli Mahmood, Norshafizah Hanafi, Malaysia 2013 Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon Sukkabot, Meta Sateeraroj, Thailand 2014 Wu and Chen, 2012 Min-Yueh Chuang, Chih-Jou Chen, Ming-Ji James Lin 2016 Geoffrey Gitau, Elegwa Mukulu, John Kihoro, Kenya 2016 Liu, 2017 (Maruta et al., 2018)	
Organization Financial Performance,	✓	1
Perceived organizational performance	✓	1
Operates in a more efficient		1
Otherwise higher quality manner		1
Relationships among individuals	✓	1
Combine resources in unique	✓	1
Differentiated products	✓	6
Market sensing	✓	1
Market responsiveness	✓	1
Competitive threats	✓	1
Opportunity exploration	✓	

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวชี้วัด	ชื่อผู้วิจัย											รวม
	(Porter, 1980)	Dess, Gregory G.; Shaw, Jason D, Academy of Management 2001	Tingko Lee, Wenyi Chu, Taiwan 2011	Muhammad Mohtsham Saeed, Faria Arshad 2012	Rosli Mahmood, Norshafizah Hanafi, Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon Sukkabot, Meta Sateeraroj, Thailand 2014	Wu and Chen, 2012	Min-Yueh Chuang, Chih-Jou Chen, Ming-Ji	Geoffrey Gitau, Elegwa Mukulu, John Kihoro, Kenya 2016	Liu, 2017	I.G.N. Anom Maruta, R. Andi Sularso, Nanis Susanti Innone, 2018		
Cost leadership	✓		✓		✓			✓		✓		4
Focus	✓							✓		✓		3
Unique benefits							✓			✓		2
Superior quality							✓			✓		2
More advanced							✓			✓		2
รวม	3	2	3	2	3	2	4	4	3	4	3	

ธุรกิจนวัตกรรม (Innovative Business)

นิยามของนวัตกรรมหมายถึงการใช้เทคโนโลยี และการปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เป็นสิ่งใหม่ เปลี่ยนจากรูปแบบเดิม ๆ มาผนวกกับความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อสร้างให้เกิดเป็นธุรกิจใหม่ หรือผลผลิตของความสำเร็จทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี นำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือ ประโยชน์ต่อตนเอง เศรษฐกิจ และ สังคมการจะเป็นนวัตกรรมใหม่ได้ จะต้อง มี 3 องค์ประกอบนี้รวมอยู่ด้วย ได้แก่ 1) ความใหม่ (Newness) สินค้าและบริการพัฒนาสิ่งใหม่ขึ้นมาเป็นไปได้อย่างรูปแบบของการปรับปรุงจากของเดิม และการพัฒนาสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ เป็นที่แรก 2) การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge and Creativity Idea) สินค้าและบริการต้องเกิดจากความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่ ไม่ได้เกิดจากการลอกเลียนแบบ 3) ให้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) สิ่งพัฒนาขึ้นมาใหม่ต้องสามารถสร้างมูลค่าให้เพิ่มขึ้นได้ เป็นไปได้อย่างมูลค่าจากเงินหรือไม่ใช่เงินโดยตรงก็ได้ นวัตกรรมแบ่งได้ 3 ประเภท 1) นวัตกรรมจากตัวผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมจากตัวผลิตภัณฑ์เป็นประเภทที่เราเห็นได้บ่อยที่สุด ชัดเจนที่สุด พบในสินค้าและบริการที่เป็นสิ่งใหม่ในตลาด นวัตกรรมประเภทนี้เกิด

ขึ้นมาเพื่อช่วยให้แก้ปัญหาให้กับผู้คน เป็นสิ่งที่ช่วยให้ชีวิตมนุษย์ง่ายขึ้น และมักต้องใช้ข้อเท็จจริงด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการผลิต นวัตกรรมจากตัวผลิตภัณฑ์มักมาในรูปแบบของการของการตอบสนองต่อความต้องการ เช่น เมื่อเราใช้รถยนต์จนรู้สึกว่าการเติมน้ำมัน น่าจะมีรถที่ไม่ต้องเติมน้ำมันบ้าง ในที่สุดรถยนต์ไฟฟ้าจึงเกิดขึ้น หรือวันที่เราใช้เกียร์อัตโนมัติแล้วเกิดคำถามว่าทำไมไม่มีเกียร์ที่ซึกแล้วใส่ได้เลยไม่ได้ต้องรีด วันนี้เราก็มีเกียร์ที่ใส่แล้วไม่ยับซึ่งเป็นสิ่งที่ได้จากการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมขึ้นมา ตัวอย่างนวัตกรรมจากตัวผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในช่วง 10 ปีให้หลังมานี้เด่นชัดที่สุดในโทรศัพท์ iPhone ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและต่อเนื่อง ออกรุ่นใหม่มาพร้อมนวัตกรรมที่ใหม่สำหรับผู้ใช้งานเสมอจึงทำให้บริษัทแอปเปิลครองความยิ่งใหญ่มาได้ถึงวันนี้ 2) นวัตกรรมจากการผลิต (Process Innovation) นวัตกรรมไม่เพียงแต่เป็นการสร้างสรรค์สินค้าและบริการแบบใหม่เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้กระบวนการผลิตแบบใหม่ที่ส่งผลให้การทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพสูงขึ้น เพื่อมอบสินค้าและบริการไปถึงผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด นวัตกรรมจากการผลิตมักเป็นรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงหลังบ้าน คือเป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ภายในองค์กรกันเอง ทั้งเรื่องเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์กร มุ่งเน้นไปในเรื่องของควบคุมคุณภาพ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตและการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากธุรกิจใดสามารถพัฒนานวัตกรรมประเภทนี้ได้ก็จะช่วยให้ได้เปรียบทางธุรกิจต่อคู่แข่งเป็นอย่างมาก ตัวอย่างนวัตกรรมจากการผลิตที่ประสบความสำเร็จได้แก่ การทำเกษตรด้วยนวัตกรรม Smart Farmer โดยใช้ระบบของ AI ปัญญาประดิษฐ์ และ Internet of Things (IoT) เชื่อมต่ออุปกรณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานว่าจะเป็นระบบรดน้ำ โดรนพ่นปุ๋ย หรือรดน้ำ โดยสั่งการผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตที่พกติดตัวไปได้ทุกที่ สร้างความสะดวกสบายในด้านการผลิตของเกษตรกรได้เป็นอย่างดี 3) นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) นวัตกรรมทางธุรกิจ คือการสร้างสรรค์วิธีการทำธุรกิจในรูปแบบใหม่ที่สามารถหาเงินได้ มักเป็นผลสำเร็จของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมการผลิตที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ในวันนี้เราคงได้เห็นนวัตกรรมทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจนมีการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย กลายเป็นภาพชินตาในปัจจุบัน เช่น การทำธุรกิจแฟรนไชส์ การทำธุรกิจขายตรง การเปิดร้านขายของราคาเดียว หรือการเปิดร้านอาหารบุฟเฟ่ เป็นต้น นวัตกรรมทางธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ เช่น แอปพลิเคชันเรียกรถอย่าง Uber หรือ Grab รวมถึงธุรกิจเดลิเวอรี่อย่าง Food Panda ที่เริ่มจากการสร้าง ‘ผลิตภัณฑ์ใหม่’ จนติดตลาดและเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมจนกลายเป็นนวัตกรรมทางธุรกิจที่ดีที่สุด (ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า, 2563)

ในปี พ.ศ. 2559 สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(สนช.) ซึ่งเป็นหนึ่งในหน่วยงานที่เข้าร่วมบูรณาการ ดำเนินงานร่วมกับ สำนักงานปลัดกระทรวง (สป.) กรมวิทยาศาสตร์บริการ (วศ.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

แห่งชาติ (สวทช.) และสถาบันเทคโนโลยีนิวเคลียร์แห่งชาติ (สทน.) ซึ่งใช้กลไกหนึ่งที่สำคัญคือการมอบ “คู่มือวิทย์เพื่อ OTO” ให้บริการ 6 เรื่อง คือ พัฒนาคุณภาพวัตถุดิบ พัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบกระบวนการผลิต ออกแบบเครื่องจักร พัฒนาระบบมาตรฐาน ได้มีการนิยามความหมายของธุรกิจนวัตกรรม (Innovation Business or Innovation Business) ไว้ว่าเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการนำองค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนการถ่ายทอดองค์ความรู้จากธุรกิจไปสู่ผู้มีส่วนร่วม และมีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ที่มีการแบ่งปันผลประโยชน์ให้เกิดขึ้น (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2561) ข้อสังเกตนวัตกรรมของสินค้ามาจาก 2 สาเหตุหลัก คือ การผลักดันทางเทคโนโลยี (Technology-Push) เกิดจากการใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น นวัตกรรมของสินค้าและบริการ จะถูกผลักดันโดยฝ่าย Research and Development (R&D) ส่วนสาเหตุอีกอย่างคือนวัตกรรมที่เกิดจากแรงดึงดูดของตลาด (Market-Pull) ก็คือ ความต้องการใหม่ ๆ ความต้องการที่ยังไม่รู้ว่าเป็นอะไร ซึ่งแรงจูงนี้จะมาจาก ฝ่ายขายและการตลาด ของบริษัทต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะ เป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย กับ ความต้องการที่เกิดขึ้นใหม่ตามท้องตลาด จะต้องถูกนำมาเชื่อมโยงกัน เพื่อใช้ในการบริหารจัดการมีนวัตกรรมทางธุรกิจ แบบจำลองธุรกิจนวัตกรรม (Model Innovation Business) คือ กลุ่มบริษัทหรือธุรกิจที่สร้างมูลค่าและความมั่งคั่งใหม่ สำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมถึง ลูกค้าและบริษัท เพื่อเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยสร้างการเปลี่ยนแปลง อย่างน้อยหนึ่งมิติทางด้านธุรกิจ นวัตกรรมทางธุรกิจจำเป็นมาก สำหรับการแข่งขันทางธุรกิจ และมันยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้น นวัตกรรมทางธุรกิจ ได้รับความสนใจจากผู้บริหารระดับสูงที่จะหาวิธีทำให้สินค้าและบริการเกิดความแตกต่างอย่างโดดเด่น หรือเพิ่ม options ต่าง ๆ ให้กับสินค้าและบริการ สำหรับนวัตกรรมแบบจำลองธุรกิจสมัยใหม่ นั้นคู่แข่งทางธุรกิจต้องสามารถเลียนแบบ หรือทำตามได้ยาก อย่างไรก็ตาม นวัตกรรมแบบจำลองธุรกิจ มีความแตกต่างจากนวัตกรรมสินค้า และการพัฒนาเทคโนโลยี โดยที่นวัตกรรมแบบจำลองธุรกิจ จะมุ่งเน้นลงไป ที่ พาณิชนัยอิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) และ บริษัทผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Firms) ปัจจุบันมีนักวิชาการมากมาย พยายามศึกษาถึงตัวแปรการเกิดนวัตกรรมต่าง ๆ (กุลบุตร โกเมนกุล, 2560)

วิสาหกิจเริ่มต้น (สตาร์ทอัพ: Startup)

คือ ลักษณะของการก่อตั้งธุรกิจขึ้นโดยผู้ประกอบการที่คิดค้นรูปแบบหรือโมเดลธุรกิจที่มีการทำซ้ำซ้ำได้ยังไม่จำกัดและมีการขยายขนาดของธุรกิจออกไปในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเติบโตของธุรกิจอย่างก้าวกระโดด อาจเกิดขึ้นภายใต้ภาวะการระดมทุนของนักลงทุนหรืออาจเกิดขึ้นได้จากองค์กรธุรกิจเพียงองค์กรเดียวก็ได้ของการเริ่มต้นธุรกิจในช่วงแรก โดยหลักแล้วธุรกิจ startup เป็นการมุ่งสร้างโมเดลทางธุรกิจที่มีศักยภาพในการตอบสนองต่อตลาดได้อย่างรวดเร็วและแก้ไขปัญหาของผู้บริโภค (Pain Point) สินค้าและบริการส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการมีนวัตกรรมใหม่ ธุรกิจ startup มีความเสี่ยงสูงในช่วงแรกของการดำเนินธุรกิจและเสี่ยงต่อความล้มเหลวสูง ส่วนใหญ่มักเกิดจากการรับรู้ทางด้านรายได้ในช่วงต้นต่ำ และอีกประการหนึ่งคือการถูก Disruptive Technology จากกลุ่มทุนที่มีเงินทุนมากกว่า

Startup คือ การเริ่มธุรกิจใหม่จากคนจำนวนน้อยและมีเงินทุนไม่สูงมากนักแต่สามารถสร้างการเจริญเติบโตทางธุรกิจได้อย่างรวดเร็วโดยมุ่งที่จะตอบสนองต่อการแก้ปัญหาบางอย่างของลูกค้าเป็นการดำเนินธุรกิจที่มุ่งเน้นการสร้างแบบจำลองหรือโมเดลทางธุรกิจที่สามารถทำซ้ำได้ง่ายและใช้เทคโนโลยีคือนวัตกรรมเข้ามาช่วยให้สามารถทำธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เงินทุนในธุรกิจ startup มักจะมาจกจาก Venture Capital หรือเรียกย่อ ๆ ว่า VC เป็นกลุ่มทุนเฉพาะที่มุ่งเน้นแสวงหาการลงทุนกับธุรกิจที่เกิดใหม่โดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ในการประสบความสำเร็จ

ประเภทของ ธุรกิจ Startup

1. ธุรกิจสตาร์ทอัพด้านการเงิน (FinTech)
2. ธุรกิจสตาร์ทอัพด้านสุขภาพ (HealthTech)
3. ธุรกิจสตาร์ทอัพด้านการเกษตรและอาหาร (AgriTech & FoodTech)
4. ธุรกิจสตาร์ทอัพที่เกี่ยวกับการ การท่องเที่ยว และความบันเทิง (TravelTech & Entertainment)
5. ธุรกิจสตาร์ทอัพที่เกี่ยวกับการ ด้านโลจิสติกส์ (LogTech)
6. ธุรกิจสตาร์ทอัพด้านอสังหาริมทรัพย์ (PropTech) (Blank, 2013)

กรอบแนวคิดการวิจัย

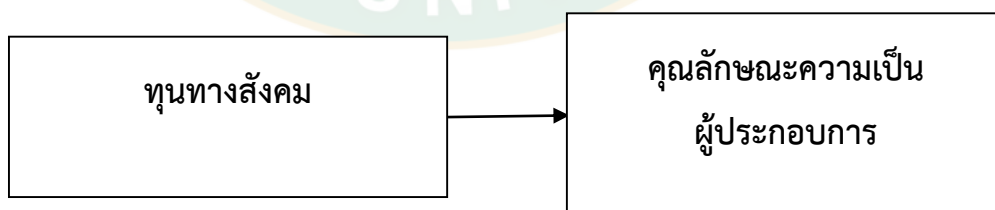
1. ทูทางสังคมกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

จากงานวิจัยของ Schenkel and Garrison (2009) ชื่อเรื่อง “Exploring the roles of social capital and team-efficacy in virtual entrepreneurial team performance” ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าการรับรู้ของทุนทางสังคมในรูปแบบของทุนโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์, ทุนความรู้ ความเข้าใจต่อคุณลักษณะการผู้ประกอบการในการวิจัยมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อกันเป็นตัวบ่งชี้ที่มีนัยสำคัญ โดยส่งผลต่อการมีประสิทธิผลของทีมงานที่พร้อมในด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันทางธุรกิจ (Competitive aggressiveness) และเป็นปัจจัยเชิงบวกอย่างสูงในด้านประสิทธิภาพของการทำงานเป็นทีมในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในปัจจัยด้านการการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ของผู้ประกอบการในบริบททีมเสมือนจริงอีกด้วย (Schenkel and Garrison, 2009)

อีกทั้งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rodrigo-Alarcón et al. (2017) เรื่อง “From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities” บทความนี้ได้วิเคราะห์ว่าทุนทางสังคมทั้งสามมิตินั้นมีความสัมพันธ์ ทั้งด้านโครงสร้าง ด้านความสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ ที่ส่งผลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในลักษณะทางตรงและส่งผ่าน โดยผ่านความสามารถพลวัต ผลการวิเคราะห์ผลกระทบของแต่ละมิติของทุนทางสังคมที่มีต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของบริษัท และอิทธิพลของความสามารถด้านพลวัตขององค์กรมีในฐานะที่สนับสนุนที่เกิดการมีนวัตกรรม (Innovativeness) ในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและการเป็นองค์กรนวัตกรรมในตัวแปรตามความสามารถเชิงพลวัต เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เหล่านี้ เขาได้ศึกษาการดำเนินการกับตัวอย่างของบริษัทในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในสเปน ซึ่งผลการวิเคราะห์เชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของบริษัทและขีดความสามารถแบบพลวัตมีขึ้นจากทุนทางสังคมของบริษัทโดยเป็นผลจากมิติอิทธิพลด้านความสัมพันธ์ที่สูง ในรูปแบบการส่งอิทธิพลผ่านความสามารถแบบพลวัตและส่งผลผ่านไปยังคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของบริษัทอีกด้วย และทุนทางสังคมยังเกี่ยวกับด้านการรับรู้ในองค์กรไปสู่พัฒนาแนวทางคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้นด้านการการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) มีรายงานผลของเขาในงานวิจัยนี้ว่ามีผลกระทบเชิงลบของทุนทางสังคมที่มีโครงสร้างความขัดแย้งสูงในบริษัทมีผลต่อการพัฒนาขีดความสามารถแบบพลวัตและ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและการเป็นองค์กรอีกด้วย (Rodrigo-Alarcón et al., 2017)

ผลการศึกษาในงานวิจัยเรื่อง “Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management” โดย Liu and Lee (2015) ได้มีนำเสนอผลงานวิจัยว่า นักวิชาการด้านการจัดการและการผู้ประกอบการท่องเที่ยวในไต้หวัน ได้เน้นถึงความสำคัญของตัวแปรการจัดการความรู้และทุนทางสังคมกับคุณลักษณะผู้ประกอบการในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้มีการเสนอรายงานว่าข้อจำกัดของผู้ประกอบการที่เป็นนักลงทุนขนาดกลางและขนาดเล็กคือการจัดการเวลาและทักษะแรงงานของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กเอง และ Liu and Lee ได้แสดงให้เห็นว่าการสะสมทุนทางสังคมจะช่วยเพิ่มความรู้ด้านการจัดการ หากมีคุณลักษณะผู้ประกอบการด้านการมีนวัตกรรม (Innovativeness) อยู่เป็นผลที่ได้จากการตรวจสอบ นอกจากนี้เหตุผลที่ผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กมีทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการด้านการเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) ด้วย ในการศึกษานี้ได้สรุปผลจากสมมติฐานให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญกับทุนทางสังคมและทดสอบบทบาทการส่งผ่านอิทธิพลของการจัดการความรู้ต่อคุณลักษณะการผู้ประกอบการในผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็ก โดนเขาทดสอบสมมติฐานงานวิจัยของเขาโดยใช้ข้อมูลที่รวบรวมได้จากผู้ค้าขนาดกลางและเล็ก 286 รายในตลาดท่องเที่ยวกลางคืนที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างๆของไต้หวัน การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคมที่ยืนยันส่งผลต่อจัดการความรู้และส่งผ่านผลนั้นไปสู่คุณลักษณะผู้ประกอบการในเชิงบวก และการประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกัน นอกจากนี้เขายังแสดงให้เห็นว่าทุนทางสังคมส่งผลในทางบวกโดยตรงกับคุณลักษณะผู้ประกอบการแต่หากผ่านการจัดการความรู้ จะมีผลกระทบของอิทธิพลที่สูงขึ้นมากกว่า ดังนั้นจึงมีสมมติฐานที่นำเสนอคือ (Liu and Lee, 2015)

สมมติฐานที่ 1: ทุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ



ภาพที่ 1 สมมติฐาน H1

ตารางที่ 9 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ทูทางสังคมที่มีสัมพันธ์กับ คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย					รวม
		Mark T. Schenkel, Gary Garrison 2009	Kai-Ping Huang • Karen Yuan Wang 2011	Chih-Hsing Liua, Tingko Lee 2015	Chao Miao, Joseph E. Coombs, Shanshan Qian , David G. Sirmon, 2017	Job Rodrigo-Alarco, et al., 2018	
ทุนทางสังคม (Social Capital)	Structural capital	-	✓	✓	✓	✓	4
	Relational capital	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Cognitive capital	✓	✓	✓	✓	✓	5
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	Autonomy	✓	✓			✓	3
	Innovativeness	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Risk taking	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Proactiveness	✓	✓		✓	✓	4
	Competitive aggressiveness	✓	✓			✓	3
รวม		7	8	5	6	8	

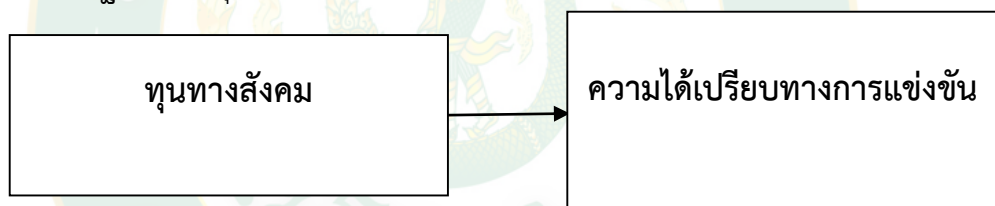
2. ทูทางสังคมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การศึกษาของ Guo (2007) เรื่อง “Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage” เสนอว่าความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนขึ้นอยู่กับความอดทน ความสามารถในการเลียนแบบ การมีความสามารถเชิงกลยุทธ์ขององค์กร และการมีทุนความสัมพันธ์ของกลุ่มคนในองค์กร มีความใส่ใจกันเต็มที่ (Density) สร้างแรงจูงใจให้กัน ในองค์กรที่มีคนในองค์กรทักษะสูง จนเกิดเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากองค์กรมีทรัพยากรที่สำคัญไม่ซ้ำใครและไม่มีการจำกัดรูปแบบการทำงานตายตัวยืดหยุ่นสูงในองค์กรเป็นได้ภายใต้มิติความสัมพันธ์และมิติการรับรู้ของทุนทางสังคมของผู้คนภายในองค์กรทั้งที่ยังส่งผลไปยังความได้เปรียบทางการแข่งขันตามลำดับ และส่งผ่านไปทางทุนมนุษย์ขององค์กรอีกด้วย ทุนทางสังคมจึงมีความเกี่ยวพันโดยตรงกับทุนมนุษย์และต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน มิติการชี้วัดคือมิติการรับรู้และมิติความสัมพันธ์ของบุคคลและกลุ่มบุคคลภายในองค์กร งานวิจัยของ Hitt et al. (2001) เรื่อง “Direct and moderating effects of

human capital on strategy and performance in professional service firms: a resource based perspective” บริษัท ที่มีทักษะและความรู้ความสามารถของคนในองค์กร และมีทุนมนุษย์ที่สูงขึ้นและมีโอกาสสร้างความรู้ให้มากขึ้น โดยมีทุนทางสังคมด้าน มิติโครงสร้างภายในที่สามารถเชื่อมต่อความรู้ระหว่าง บุคคลและกลุ่มบุคคล รวมถึงเป็นโครงสร้างที่เอื้อต่อมิติการรับรู้ ของหน่วยย่อยภายในองค์กรธุรกิจ จะมีผลของอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเฉพาะการตัดสินใจ ที่ถูกต้องด้านต้นทุนและมีการแข่งขันที่ได้เปรียบด้านต้นทุน มีนวัตกรรมที่แตกต่างและมีเทคโนโลยี ของตัวเองอีกด้วย

ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนจะพิจารณาจากความแข็งแกร่งของทุนทางสังคม นี่เป็นเหตุผลที่สมเหตุสมผลเนื่องจากทุนทางสังคมเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นจริงและเป็นไปได้ที่ความสัมพันธ์ทางเครือข่ายที่มีความเคารพซึ่งกันและกันได้เป็นผลในทางบวกกับความได้เปรียบในการแข่งขันในด้านการร่วมกัน (Market response) (Ferdinand, 1998) จากการวิจัยเรื่อง “Strategic Pats ways Toward Sustainable Competitive Advantage” ดังนั้นจึงสมมติฐานที่น่าเสนอคือ

สมมติฐานที่ 2: ทุนทางสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน



ภาพที่ 2 สมมติฐาน H2

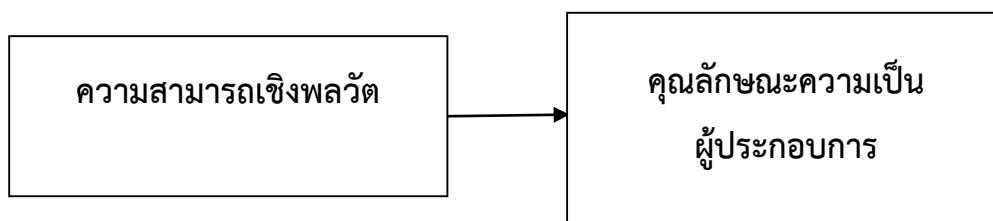
ตารางที่ 10 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ทูทางสังคมที่มีสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย			รวม
		Muhammad Mohtsham Saeed, Faria Arshad 2012	Widodo, Indonesia 2015	Min-Yueh Chuang, Chih-Jou Chen, Ming-ji James Lin 2016	
ทูทางสังคม	Shared norms and Values	✓			1
	Mutual trust	✓			1
	Aggregate of resources embedded within,			✓	1
	Available through			✓	1
	Derived from network relationships			✓	1
	Quantity networking		✓		1
	Confidence with partners		✓		1
ความได้เปรียบใน การแข่งขัน	Organizational Financial Performance,	✓			1
	Perceived organizational performance	✓			1
	Sustainable competitive advantage		✓		1
	The quality networking			✓	1
	Operates in a more efficient than its competitors			✓	1
	Higher quality manner than its competitors			✓	1
	รวม		4	3	6

3. ความสามารถเชิงพลวัตกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

จากการวิจัยของ Ruiz-Ortega et al. (2017) เรื่อง “How does the closure of interorganizational relationships affect entrepreneurial orientation” ตรวจสอบพบผลของตัวแปรชั้นกลาง ความสามารถเชิงพลวัตมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับตัวแปรต้นคือการปิดและเปิดของความสัมพันธ์ในองค์กร และมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกผ่านไปยังตัวแปรตามคุณลักษณะผู้ประกอบการ (Ruiz-Ortega et al., 2017) โดยผลการการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรชั้นกลางความสามารถเชิงพลวัตผลต่อคุณลักษณะผู้ประกอบการเกิดขึ้น 3 ด้านได้แก่ การทำงานเชิงรุก (Proactiveness), ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy), และ ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Risk taking) Rodrigo-Alarcón et al. (2017) และในงานวิจัยเรื่อง “Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management” ของ Liu and Lee (2015) กล่าวว่าความสำคัญของการจัดการความรู้ ความสามารถเชิงพลวัต และทุนทางสังคมของการคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการแสดงให้เห็นว่าการสะสมความสามารถเชิงพลวัตจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการความรู้และสัมพันธ์องค์กร และทำให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น ที่สำคัญของความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) เป็นตัวกลางระหว่างการจัดการความรู้ อิทธิพลและเป็นประโยชน์ต่อการคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในผู้ค้าปลีกรายย่อยในด้านการมีนวัตกรรม (Innovativeness) และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jantunen et al. (2005) ที่ว่า ความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) ของบริษัทในกรณีปรับโครงสร้างสินทรัพย์ใหม่ มีความสัมพันธ์อย่างอ่อนโยนกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ 3 ด้าน ได้แก่ การทำงานเชิงรุก (Proactiveness), การมีนวัตกรรม (Innovativeness), การเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking), ตามลำดับ เป็นปัจจัยทั้งทางตรงและทางอ้อมในบริบทของกลุ่มตัวอย่างบริษัทระหว่างประเทศ ดังนั้นจึงมีสมมติฐานที่น่าเสนอคือ

สมมติฐานที่ 3: ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ



ภาพที่ 3 สมมติฐาน H3

ตารางที่ 11 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัตกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย			รวม
		Chih-Hsing Liu, Tingko Lee 2015	Jantunen, Puumalainen, Saarenketo, and Kyläheiko (2005)	Job Rodrigo-Alarco, et al., 2018	
ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)	Adaptive Capability		✓	✓	2
	Absorptive Capability			✓	1
	Innovative Capability	✓		✓	2
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	Autonomy	✓		✓	2
	Innovativeness	✓	✓	✓	3
	Risk taking	✓	✓	✓	3
	Proactiveness	✓	✓	✓	3
	Competitive aggressiveness	✓		✓	2
	รวม	6	4	8	

4. ความสามารถเชิงพลวัตกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

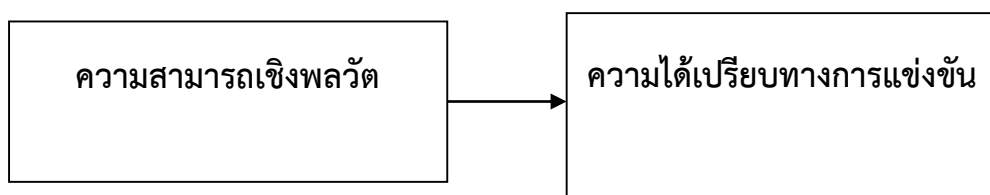
ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลที่จะส่งผลต่อการ ขยายขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กร อันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งและสามารถที่จะสร้างความสำเร็จได้ในระยะ ยาวต่อกิจการได้ (Jiao et al., 2010) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Johannessen and Olsen (2003) เสนอเอาไว้ว่าการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของกิจการให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นเป็นสิ่งสำคัญมาก และสิ่งที่จะส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดขึ้นและก่อให้เกิดความสามารถทางกลยุทธ์ของกิจการคือความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถในการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) และความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) เป็นที่มาซึ่งแนวคิดในการดำเนินธุรกิจทั้งผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการบริการใหม่ ๆ ข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญต่าง ๆ ภายในองค์กรต้องมีความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้เป็นตัวกำกับ ถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะสร้างให้เกิดโอกาสให้กับกิจการ (Li and Liu, 2014) การเรียนรู้ของกิจการสร้างให้ เกิดการปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อสภาวะทาง การตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อที่จะสร้างโอกาสซึ่งเป็นมิติหนึ่งของความสามารถเชิงพลวัตจะทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ ทักษะความสามารถใหม่ ๆ มีเทคนิคใหม่ ๆ กระบวนการ

ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและความต้องการของ ลูกค้า (Protopogerou et al., 2011)

ซึ่งความสามารถเชิงพลวัตส่งผลต่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขันในแง่ของการ ตอบสนอง ความต้องการลูกค้า ด้านการสร้างความแตกต่างและทางด้านต้นทุน ครอบคลุมสามด้าน วัตถุประสงค์จากการเกิดขึ้นของนวัตกรรมใหม่ ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้า และกระบวนการในการทำงานใหม่ที่เป็นตัวแปร ภายในสิ่งที่มีผลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Michailova and Zhan, 2015) Deeds et al. (2000) เห็นว่า ความสามารถเชิงพลวัตที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพของขีดความสามารถให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นมีความสัมพันธ์อย่างกับจำนวนสินค้าและนวัตกรรมของบริษัทที่ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง Griffith et al. (2006) พบว่าความการที่องค์กรมีองค์ประกอบต่างๆของความสามารถเชิงพลวัตเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นและส่งผลไปยังความสำเร็จทางธุรกิจของกิจการ งานวิจัยของ Simon et al. (2015) ได้แสดงให้เห็นว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตที่สร้างความสำเร็จทั้งทางด้านที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินให้กับกิจการ ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นองค์กรธุรกิจจะ ประสบความสำเร็จได้นั้นจึงต้องอาศัยความสามารถเชิงพลวัตเพื่อทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน และองค์ความรู้ภายใต้บริบทความสามารถเชิงพลวัตมาปรับปรุงทรัพยากรและความสามารถในการดำเนินงานของกิจการ (กรธวัฒน์ สกลคฤหเดช และคณะ, 2559)

และจากงานวิจัยเรื่อง “Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China” ความสามารถเชิงพลวัตเป็นหนึ่งในกุญแจสำคัญในการค้นหาความได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการเชิงกลยุทธ์. แต่ยังคงมีการอภิปรายเกี่ยวกับความหมายและผลกระทบของความสามารถเชิงพลวัตและบทบาทของพลวัตด้านสิ่งแวดล้อมภายใน ในบริบทของประเทศเศรษฐกิจใหม่ที่จีนมีเนื่องจากกระบวนการยุทธศาสตร์ มุมมองการศึกษานี้กำหนดความสามารถเชิงพลวัตเป็นศักยภาพของบริษัท ในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบซึ่งเกิดขึ้นจากแนวโน้มในมิติการรับรู้ด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) ถึงโอกาสและความเสี่ยงในการตัดสินใจอย่างทันท่วงทีและการดำเนินการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้มั่นใจในทิศทางที่ถูกต้องและสำรวจความ เป็นผลมาจากความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตและความได้เปรียบในการแข่งขัน (Li and Liu, 2014) ดังนั้นจึงมีสมมติฐานที่น่าเสนอคือ

สมมติฐานที่ 4: ความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน



ภาพที่ 4 สมมติฐาน H4

ตารางที่ 12 แสดงการใช้ตัวชี้วัด ความสามารถเชิงพลวัตกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย			รวม
		Köseoglu et al., (2013)	Wu and Chen (2012)	Liu (2017)	
ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)	Adaptive Capability	✓	✓	✓	3
	Absorptive Capability	✓	✓	✓	3
	Innovative Capability	✓	✓	✓	3
ความได้เปรียบในการ แข่งขัน (Competitive advantage)	Cost leadership Advantage	✓	✓	✓	3
	Differentiated Advantage	✓	✓	✓	3
	Speed of Market response		✓	✓	2
	รวม	5	6	6	

5. คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขัน

จากผลการศึกษาเรื่อง “Linking entrepreneurial orientation and small service firm performance through marketing resources and marketing capability A moderated mediation model” ของ Sok et al. (2017) พบว่าแหล่งข้อมูลด้านการตลาดมีผลต่อผลกระทบทางอ้อมต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผ่านอิทธิพลนั้นต่อไปยังความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจขององค์กร ทำให้ประสิทธิภาพในการแข่งขันของบริษัทดีขึ้น ผลการวิจัยที่สนับสนุนว่าการปรับตัวของความสามารถทางการตอบสนองการตลาดและทรัพยากรด้านการตลาดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในรูปแบบ

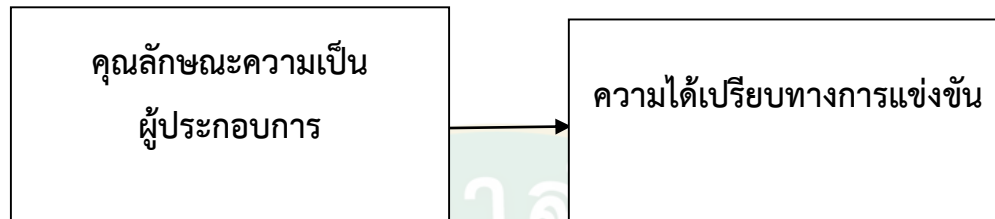
ตัวกลาง แสดงให้เห็นว่าการที่คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลมาให้ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของบริษัทประเภทสถานบริการรายย่อยสูงมากขึ้น คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการสามารถทำได้โดยการพิจารณาร่วมกับโครงสร้างระดับอื่น ๆ เช่น ความสามารถทางการตลาดและทรัพยากรการตลาด เป็นต้น

และจากในงานวิจัย “Entrepreneurial Orientation and Business Performance of Women-Owned Small and Medium Enterprises in Malaysia: Competitive Advantage as a Mediator” Mahmood and Hanafi (2013) มีข้อค้นพบจากการศึกษาครั้งนี้ยืนยันได้ว่าทิศทางคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการส่งผลดีต่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพของธุรกิจBusiness ที่มีเป็นเจ้าของเป็นผู้หญิง สอดคล้ององค์กับการศึกษาก่อนหน้านี้ว่าบริษัทที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จะมีแนวโน้มที่จะมีความเต็มใจที่จะเสี่ยงและแสวงหานวัตกรรมเป็นองค์ประกอบของการสร้างความสามารถทางการแข่งขันด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) ของตนเองและการมีดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเชิงรุกมากขึ้น จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพของความสามารถทางการแข่งขันด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) จากงานวิจัยของ Ahl (2006) และงานของ Zimmerman and Brouthers (2012) แสดงให้เห็นว่าบริษัทและเจ้าของหรือผู้จัดการเป็นผู้หญิงอาจได้รับประโยชน์จากความพยายามที่จะเพิ่มระดับของคุณลักษณะผู้ประกอบการประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Risk taking) เพื่อให้สามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ซับซ้อนซึ่งเป็นลักษณะของวงจรโลกาภิวัตน์และการพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง การวางแผนทางตามผู้คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ จึงเป็นกลไกในการอยู่รอดและความสำเร็จในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของ Business ที่มีเจ้าของเป็นผู้หญิง

อีกทั้งในงานวิจัยเรื่อง “Entrepreneurial orientation and competitive advantage: The mediation of resource value and rareness” โดย Lee and Chu (2011) ได้นำเสนอผลงานวิจัยว่าการศึกษานี้ของเขาจะตรวจสอบว่าแนวการวางแผนคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ กับลักษณะทรัพยากรที่องค์กรมีและความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท มีความสัมพันธ์กัน เขาเชื่อว่าทรัพยากรหมายถึงมีคุณค่าและหายากของกิจการการมีนวัตกรรม (Innovativeness) ร่วมกันกับความสามารถในการใช้ทรัพยากรจะเป็นตัวกลางสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ กับความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท จากข้อมูลที่เขารวบรวมจาก 201 บริษัทมหาชนในไต้หวันผลลัพธ์ทางสถิติแสดงให้เห็นว่า บริษัทที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ที่แข็งแกร่งจะใช้ประโยชน์จากการรวมทรัพยากรที่มีคุณค่าและหายากได้อย่างเหมาะสมกว่า และการมีคุณค่าและหายากของของทรัพยากรร่วมกับเป็นตัวแปรส่งผ่านในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการกับความได้เปรียบในการแข่งขันของ บริษัท ซึ่งสนับสนุนมุมมองว่า

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้านทรัพยากรของผู้ประกอบการ ดังนั้นจึงมีสมมติฐานที่นำเสนอคือ

สมมติฐานที่ 5: คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน



ภาพที่ 5 สมมติฐาน H5

ตารางที่ 13 ตัวชี้วัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) กับความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA)

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย						รวม
		Tingko Lee, Wenyi Chu, Taiwan 2011	Rosli Mahmood, Norshafizah Hanafi, Malaysia 2013	Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon Sukkabot, Meta Sateeraroj, 2014	Geoffrey Gitau, Elegwa Mukulu, John Kihoro 2016	Wu and Chen, 2012, Liu, 2017		
ความได้เปรียบในการแข่งขัน	Product offers unique benefits					✓	1	
(Competitive advantage)	Superior quality		✓	✓		✓	3	
	Differentiated Advantage		✓	✓		✓	3	
	More Advanced over competitors		✓			✓	2	
	Cost leadership	✓				✓	2	
	Differentiation	✓				✓	2	
	Focus	✓		✓		✓	3	

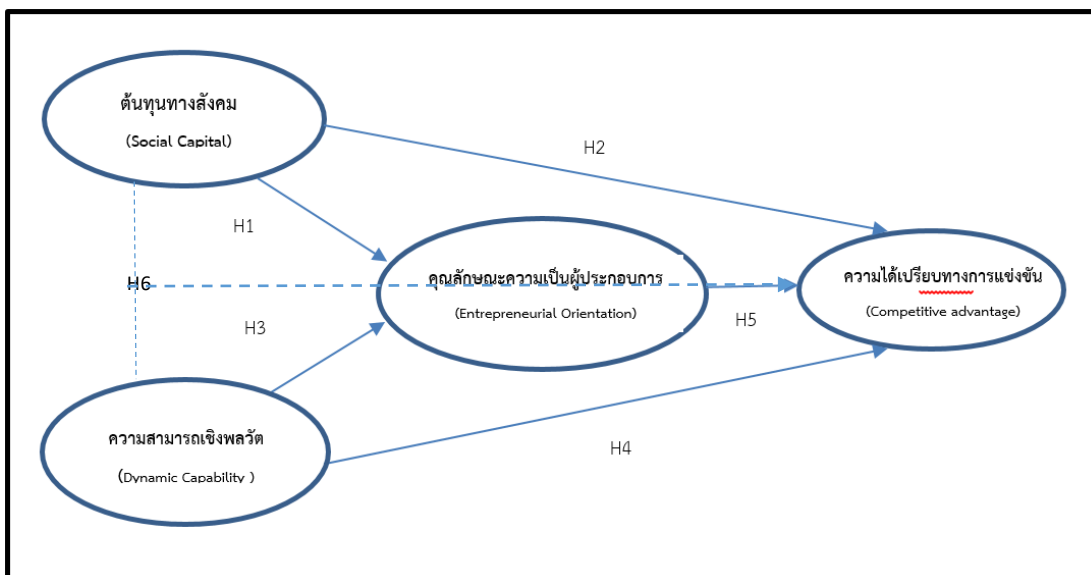
ตารางที่ 13 (ต่อ)

ปัจจัยชี้วัด	ตัวแปรสังเกต	ผู้วิจัย					รวม
		Tingko Lee, Wenyi Chu, Taiwan 2011	Rosl Mahmood, Norshafizah Hanafi, Malaysia 2013	Thongvanh Sirivanh, Sasiwemon Sakkabot, Meta Sateeraroj, 2014	Geoffrey Gitau, Elegwa Mukulu, John Kihoro 2016	Wu and Chen, 2012, Liu, 2017	
คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	Autonomy					✓	1
	Innovativeness	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Risk taking	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Proactiveness	✓	✓	✓	✓	✓	5
	Competitive aggressiveness					✓	1
รวม		6	6	6	6	6	9

จากการสืบค้นวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นทำให้พบว่ามีความสัมพันธ์เชิงอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variable) 2 ตัวได้แก่ทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต ตัวได้แก่ว่ามีอิทธิพลทางตรงทั้งกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบในการแข่งขัน ในฐานะตัวแปรตาม (Dependent Variable) แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีงานวิจัยใดเสนอตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางหรือตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable) ที่ส่งอิทธิพลทางอ้อมไปยังการมีความสามารถทางการแข่งขันในทางธุรกิจ จากช่องว่างในเชิงวิชาการที่เกิดขึ้นดังกล่าวทางผู้วิจัยจึงได้นำมาตั้งเป็นสมมติฐานดังต่อไปนี้เพื่อทำการศึกษาต่อไป

สมมติฐานที่ 6: ทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัต มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านทางคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย
(Conceptual Framework)



ภาพที่ 6 สมมติฐาน H6



บทที่ 3 วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย โดยมีกระบวนการวิจัยเป็นแบบหลังปฏิฐานนิยม ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณ มียุทธศาสตร์การวิจัยด้วยกระบวนการการสำรวจข้อมูลเชิงประจักษ์ ยึดถือระเบียบวิธีการวิจัยตามกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย เนื้อหาในบทนี้จะกล่าวถึงวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีรายละเอียดเพื่อแสดง ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความตรงและความเชื่อมั่น ภายใต้กรอบจริยธรรมในการทำงานวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีวิธีการศึกษาวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษา แหล่งข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) มีการดำเนินการวิจัยตามหัวข้อ ดังนี้

1. วิธีการศึกษาวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เน้นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง ธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยที่ขอเข้าร่วมโครงการสนับสนุนเงินทุนพัฒนาธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น กับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปองค์กรและปัจจัย ทูทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบ

ทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วทำการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model) เพื่อการตรวจสอบตัวแบบที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ว่ามีความสอดคล้องกันหรือไม่ และใช้การวิเคราะห์เส้นทาง ในการตรวจสอบอิทธิพลทางตรงและทางอ้อม การนำเสนอผลของการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์เพื่ออธิบายหรือบรรยายสรุปลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Modeling) เพื่อเปรียบเทียบ และประมาณค่าความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ โดยคำนึงถึงความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ที่ต้องการจะทดสอบกรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษาพัฒนานวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และได้รับทุนสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2561 จำนวนทั้งสิ้น 1,100 ราย ข้อมูลจากสถิติรายงานประจำปี พ.ศ.2563 ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้กฎ (Rule of Thumb) ซึ่ง เป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ซึ่งมีตัวแปรสองตัวขึ้นไปคือใช้ จำนวน 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกต (Kline, 2011) ในการวิจัยครั้งนี้ มีตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปร ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกขนาดตัวอย่างจำนวน 20 เท่าของตัวแปร จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมคืออย่างน้อยจำนวน 320 ตัวอย่าง ทำการกระจายแบบสอบถามทั้งสิ้น 750 ฉบับมีจำนวนการตอบกลับ 370 ฉบับ คิดเป็นอัตราร้อยละ 56.92 และทำการคัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ด้วยวิธี Data Cleaning แล้วมีแบบสอบถามที่สามารถใช้ในการวิเคราะห์ได้มีจำนวนทั้งสิ้น 350 ชุดเพื่อให้มีการทดสอบความสอดคล้องของสมการโครงสร้างและมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างจาก 320 เป็น 350 ตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ ไม่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non-Probability sampling) การวางแผนการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้น (Multi-Stage Sampling) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนโดยการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มี 2 ขั้นตอนด้วยกันได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากการตัดสินใจของผู้วิจัย ลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงกลุ่มตัวอย่าง ต้องเป็นผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษาพัฒนานวัตกรรมเพื่อรับทุนสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้รับทุนสนับสนุนเท่านั้นและจะต้องเข้าร่วมโครงการมาอย่างน้อยเป็นเวลา 3 ปีเพื่อจะได้ทราบแนวโน้มของการดำเนินกิจการ กลุ่มตัวอย่างที่เป็นวิสาหกิจเริ่มต้นที่มีสัดส่วนน้อยมีการเน้นให้มีจำนวนการเก็บแบบสอบถามให้ได้มากที่สุด โดยสามารถเก็บแบบสอบถามได้ถึงร้อยละ 62 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในนวัตกรรมในการดำเนินกิจการทั้งหมดตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่ตั้งไว้ข้างต้น

ขั้นตอนที่ 2 การสุ่มเลือกตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยพิจารณาในแง่ของความสะดวก ง่ายต่อการศึกษา โดยใช้วิธีส่งแบบสอบถามผ่านเจ้าหน้าที่ผู้ประสานงานโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ที่ออกติดตามผลการประเมินผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ โดยผู้ประสานงานโครงการที่เข้าไปทำการติดตามผลการดำเนินงานจะเป็นผู้แจกแบบสอบถามและอธิบายถึงขั้นตอนในการตอบแบบสอบถามโดยละเอียดช่วยหากกลุ่มตัวอย่างมีความสงสัยในข้อคำถามก็สามารถที่จะขอคำแนะนำกับผู้แบบสอบถามได้ ทั้งนี้ผู้แจกแบบสอบถามทุกท่านได้มีการเตรียมการสร้างความเข้าใจร่วมกันเบื้องต้นกับผู้วิจัยถึงจุดเน้น หรือจุดที่อาจเกิดปัญหาหระหว่างเก็บข้อมูลไว้แล้ว (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2542)

ตารางที่ 14 จำนวนกลุ่มตามปีที่เข้าร่วมโครงการ

ปีที่เข้าร่วมโครงการ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
2559	350	69
2560	327	82
2561	432	199
รวม	1,700	350

ที่มา: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2561)

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

เครื่องมือรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วนประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายปิดแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ที่สามารถเลือกตอบได้เพียงคำตอบเดียว จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ประสบการณ์การทำงานก่อนที่จะประกอบกิจการ ลักษณะการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามจากงานที่เกี่ยวข้องของ Lumpkin and Dess (1996), และแบบสอบถามจากงานวิจัยของ Rodrigo-Alarcón et al. (2017) โดยมุ่งตัวบ่งชี้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy), ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness), การทำงานเชิงรุก (Proactiveness), การมีนวัตกรรม (Innovativeness), และการเผชิญกับความเสี่ยง (Risk taking) จำนวน 22 ข้อคำถาม เป็นลักษณะ แบบสอบถามให้คะแนนรวม (Rating scale method)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับทุนทางสังคม (Social Capital) มีตัวชี้วัดได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ความไว้วางใจ (Trust) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) Putnam (2000) จำนวน 18 ข้อ เป็นลักษณะ แบบสอบถามให้คะแนนรวม (Rating scale method)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัต โดยแบ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) และความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามจากงานที่เกี่ยวข้องของ Teece (2007) และของ Rodrigo-Alarcón et al. (2017) จำนวน 22 ข้อ เป็นลักษณะ แบบสอบถามให้คะแนนรวม

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสอบถามจากงานที่เกี่ยวข้องของ Liu (2017), Porter (1980) และ Wu and Chen (2012) มีตัวชี้วัดได้แก่ 1) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost Efficiency) 2) Differentiation ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ 3) ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองความ

ต้องการการตอบสนองต่อตลาด (Speed of response to Market) จำนวน 7 ข้อ เป็นลักษณะแบบสอบถามให้คะแนนรวม (Rating scale method)

ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของปัจจัย ทูทางสังคมความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย จากนั้นนำมากำหนดนิยามคำศัพท์ปฏิบัติการ กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 การแปลแบบวัดจากต้นฉบับภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทย (forward translation) โดยผู้วิจัยเริ่มต้นโดยส่งไปให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยที่มีความแตกต่างกันในด้านภูมิหลัง ท่านที่ 1 มีความรู้ความเข้าใจด้านนิเทศศาสตร์(วารสารศาสตร์) และภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และท่านที่ 2 เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านสาขาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ จากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำเอกสารของทั้งสองมาประมวลผลการแปลเป็นข้อคำถามเพียง 1 ชุดโดยประชุมร่วมกันกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 2 ท่านจนได้ข้อสรุปพร้อมกัน

ขั้นตอนที่ 3 การแปลย้อนกลับ (backward translation) ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาแปลกลับเป็นภาษาอังกฤษโดยผู้เชี่ยวชาญชาวต่างชาติ 1 ท่านที่ไม่เคยเห็นแบบสอบถามนี้มาก่อน และไม่มีภูมิหลังทางด้านสังคมศาสตร์และบริหารธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อลดความลำเอียงของข้อมูล และเป็นการตรวจสอบเนื้อหาในแต่ละหัวข้อให้เหมือนกับต้นฉบับ (Validity checking) (Brislin, 1970) ในขั้นตอนนี้ผู้ทำการแปลย้อนกลับท่านหนึ่งเป็นเป็นอาจารย์ประจำศูนย์ภาษา หลักสูตรภาษาอังกฤษ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 4 เปรียบเทียบเครื่องมือวิจัยชุดต้นฉบับภาษาอังกฤษกับชุดที่แปลย้อนกลับจากภาษาไทย (Comparison of the original version and the back-translated version) โดยอาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาความถูกต้องของภาษาและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา ได้มีการตัดข้อคำถามที่มีความซ้ำซ้อนกัน รวมถึงข้อคำถามที่มีการสื่อความหมายเพื่อแปลเป็นภาษาไทยแล้วไม่สามารถจำแนกคิดเห็นของกลุ่มตัวได้ และทำการแก้ไขบางคำในข้อความเพื่อให้สื่อความหมายอย่างถูกต้องเมื่อคืนให้เป็นไปตามบริบทของทฤษฎีที่ได้ทำการทบทวนมา

ขั้นตอนที่ 5 นำเครื่องมือวิจัยไปตรวจสอบเพื่อหาความตรงตามเนื้อหา (Content validity) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจงเพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) มีเกณฑ์ในการพิจารณาจากจาก ความเชี่ยวชาญ ผลงานวิจัย ผลงานทางวิชาการ ตลอดจนตำแหน่งงาน ทั้งในอดีตและปัจจุบัน จำนวน 6 ท่าน

เมื่อผู้ทรงคุณวุฒิแต่ละท่านให้คะแนนความคิดเห็นของแบบสอบถามในแต่ละข้อแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาคำนวณโดยการหาค่า Content validity Index (CVI) (Polit and Beck, 2008) มีสูตร ดังนี้

$$CVI = \frac{\text{จำนวนข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญทุกคนให้ความคิดเห็นในระดับ 3 และ 4}}{\text{จำนวนข้อคำถามทั้งหมด}}$$

ค่า CVI ที่ได้เท่ากับ .8 ซึ่งเป็นค่า CVI ที่ยอมรับได้ ส่วนข้อคำถามที่ผู้ทรงคุณวุฒิให้คะแนนต่ำกว่า 3 คะแนน ผู้วิจัยได้นำมาปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อทำการตัดออกหรือปรับแก้เนื้อหาให้เหมาะสมและความถูกต้องตามทฤษฎี

ตารางที่ 15 แสดงค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

ตัวแปรแฝงรายด้าน	ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ		
	ค่าเฉลี่ย I-CVI	ค่าเฉลี่ยสัดส่วน ความเห็นฯ	ค่าสัดส่วนผลรวม ของคำตอบ
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ(Entrepreneurial Orientation)	0.97	0.97	0.97
ทุนทางสังคม (Social Capital)	0.97	0.96	0.96
ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)	0.98	0.96	0.96
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)	0.92	0.90	0.94
ค่าเฉลี่ยรวมตัวแปรแฝง 4 ด้าน	0.960	0.965	0.973

ขั้นตอนที่ 6 การหาความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา มาทดลองใช้กับผู้ประกอบการที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จังหวัดเชียงใหม่และลำปาง เพื่อนำข้อมูลมาทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha (Cronbach, 1990) ได้ค่าความน่าเชื่อถือไม่น้อยกว่า 0.60 ถือว่ายอมรับได้โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient; α) ซึ่งการประเมินความน่าเชื่อถือ โดยสัมประสิทธิ์แอลฟาได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงสัมประสิทธิ์แอลฟา (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2541) ดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) การแปลความหมายระดับความเที่ยง มากกว่า .90 น่าเชื่อถือดีมาก, มากกว่า .80 น่าเชื่อถือดี, มากกว่า .70 น่าเชื่อถือพอใช้, มากกว่า .60 น่าเชื่อถือค่อนข้างพอใช้, มากกว่า .50 น่าเชื่อถือต่ำ น้อยกว่าหรือเท่ากับ .50 ความน่าเชื่อถือไม่สามารถรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) และสไตรเนอร์และนอร์

แมน เสนอแนะว่าข้อคำถามที่ดีควรมีค่าความสัมพันธ์ของคะแนนข้อคำถามรายกับแบบสอบถามทั้งหมด (Item – Total Correlation) > .20 เพื่อหลีกเลี่ยง Confounding (Streiner et al., 2015) แล้วนำผลคุณภาพของเครื่องมือที่ทดลองใช้หารือกับอาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแบบสอบถามและข้อคำถามก่อนนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 16 ทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	Cronbach's Alpha
ความเป็นอิสระในการบริหาร(Autonomy)	.726
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)	.750
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	.775
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	.802
การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking)	.774
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	.778

ตารางที่ 17 ทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นทุนทางสังคม

ทุนทางสังคม	Cronbach's Alpha
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction)	.845
ความไว้วางใจ (Trust)	.863
การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture)	.788
ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density)	.807
บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms)	.855
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นทุนทางสังคม	.679

ตารางที่ 18 ทำการทดสอบค่า Cornbrash's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น
ความสามารถเชิงพลวัต

ความสามารถเชิงพลวัต	Cronbach's Alpha
ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability)	.780
ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability)	.927
ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability)	.907
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นความสามารถเชิงพลวัต	.870

ตารางที่ 19 ทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นความ
ได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Cronbach's Alpha
ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Products Cost advantage)	.843
ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation)	.688
ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response)	.872
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.686

ตารางที่ 20 ทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือทั้งฉบับของแบบสอบถาม การวิจัย คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทูทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

ความน่าเชื่อถือ	Cronbach's Alpha
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	.778
ทุนทางสังคม	.679
ความสามารถเชิงพลวัต	.870
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.686
ค่าความน่าเชื่อถือทั้งฉบับ	.751

รายละเอียดการสร้างและข้อคำถามแบบวัดตัวแปรการวิจัยมีดังต่อไปนี้

ตัวแปรคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ

1. แบบวัดตัวแปรคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ของ Lumpkin and Dess (1996) นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างและบริบทการวิจัยประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 22 ข้อ เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)

การหาคุณภาพแบบวัดตัวแปร แบบวัดตัวแปรคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้และนำมาตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายใน ผลปรากฏว่า แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่น .776

ข้อคำถามในแบบวัดตัวแปร ดังนี้

1	2	3	4	5
ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด

โดยมีข้อคำถามวัดตัวแปรคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งสิ้น 22 ข้อคำถาม

Autonomy การมีอิสระในการบริหารงาน

1. บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการสร้างทีมงานที่มีความเป็นอิสระในการทำงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เช่น ทีมงานที่ไม่เป็นทางการ
2. บริษัทของท่านมีแนวทางในการประสานงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เมื่อนำแนวคิดกลุ่มงานที่เป็นอิสระมาใช้
3. บริษัทท่านมีความอดทนและความอดกลั้นที่เหมาะสม ต่อความคิดริเริ่มที่จะไม่น่าจะประสบความสำเร็จ ของกลุ่มงานอิสระ
4. บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่าที่จำเป็น เช่น การสร้างกลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน
5. บริษัทของท่านส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ระบบการให้รางวัล และกระบวนการทำงานเพื่อสนับสนุนแนวคิดสุดยอดผลิตภัณฑ์ขึ้น

Innovativeness ความมีนวัตกรรม

6. บริษัทของท่านส่งเสริม และกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยี การผลิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และนวัตกรรมทางการจัดการมาใช้
7. บริษัทของท่านได้มีการกระตุ้นให้มีการนำความคิดสร้างสรรค์ และการทดลองมาใช้ในการทำงาน
8. บริษัทของท่านมีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ มีการวิจัยและพัฒนา และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างเพียงพอ
9. นวัตกรรมของบริษัทท่านเป็นสิ่งที่ยากสำหรับคู่แข่งที่จะเลียนแบบสำเร็จ
10. บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจน
11. งบประมาณทางการลงทุนทางการวิจัยและพัฒนาจะถูกปรับลดลงเป็นอย่างแรกเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ

Proactiveness การทำงานเชิงรุก

12. บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง
13. บริษัทของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม

14. บริษัทของท่านได้ตระหนักถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เช่น สินค้าที่ล้ำสมัยมากอาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเนื่องจากความกังวลถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

15. บริษัทของท่านมีการใช้นโยบายการทำงานในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง

Competitive Aggressiveness ความก้าวร้าวในการแข่งขัน

16. หากเกิดภัยคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทของท่านจะมีการใช้นโยบายในการตอบโต้กับภัยคุกคามดังกล่าวอย่างดุเดือด

17. บริษัทของท่านเพิ่มความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันด้วยการใช้นโยบายการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง การลอกเลียนแบบวิธีการปฏิบัติงานของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือมีการใช้นโยบายออกสินค้าใหม่ตัดหน้าคู่แข่ง

18. บริษัทของท่านทราบว่าการใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างดุเดือดว่าจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม

Risk-taking การยอมรับความเสี่ยง

19. บริษัทของท่านส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมทั้งในทางด้านการดำเนินงาน การเงิน และระดับระดับบุคคล

20. บริษัทของท่านมีการวิจัย และประเมินปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลทำให้มีความเสี่ยงในการดำเนินงานลดลง

21. บริษัทของท่านมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยนำเทคนิคและวิธีการดำเนินงานที่ได้ผลกับองค์กรอื่นมาใช้

22. โดยรวมแล้วองค์กรของท่านมีการบริหารจัดการกับความเสี่ยงอย่างรอบคอบด้วยการดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของการมีข้อมูลที่เพียงพอ การวิจัย และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

ตัวแปรทุนทางสังคม

2. แบบวัดตัวแปรทุนทางสังคม ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดทุนทางสังคม ของ Putnam et al. (1993) นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่างและบริบทการวิจัย ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 18 ข้อ เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)

การหาคุณภาพแบบวัดตัวแปรทุนทางสังคม

แบบวัดตัวแปรทุนทางสังคม ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้และนำมาตรวจสอบคุณภาพด้วยการ
หาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายใน ผลปรากฏว่า แบบวัดทุนทางสังคม มีค่าความเชื่อมั่น .832
ข้อคำถามในแบบวัดตัวแปร ดังนี้

1	2	3	4	5
ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วยน้อย	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยมาก	เห็นด้วยมากที่สุด

โดยมีข้อคำถามวัดตัวแปรทุนทางสังคม ทั้งสิ้น 18 ข้อคำถาม

Social interaction ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

1. บริษัทของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างสม่ำเสมอ (ทั้งในทางธุรกิจและเป็นการส่วนตัว)
2. บริษัทของท่านมีความรู้จักกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) ในระดับปัจเจกบุคคล (เป็นการส่วนตัว)
3. บริษัทของท่านมีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า, พันธมิตร) อย่างใกล้ชิด

Trust ไว้วางใจ

4. บริษัทของท่านมีความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนบุคคลกับเครือข่ายทางธุรกิจของท่าน (นอกเหนือจากการทำธุรกิจ)
5. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกัน
6. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน
7. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน

Shared culture การแบ่งปันทางวัฒนธรรม

8. บริษัทในเครือข่ายทางธุรกิจของท่านมีแนวทางในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับบริษัทของท่าน
9. วัฒนธรรมองค์การ และรูปแบบการบริหารจัดการของบริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมองค์การ และแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทของท่าน

Density ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (the degree of compactness of a substance)

10. การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูลระหว่างผู้ติดต่อของเรามักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน
11. เครือข่ายทางธุรกิจ ของบริษัทของท่านส่วนมากมักจะรู้จักกัน

12. เครือข่ายทางธุรกิจ ที่คอยให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับบริษัทของท่านมักจะรู้จักมักคุ้นกัน

Shared norms บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน

13. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกัน

14. บริษัทท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและติดตามภารกิจในความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

15. บริษัทของท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกัน

16. บริษัทของท่านเข้าใจถึงกลยุทธ์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของเครือข่ายทางธุรกิจ

17. พนักงานของบริษัทของท่าน และพนักงานของบริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน

18. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับวิธีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีให้คงอยู่

ตัวแปรความสามารถเชิงพลวัต

3. แบบวัดตัวแปรความสามารถเชิงพลวัต ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดความสามารถเชิงพลวัต ของ Teece (2007) และ Rodrigo-Alarcón (2017) นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับบริบทที่ศึกษาวิจัยประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด (5 คะแนน) ถึงไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)

การหาคุณภาพแบบวัดตัวแปร

แบบวัดตัวแปรความสามารถเชิงพลวัต ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้และนำมาตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายใน ผลปรากฏว่า แบบวัดความสามารถเชิงพลวัต มีความเชื่อมั่น .893

ข้อคำถามในแบบวัดตัวแปร ดังนี้

1 2 3 4 5

ไม่เห็นด้วย เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก เห็นด้วยมากที่สุด

โดยมีข้อคำถามวัดตัวแปรความสามารถเชิงพลวัต ทั้งสิ้น 22 ข้อคำถาม

Adaptive capacity ความสามารถในการปรับตัว

1. พนักงานของท่านถูกกระตุ้นให้พัฒนาแนวทางใหม่ในการทำงานอยู่ตลอดเวลา
2. บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดได้อย่างรวดเร็ว
3. บริษัทของท่านมีการพัฒนาวิธีการดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายทางธุรกิจ

Absorptive capacity ความสามารถในการดูดซับ

4. การสืบค้นมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานถือเป็นภาระงานที่สำคัญที่ต้องทำในทุกวัน
5. ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม
6. ผู้บริหารบริษัทคาดหวังที่จะให้พนักงานสามารถที่จะจัดการกับมูลสารสนเทศที่อยู่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม
7. บริษัทของท่านมีการสื่อสารข้ามแผนกงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ
8. ผู้บริหารบริษัทของท่านให้การสนับสนุนการทำงานข้ามสายงานเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
9. บริษัทของท่านมีการถ่ายทอด มูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อแผนกใดแผนกหนึ่งได้รับข้อมูลที่มีความสำคัญก็จะมีการถ่ายทอดกันภายในแผนกอย่างรวดเร็ว
10. ผู้บริหารบริษัทของท่านมักจะมีการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนใหม่ ๆ
11. พนักงานของบริษัทท่านความสามารถในการจัดการมูลสารสนเทศและนำไปใช้ได้เหมาะสม
12. พนักงานของบริษัทท่านสามารถเรียนรู้และดูดซับความรู้ใหม่ เพื่อใช้เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน
13. พนักงานของบริษัทท่านมีความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่ให้เข้ากับข้อมูลใหม่ ๆ
14. พนักงานของบริษัทท่านสามารถใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำงาน
15. ผู้บริหารบริษัทของท่านสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
16. บริษัทของท่านตระหนักถึงเทคโนโลยีและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่ๆอย่างสม่ำเสมอ
17. บริษัทของท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

Innovative capacity สมรรถนะทางนวัตกรรม

18. บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการมีนวัตกรรม
19. บริษัทของท่านใช้ความรู้จากหลายแหล่งเพื่อใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
20. บริษัทของท่านมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการทำงานใหม่ ๆ จากการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว
21. พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การมีนวัตกรรมหรือสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน
22. บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ จากลูกค้า ซัพพลายเออร์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แบบวัดตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้วิจัยได้ปรับมาจากเครื่องมือวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามแนวคิด Liu (2017), Porter (1980) และ Wu and Chen (2012) นำมาแปลและปรับใช้ให้มีความสอดคล้องกับบริบทที่ศึกษาวิจัยประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 7 ข้อ เป็นมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ เห็นด้วยมากที่สุด(5 คะแนน) ถึงไม่เห็นด้วย (1 คะแนน)

การหาคุณภาพแบบวัดตัวแปร

แบบวัดตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้วิจัยได้นำไปทดลองใช้และนำมาตรวจสอบคุณภาพด้วยการหาค่าความเชื่อมั่นแบบสอดคล้องภายใน ผลปรากฏว่า แบบวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าความเชื่อมั่น .786

ข้อคำถามในแบบวัดตัวแปร ดังนี้

1	2	3	4	5
ไม่เห็นด้วย				
เห็นด้วยน้อย				
เห็นด้วยปานกลาง				
เห็นด้วยมาก				
เห็นด้วยมากที่สุด				

โดยมีข้อคำถามวัดตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขันทั้งสิ้น 7 ข้อคำถาม

Product Cost Efficiency ความได้เปรียบด้านประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์

1. บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า/บริการในต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
2. บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาขายสินค้า/บริการที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเรา

Differentiation ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ

3. บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
4. บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ ๆ ที่มากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

Speed of Market response ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อ

ตลาด

5. บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง
6. บริษัทของท่านมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือบริการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
7. บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง

ทั้งนี้ผู้วิจัยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของ Likert เป็นมาตรวัดโดยมีการให้คะแนนแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับความคิดเห็น	คะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย	2
ไม่เห็นด้วย	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยแบ่งระดับความคิดเห็นทั้ง 5 ระดับ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

จากหลักเกณฑ์ดังกล่าวนำมากำหนดการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากการตอบข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41– 4.20	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย	4.41 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis : CFA) การดำเนินการในขั้นตอนนี้ได้ดำเนินการหลังจากที่ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงจากข้อมูลเชิงประจักษ์ จำนวน 350 คน เพื่อตรวจสอบความตรงของตัวแปรแฝงในแบบจำลองสมการโครงสร้างบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย จำนวน 4 ตัวแปร โดยใช้โปรแกรม SPSS AMOS ตรวจสอบว่าแบบจำลองการวัดตัวแปรแฝงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากข้อคำถามจำนวน 69 ข้อที่กลุ่มตัวอย่างตอบ แสดงว่าแบบจำลองการวัดยืนยันว่ามีความตรงภายในตัวแปรแฝงและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ตรวจสอบความตรงของแบบจำลอง ดังผลการวิเคราะห์ผลด้วยค่าสถิติและแบบจำลองสามารถจำลองการวัดตัวแปรแฝงแต่ละตัวได้จริง

การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์นี้เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลของตัวแปรสังเกตแต่ละตัวว่ามีการแจกแจงแบบปกติ ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมแบบสอบถามมาใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (SEM) ด้วยเทคนิควิธีการ Maximum Likelihood ด้วยโปรแกรม SPSS AMOS การตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรสังเกตโดยผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าความเบ้ของข้อมูล (Skewness) ความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) ทำให้สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรที่จะใช้ในการวิจัยทุกตัวมีการแจกแจงแบบปกติ โดยการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรเดียวใช้ตรวจสอบโดยพิจารณาค่าเบ้ของข้อมูล (Skewness) ความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) ร่วมกับการวิเคราะห์แผนภูมิ ซึ่งประกอบด้วย ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกต ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงของตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 4 องค์ประกอบ คือคุณลักษณะของการเป็น

ผู้ประกอบการ (EO) ทูทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดตัวแปรแฝงตามข้อตกลงทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาตามกรอบแนวคิดการวิจัย ความสำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบคือตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กันเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ระหว่างตัวแปรสังเกต ทำให้ได้ค่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ได้มาจากข้อคำถาม และการตรวจสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากหรือน้อย ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า คือ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และสถิติ Bartlett's test of sphericity เพื่อทดสอบว่าตัวแปรสังเกตทั้งหมดเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ เพื่อพิจารณาว่ามีความสัมพันธ์ของตัวแปรในโครงสร้างว่าอยู่ภายใต้ข้อตกลงเบื้องต้นตามหลักสถิติหรือไม่ เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นสำคัญต่อความถูกต้องการวิเคราะห์องค์ประกอบของแบบจำลอง การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลจะมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้สถิติ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) มีเกณฑ์พิจารณา ดังนี้

ค่า KMO	0.80 ขึ้นไป	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมากที่สุด
ค่า KMO	0.70 – 0.79	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบมาก
ค่า KMO	0.60 – 0.69	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบปานกลาง
ค่า KMO	0.50 – 0.59	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบน้อย
ค่า KMO	น้อยกว่า 0.50	ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบ

และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร โดยใช้สถิติ Bartlett's test of Sphericity มีสมมติฐาน ดังนี้

H_0 : ตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน

H_1 : ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน

การวิเคราะห์ Bartlett's test of Sphericity ถ้าพบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติจะยอมรับสมมติฐาน H_1 นั่น คือ ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ (สุภมาส อังคุโชติ และคณะ, 2551) วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบกลุ่มตัวแปรที่สัมพันธ์กันในแบบจำลองตามทฤษฎีที่ทำการศึกษา

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อการตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องของตัวแปรสังเกตที่สามารถวัดตัวแปรแฝงในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทุนทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ดังนี้

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

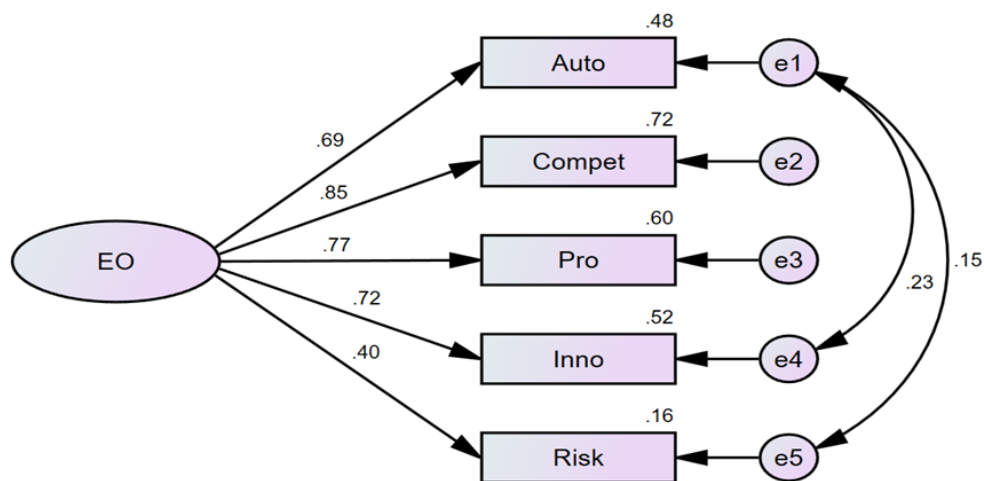
การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และ 5) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงระดับปานกลางระหว่าง 0.216 ถึง 0.647 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 664.183, df = 10, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.882 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

	Auto	Compet	Pro	Inno	Risk
Auto	1				
Compet	.582**	1			
Pro	.558**	.647**	1		
Inno	.603**	.625**	.550**	1	
Risk	.361**	.358**	.334**	.216**	1
\bar{X}	3.45	4.26	3.61	3.16	2.81
S.D.	1.05	0.75	1.03	1.05	1.05
Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 664.183, df = 10, p = 0.000, KMO = 0.882					

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = 7.629, df = 3, p = .054, CMIN/DF = 2.543, CFI = 0.993, GFI = 0.991, AGFI = 0.957, RMR = 0.024, แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) การความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 4) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) และ 5) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.77, 0.72, 0.69 และ 0.40 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ร้อยละ 72, 60, 52, 48 และ 16 ตามลำดับ ดังภาพที่ 7 และตารางที่ 22



Chi-square=7.629,df=3,p-value=.054,
Chi-square/df=2.543,CFI=.993,GFI=.991

ภาพที่ 7 แสดงแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Orientation)

ตารางที่ 22 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ(EO)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปล.คะแนนองค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Auto	0.768	-	-	0.59	0.17
Compet	0.850	0.065	13.18**	0.72	0.13
Pro	0.775	0.07	14.48**	0.60	0.18
Inno	0.719	-	-	0.52	0.45
Risk	0.485	0.08	8.504**	0.24	0.09

Chi-Square = 7.629, df = 4, p = 0.054, CFI = 0.993,
GFI = 0.991, AGFI = 0.957, RMR = 0.024

หมายเหตุ ** p < 0.01

ทวนทางสังคม (SC)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบทวนทางสังคม (SC) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ความไว้วางใจ (Trust) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) และ บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบของทวนทางสังคม พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงระดับปานกลาง 0.344 ถึง 0.607 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 668.902, df = 10, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.819 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 23

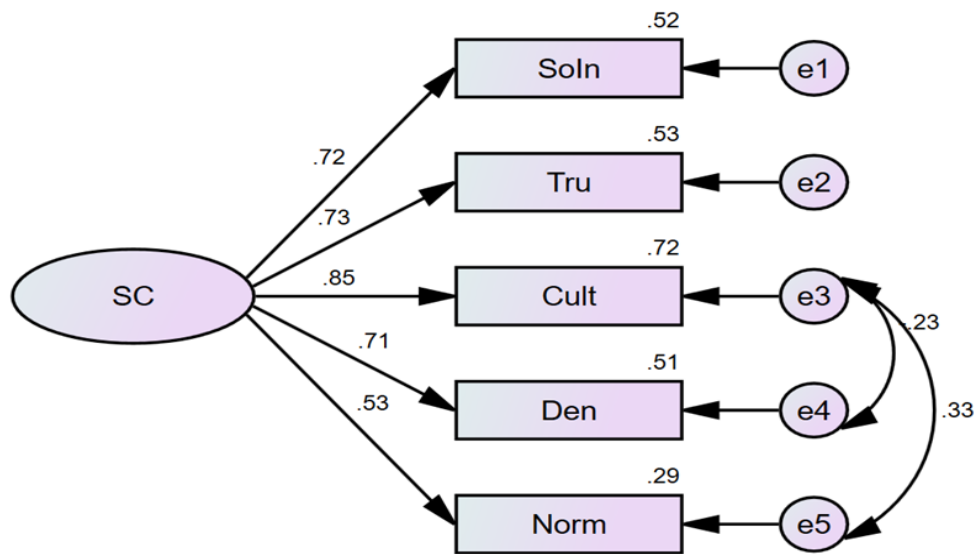
ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองทุนทางสังคม (SC)

	Soln	Tru	Cult	Den	Norm
Soln	1				
Tru	.533**	1			
Cult	.599**	.607**	1		
Den	.525**	.535**	.509**	1	
Norm	.424**	.373**	.608**	.344**	1
\bar{X}	3.52	3.62	3.57	3.58	3.36
S.D.	1.00	0.96	0.96	1.00	0.99

Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 668.902, df = 10, p = 0.000, KMO = 0.819

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = 4.823, df = 4, p = .306, CMIN/DF = 1.206, CFI = .999, GFI = .995, AGFI = .980, RMR = 0.016 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุนทางสังคม (SC) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ทุนทางสังคม (SC) ทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) 2) ความไว้วางใจ (Trust) 3) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) 4) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) และ 5) บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.73, 0.72, 0.71 และ 0.53 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ทุนทางสังคม (SC) ร้อยละ 73, 53, 52, 51, และ 29 ตามลำดับ ดังภาพที่ 8 และตารางที่ 24



Chi-square=4.823,df=4,p-value=.306,
Chi-square/df=1.206,CFI=.999,GFI=.995

ภาพที่ 8 แสดงแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)

ตารางที่ 24 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สป.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Soln	.720	.061	14.643**	.519	0.21
Tru	.731	.058	14.926**	.534	0.23
Cult	.850	-	-	.722	0.24
Den	.714	.070	12.744**	.510	0.16
Norm	.535	.060	10.825**	.286	0.03

Chi-Square = 4.823, df = 4, p = .306, CMIN/DF = 1.206, CFI = .999,

GFI = .995, AGFI = .980, RMR = .016

หมายเหตุ ** p < 0.01

ความสามารถเชิงพลวัต (DC)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัต (DC) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive capacity) สมรรถนะทางนวัตกรรม (Innovative capacity) และ ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive capacity) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบของความสามารถเชิงพลวัต (DC) พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับสูงระหว่าง 0.502 ถึง 0.685 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 345.624, df = 3, p = 0.000 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .680 เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง
ความสามารถเชิงพลวัต (DC)

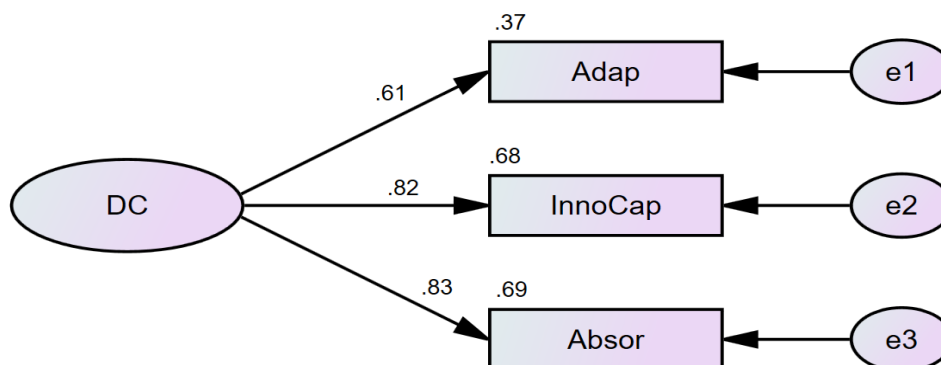
	Adap	InnoCap	Absor
Adap	1		
InnoCap	.502**	1	
Absor	.510**	0.685**	1
\bar{X}	3.36	3.32	4.11
S.D.	0.97	1.01	0.82

Bartlett's test of sphericity 345.624, df = 3, p = 0.000, KMO = 0.680

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = .001, df = 1, p = 0.970, CMIN/DF = .001, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 1.00, RMR = 0.001, แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความสามารถเชิงพลวัต (DC) พบว่าตัวแปรมีน้ำหนักในการบ่งชี้ว่าความสามารถเชิงพลวัตมี 3 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) ความสามารถในการดูดซับความรู้ 2) สมรรถนะทางนวัตกรรม และ 3) ความสามารถในการปรับตัว ตามลำดับ โดยมี

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83, 0.82 และ 0.61 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความสามารถเชิงพลวัต (DC) ร้อยละ 69, 68 และ 37 ตามลำดับ ดังภาพที่ 9 และตารางที่ 26



Chi-square=.001,df=1,p-value=.970,
Chi-square/df=.001,CFI=1.000,GFI=1.000

ภาพที่ 9 แสดงแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)

ตารางที่ 26 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Adap	.612	.063	11.389**	.375	.141
InnoCap	.822	.052	15.859**	.676	.350
Absor	.833	-	-	.694	.464

Chi-Square = .001, df = 1, p = .970 , CMIN/DF = 0.001 CFI = 1.00,
GFI = 1.00, AGFI = 1.00, RMR = .000

หมายเหตุ ** p < 0.01

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) ตามแนวคิด Liu (2017); Porter (1980) และ Wu and Chen (2012) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ทั้ง 3 องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับสูงระหว่าง 0.407 ถึง 0.684 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 315.922, df = 3, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.644 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 27

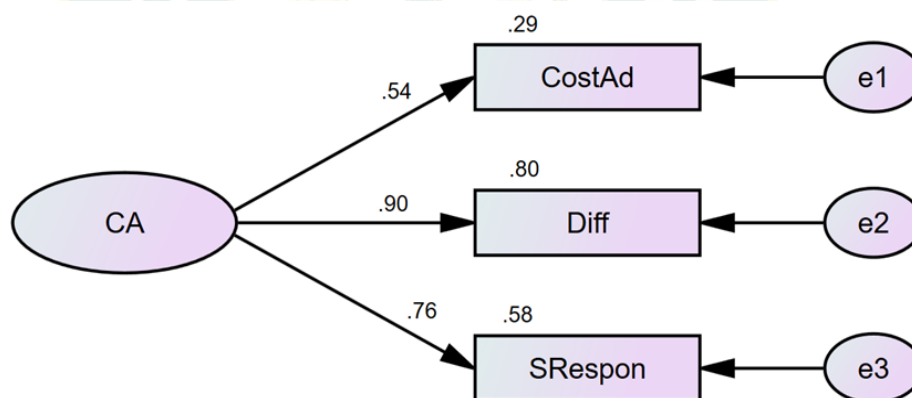
ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

	SC	Diff	SRespon
CostAd	1		
Diff	.482**	1	
SRespon	.407**	.684**	1
\bar{X}	3.64	3.92	3.72
S.D.	0.99	1.03	1.06

Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 315.922, df = 3,
p = 0.000, KMO = 0.644

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = .015, df = 1, p = .901, CMIN/DF = .015, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.001 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ทั้งหมด 3 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยคือ 1) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), 2) ความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) และ 3) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90, 0.76 และ 0.54 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ร้อยละ 80, 58 และ 29 ตามลำดับ ดังภาพที่ 10 และตารางที่ 28



Chi-square=.015,df=1,p-value=.901,
Chi-square/df=.015,CFI=1.000,GFI=1.000

ภาพที่ 10 แสดงแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

ตารางที่ 28 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนนองค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
CostAd	.537	.056	10.367**	.289	.102
Diff	.895	-	-	.801	.590
SRespon	.763	.052	16.838**	.583	.232

Chi-Square = .015, df = 1, p = .901, CFI = 1.00,
GFI = 1.000, AGFI = 1.000, RMR = 0.001

หมายเหตุ ** p < 0.01

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำเครื่องมือวัดแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่เข้าร่วมโครงการสนับสนุนเงินทุนพัฒนาธุรกิจของกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ โดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขออนุญาตแนะนำตัวและจดหมายขออนุญาตจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ เพื่อติดต่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
2. นำส่งหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามผ่านถึงผู้จัดการฝ่ายนวัตกรรมเพื่อเศรษฐกิจ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ
3. ประสานและติดตามผลการพิจารณาอนุมัติจากผู้บริหารฝ่ายนวัตกรรมเพื่อเศรษฐกิจฯ โดยแจ้งว่าได้มอบหมายให้เจ้าหน้าที่นักพัฒนานวัตกรรมเป็นผู้ดำเนินการช่วยเหลือในการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงได้ประสานงานเพื่ออธิบายคู่มือแบบสอบถามและรายละเอียดประกอบ เช่น ชื่อเรื่องงานวิจัย วัตถุประสงค์ ลักษณะงานวิจัย วิธีการ กระบวนการในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามที่ครอบคลุมการเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ตลอดจนนัดหมายเวลาในการรับแบบสอบถามกลับคืน

4. เจ้าหน้าที่นักพัฒนานวัตกรรมส่งแบบสอบถามกระจายตามสถานประกอบการของกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น
5. ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับทางไปรษณีย์มาตรวจเช็คความสมบูรณ์ ถูกต้อง เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการหาค่าทางสถิติที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เพื่อให้ทราบลักษณะทั่วไปของตัวแปรและเป็นการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (กริช แรงสูงเนิน, 2554) ได้แก่ 1) ข้อมูลครบถ้วนเพื่อตรวจสอบข้อมูลตัวแปรสังเกตว่าครบถ้วนหรือไม่ 2) การตรวจสอบความปกติของข้อมูล (Normality) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลมีการแจกแจงปกติหรือไม่ 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตเพื่อตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรต้องไม่เกิน 0.80 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean: M) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) ค่าต่ำสุด (Minimum: MIN) ค่าสูงสุด (Maximum: MAX) ค่าความเบ้ของข้อมูล (Skewness) และค่าความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS AMOS for Windows เพื่ออธิบายถึงลักษณะของการแจกแจงและการกระจายของตัวแปรสังเกต ซึ่งค่าความเบ้ของข้อมูลและความโด่งของตัวแปรสังเกตแต่ละตัวบ่งบอกว่าการแจกแจงปกติหรือไม่ โดยถ้าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงปกติค่าความเบ้ของข้อมูล เท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงเป็นแบบโค้งปกติ ถ้าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงลักษณะเบ้ซ้าย ค่าความเบ้ของข้อมูลจะมีค่าเป็นลบ หรือน้อยกว่า 0 และถ้าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงลักษณะเบ้ขวา ค่าความเบ้ของข้อมูลจะมีค่าเป็นบวกหรือมากกว่า 0 และโค้งการแจกแจงปกติจะมีค่าความโด่งของข้อมูลเท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงเป็นโค้งปกติถ้าตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงลักษณะค่อนข้างปานจะมีค่าความโด่งของข้อมูลเป็นลบหรือน้อยกว่า 0 และถ้ามีตัวแปรสังเกตมีการแจกแจงลักษณะยอดสูงจะมีค่าความโด่งของข้อมูลเป็นบวกหรือมากกว่า 0 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) การวิจัยครั้งนี้โดยพิจารณาการแจกแจงปกติของตัวแปรจากค่าความเบ้ของข้อมูลมีค่าอยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 ที่แสดงถึงการแจกแจงปกติ (Kline, 2005)

ส่วนสถิติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผู้วิจัยนำมาเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ ว่ามีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงหรือไม่ สามารถระบุทิศทางของความสัมพันธ์และขนาดของความสัมพันธ์ว่ามีค่าอยู่ในระดับใดโดยพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ (Correlation) หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) แทนค่าความสัมพันธ์ที่มีค่าอยู่ระหว่าง +1 และ -1 โดยเครื่องหมายบวกและลบของค่าของ r มีความหมายแตกต่างกัน ทั้งนี้ค่าความสัมพันธ์จำแนกได้ 3 กลุ่ม (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

กลุ่มที่ 1 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ +1	หมายถึง	คู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากในทิศทางเดียวกัน
กลุ่มที่ 2 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1	หมายถึง	คู่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงมากในทิศทางตรงกันข้าม
กลุ่มที่ 3 ค่า r มีค่าเข้าใกล้ 0	หมายถึง	คู่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กัน

ตารางที่ 29 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์
0.90 – 1.00	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูงมาก
0.70 – 0.90	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับสูง
0.50 – 0.70	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง
0.30 – 0.50	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำ
0.00 – 0.30	มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก

จากตารางที่ 27 แสดงระดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อบอกระดับความสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรโดยการดูผลลัพธ์จากโปรแกรม SPSS AMOS ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง จะต้องไม่ควรมีค่าไม่ควรมีเกิน 0.80 (กริช แรงสูงเนิน, 2554)

นอกจากนี้ทำการตรวจสอบความเหมาะสมของเมทริกซ์สหสัมพันธ์ในภาพรวมโดยดูจากค่า $KMO > 0.5$ และค่า Bartlett test of Sphericity ต้องมีนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 จึงแสดงว่าข้อมูลตัวแปรชุดนี้เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์หองค์ประกอบ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2562)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ผู้วิจัยนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ด้วยโปรแกรม SPSS AMOS ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นเทคนิคการวิเคราะห์สมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝงหลาย ๆ ปัจจัยพร้อมกัน ส่วนโปรแกรม SPSS AMOS จะทำงานควบคู่กับข้อมูลที่บันทึกไว้ในโปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์จึงเหมาะแก่การใช้งานเพื่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพื่อพิสูจน์การยอมรับหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง ผู้วิจัยได้กำหนดสมการโครงสร้างไว้ก่อนล่วงหน้าจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างเป็นวิธีที่ผสมกันระหว่าง 2 วิธี ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์เส้นทาง ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลใน 2 ลักษณะ ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed variable) กับตัวแปรแฝง (Latent variable) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) ทำการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตจำนวน 16 ตัวแปรกับตัวแปรแฝงจำนวน 4 ตัวแปร

2.2 การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Variable) โดยการทดสอบสมมติฐานระหว่างตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวแปร ได้แก่ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทูทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) และความสามารถเปรียบเทียบการแข่งขัน (CA)

ขั้นตอนการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างโดยการใช้โปรแกรม SPSS AMOS

แบบจำลองสมการโครงสร้างประกอบด้วยตัวแปรแฝง (Latent variables) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถวัดค่าโดยตรงแต่จะประมาณค่าได้จากตัวแปรสังเกต (Observed variable) ของแต่ละตัวแปรแฝงโดยตัวแปรแฝงแทนด้วยสัญลักษณ์รูปวงรีและตัวแปรสังเกตแทนด้วยสัญลักษณ์รูปสี่เหลี่ยม ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างโดยใช้โปรแกรม มีขั้นตอนหลัก ๆ 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดและวาดแบบจำลององค์ประกอบความสัมพันธ์ (Model Specification) ระหว่างตัวแปรสังเกต (Observed variable) และตัวแปรแฝง (Latent Variable) ที่มีหลักการมาจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 เพื่อบอกถึงโครงสร้างของแบบจำลองที่ต้องการศึกษา

ขั้นที่ 2 เชื่อมข้อมูลตัวแปรที่บันทึกในโปรแกรม SPSS ไว้ก่อนแล้วเข้าไปสู่โปรแกรม SPSS AMOS Version 21 เพื่อให้ตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีค่าตัวเลขเพื่อการวิเคราะห์

ขั้นที่ 3 เลือกวิเคราะห์ด้วยฟังก์ชันสถิติที่ต้องการให้โปรแกรมวิเคราะห์เพื่อนำมาใช้ในการรายงานผลการวิเคราะห์โดยเลือกสถิติที่ต้องวิเคราะห์จากหัวข้อ Analysis properties หน้าต่าง Estimate (เลือก Maximum Likelihood, Bias (เลือก Unbiased), Output (เลือก Maximization

History, Standardized Estimate, Squared Multiple Correlations, Sample Moments, Modification Indices, Total Effects – Estimates, Direct Effects – Estimates, Indirect Effects – Estimates และอื่น ๆ)

ขั้นที่ 4 ดำเนินการให้โปรแกรม SPSS AMOS วิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ด้วยการแยกวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) จากวิธีการกำหนดค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตกับตัวแปรแฝง

4.2 การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง (Goodness of Fit Measures) เพื่อศึกษาภาพรวมของแบบจำลองว่ามีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ ผู้วิจัยใช้ผลลัพธ์จากตารางสถิติ 3 ตาราง (ฮานินท์ ศิลป์จารุ, 2555)

ตารางที่ 1 Estimate เป็นตารางที่รวบรวมค่าสถิติทั่วไปที่จะใช้ในการอธิบายค่าต่าง ๆ ของแบบจำลอง โดยใช้ค่าสถิติค่าความสัมพันธ์และน้ำหนักความสัมพันธ์จากตาราง Regression Weight ที่ค่า p หากค่า $p < 0.05$ แสดงว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่หากค่า $p > 0.05$ แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและตาราง Standardized Regression Weight เพื่อตรวจสอบค่าน้ำหนักความสัมพันธ์ของแต่ละตัวแปรและระหว่างตัวแปรที่มีต่อกันภายใต้โครงสร้างองค์ประกอบ

ตารางที่ 2 Modification Indices เป็นตารางที่แสดงค่า M.I. จากตาราง Covariance เพื่อปรับแต่งองค์ประกอบให้ผ่านเกณฑ์และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยแนวทางการปรับแต่งองค์ประกอบจะดำเนินการจากคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่โปรแกรมตรวจพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนมากที่สุดทีละคู่ก่อนแล้วจึงวิเคราะห์ใหม่ ถ้าองค์ประกอบยังไม่ผ่านเกณฑ์อีกจะปรับแต่งจากตัวแปรคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่โปรแกรมตรวจพบว่าค่าความคลาดเคลื่อนรองลงมาตามลำดับ ซึ่งวิธีการปรับแต่งองค์ประกอบให้สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มี 3 วิธี ได้แก่

1) วิธีตัดตัวแปรบางตัวออกไปโดยเลือกตัดตัวแปรที่มีค่าน้ำหนัก (Factor Loading) ของตัวแปรน้อยออกไปแล้วจึงวิเคราะห์ใหม่จนกว่าจะสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์แต่ต้องไม่เสียโครงสร้างหลักทางทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษา

2) วิธียุบรวมตัวแปรโดยเลือกรวมตัวแปรในคู่ที่มีค่า M.I. สูง ๆ แล้วสร้างตัวแปรใหม่แทนภายใต้โครงสร้างหลักทางทฤษฎีและยังคงความหมายที่เชื่อมโยงกับเนื้อหาที่เป็นบริบทหลักของงานวิจัย

3) วิธีการเชื่อมเส้นลูกศรโดยเพิ่มเส้นลูกศรแบบสองหัวเชื่อมระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนคู่ที่มีค่า M.I. มากที่สุดเพื่อเพิ่มปริมาณการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรสองตัวว่าจะมีการ

เปลี่ยนแปลงตามกันมาน้อยเท่าใด เพราะการเพิ่มเส้นลูกศรจะทำให้ค่าพารามิเตอร์เพิ่มและทำให้ค่า df ลดลง เมื่อค่า df ลดลงจะมีผลทำให้ค่าสถิติความแปรปรวน (variance) ดีขึ้น

ตารางที่ 3 Model Fit เป็นตารางที่แสดงว่าค่าสถิติต่าง ๆ เพื่อพิจารณาว่าแบบจำลองผ่านเกณฑ์หรือไม่ และเป็นการทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง (Model Fit) และการทดสอบภาวะสารูปสนิทธิ (Goodness - of - Fit Test) เพื่อชี้ว่าแบบจำลองนั้น ๆ มีความน่าเชื่อถือเพียงใดโดยใช้ค่าดัชนีทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลองจากตารางแสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง ดังนี้

ตารางที่ 30 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง

ลำดับ	ค่าดัชนี	เกณฑ์	การพิจารณา
1	ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square: χ^2)	$P > .05$	ค่า P มีค่ามากกว่า 0.05 จะแสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม (Goodness of Fit) และสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2	ค่าไคสแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) Kline (2005); Arbuckle (2013)	≤ 3	ค่า CMIN/df ต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 และถ้าค่า CMIN/df ยังมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไร แสดงว่าแบบจำลองนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
3	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) Dermol (2013); Hooper et al (2008)	> 0.90	ค่าดัชนี GFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า GFI ยังมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น
4	ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) Dermol (2013); Hooper et al (2008)	> 0.90	ค่าดัชนี AGFI ต้องมากกว่า 0.90 และถ้าค่า AGFI ยังมีค่าใกล้ 1 มากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองนั้นยังมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ 30 (ต่อ)

ลำดับ	ค่าดัชนี	เกณฑ์	การพิจารณา
5	ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) Diamantopoulos and Siguaw (2000)	<0.05-0.08	ค่าดัชนี RMSEA จะต้องมิต่ำกว่า 0.08 ถ้าค่าดัชนี RMSEA ยิ่งมีค่าใกล้ 0 มากเท่าไรแสดงว่าแบบจำลองนั้นมีความคลาดเคลื่อนยิ่งน้อยแบบจำลองจึงมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น
6	ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) Dermol (2013); Hooper et al (2008)	> 0.90-0.95	ค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหาค่า CFI มีค่าดัชนี > 0.90 เป็นระดับที่แบบจำลองอาจถูกยอมรับ

จากตารางที่ 30 แสดงค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่าดัชนีทั้ง 6 รายการ ได้แก่ χ^2 , χ^2/df , GFI, AGFI, CFI และ RMSEA มาทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ถ้าค่าสถิติไคสแควร์มีค่าสูงมากและมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหรืออีกนัยหนึ่งคือแบบจำลองตามสมมติฐานยังไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งผู้วิจัยต้องดำเนินการปรับแบบจำลองต่อไปจนค่าสถิติไคสแควร์ที่ทดสอบไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติ (p) มากกว่า 0.05 จึงแสดงว่าแบบจำลองตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2. ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square Statistic Comparing the tested model and the Independent Model With The Saturated Model (χ^2/df) ค่า χ^2/df เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) หารด้วยค่า degrees of freedom โดยทั่วไปแล้วค่าที่ได้น้อยกว่า 3 จะเป็นค่าที่ดีและค่าที่เข้าใกล้หรือเท่ากับ 0 จะเป็นค่าที่ดีที่สุด

3. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรอยู่ระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าแบบจำลองนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนที่สุด แต่หากค่า GFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่แบบจำลองควรถูกยอมรับ

4. ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness Fit Index: AGFI) ควรมีค่าระหว่าง 0-1 โดยค่า 1 หมายถึงค่าชี้วัดที่แสดงว่าแบบจำลองนั้น ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนมากที่สุด แต่หากค่า AGFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่แบบจำลองควรถูกยอมรับ

5. ค่าดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index: CFI) จะพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์โดยค่า CFI อยู่ระหว่าง 0 และ 1 และหากค่า CFI มีค่าดัชนีมากกว่า 0.90 เป็นระดับที่แบบจำลองควรถูกยอมรับ

6. ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าสถิติจากข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าไคสแควร์ว่าแบบจำลองตามสมมติฐานมีความเที่ยงตรงนั้นไม่สอดคล้องกับความจริง RMSEA ควรมีค่าระหว่าง 0.05-0.08 หรือน้อยกว่า 0.08 (Hair et al., 2011) ซึ่งค่า RMSEA 0.000-0.050 แสดงว่าแบบจำลองสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี 0.051-0.080 แสดงว่าแบบจำลองค่อนข้างสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 0.081-0.100 แสดงว่าแบบจำลองสอดคล้องกับ ข้อมูลเชิงประจักษ์เล็กน้อยแสดงว่าแบบจำลองตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และค่าที่ใกล้ 0 ถือว่าเป็นค่าที่ดีที่สุด (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

สถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นใช้พิจารณาแบบจำลองตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หากค่าสถิติที่คำนวณได้ไม่เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดต้องปรับแบบจำลองใหม่โดยอาศัยเหตุผลเชิงทฤษฎีและค่าดัชนีปรับแต่งแบบจำลอง (Model Modification Indices) ซึ่งเป็นค่าสถิติเฉพาะของพารามิเตอร์แต่ละตัวทำการปรับแบบจำลองจนได้แบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์และมีค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนด

ขั้นที่ 5 ผู้วิจัยทำการปรับแบบจำลองใหม่ (Re-Specified Model) หากพบว่าผลการวิเคราะห์แสดงถึงการไม่ยอมรับในแบบจำลอง จะทำการปรับแบบจำลองตามคำแนะนำของค่า M.I. (Modification Indices) จากนั้นจึงให้โปรแกรม SPSS AMOS วิเคราะห์ใหม่อีกครั้ง จนกระทั่งผลการวิเคราะห์เป็นที่ยอมรับ

ขั้นที่ 6 แปลผลการวิเคราะห์สถิติที่ได้ เป็นการสรุปผลงานวิจัยตามค่าสถิติที่กำหนดไว้ เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัย

โดยสรุปบทนี้จะเป็นการอธิบายถึงวิธีการวิจัยเกี่ยวกับเทคนิคและเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งนี้การศึกษารั้ครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยนำทฤษฎีและแนวคิดประกอบด้วย ทฤษฎีคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ของ Lumpkin and Dess (2001) ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital) ของ Putnam et al. (1993) แนวคิดความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) ของ Teece (2007) และ ทฤษฎีความ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ตามหลักคิดของ Liu (2017); Porter (1980) และ Wu and Chen (2012) มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผ่านกระบวนการในการตรวจสอบคุณภาพนับตั้งแต่การแปลแบบวัดจากต้นฉบับภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยและภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ (Forward Backward translation) การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) และการวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity Index) (Polit and Beck, 2006) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นที่ขอเข้าร่วมโครงการสนับสนุนเงินทุนพัฒนาธุรกิจของกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ จำนวน 350 ตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม SPSS AMOS โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตกับตัวแปรแฝงเพื่อทดสอบสมมติฐาน



บทที่ 4

ผลการศึกษางานวิจัย

การวิจัยเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทักษะสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาเพื่อแสดงและอธิบายลักษณะ คุณสมบัติของสมาชิกกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการศึกษา โดยเก็บรวบรวมข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรที่ได้จากแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบเชิงโครงสร้าง

2.1 ผลการวิเคราะห์การแจกแจงข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

2.2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

2.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ของตัวแปรทักษะสังคม ตัวแปรความสามารถเชิงพลวัตที่ตัวแปรความได้เปรียบทางการแข่งขัน และตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์และผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัย ทักษะสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรมในประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานและการอภิปรายผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายโดยมีรายละเอียดดังนี้

สำหรับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร รวมถึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ค่าสถิติและตัวแปร เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการนำเสนอและการแปลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

\bar{X}	แทน	ค่า (Mean) หรือค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)
χ^2	แทน	ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืนประเภทค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square)
S.E.	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
bi	แทน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ
β_i	แทน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเป็นร้อยละประกอบ (Standardized Solution)
df	แทน	ค่าองศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom)
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Coefficient of Determination)
p	แทน	ค่าความน่าจะเป็นในการทดสอบสมมติฐาน (Probability)
TE	แทน	ขนาดอิทธิพลรวม (Total Effects)
IE	แทน	ขนาดอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects)
DE	แทน	ขนาดอิทธิพลทางตรง (Direct Effects)
CFI	แทน	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Comparative Fit Index)
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index)
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index)
RMSEA	แทน	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation)
SRMR	แทน	ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือมาตรฐาน (Standardized Root Mean Square Residual)
TE	แทน	ผลรวมอิทธิพล (Total effect: TE)
DE	แทน	ผลอิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE)
IE	แทน	ผลอิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE)
cov	แทน	ความแปรปรวนร่วม (Covariance: cov)

เพื่อให้การนำเสนอผลการวิจัยสะดวกขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์ และอักษรย่อของตัวแปรในการวิจัย เพื่อการวิเคราะห์และการนำเสนอข้อมูลดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

1. ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable)

SC แทน ทูนทางสังคม

DC แทน ความสามารถเชิงพลวัต

2. ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable)

EO แทน คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ

CA แทน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. ตัวแปรสังเกตภายนอก (Exogenous Observed Variable)

Soln แทน ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

Tru แทน ความไว้วางใจ

Cult แทน การแบ่งปันทางวัฒนธรรม

Den แทน ความเอาใจใส่กันเต็มที่

Norms แทน บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน

Adap แทน ความสามารถด้านการปรับตัว

Absor แทน ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้

InnoCap แทน ความสามารถด้านนวัตกรรม

4. ตัวแปรสังเกตภายใน (Endogenous Observed Variable)

Auto แทน ความความเป็นอิสระในการบริหาร

Inno แทน การความมีนวัตกรรม

Pro แทน การการทำงานเชิงรุก

Compet แทน ความความก้าวร้าวในการแข่งขัน

Risk แทน ความการยอมรับความเสี่ยง

CostAd แทน ความได้เปรียบด้านต้นทุน

Diff แทน ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ

SRespon แทน ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเป้าหมายการเก็บข้อมูลขั้นต่ำ จำนวน 320 ตัวอย่างตามที่ได้ออกแบบไว้ในขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้สำหรับการวิเคราะห์ผล ดังนั้นในการเก็บข้อมูลจริงจึงมีการกระจายแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 750 ชุด ได้รับการส่งกลับแบบสอบถามกลับมายังผู้วิจัยจำนวนทั้งสิ้น 370 ฉบับคิดเป็นอัตรา ร้อยละ 56.92 และผู้วิจัยได้คัดกรองแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบตามพร้อมสำหรับการ วิเคราะห์ได้จำนวนตัวอย่างที่สามารถใช้สำหรับการวิเคราะห์ได้ 350 ชุด สอดคล้องกับการศึกษา ที่ได้ กล่าวไว้ว่าอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามในทุกรูปแบบวิธีการส่งควรมีค่าเฉลี่ยไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 และพบว่าอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามที่เหมาะสมในเชิงวิชาการควรร้อยละระหว่างร้อยละ 36.1- 55.6 (Hoonakker and Carayon, 2009)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายถึงลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ประสบการณ์การทำงานก่อนที่จะประกอบกิจการ ลักษณะการดำเนินงาน จำนวนพนักงาน และตำแหน่งหน้าที่ของผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียด ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 31 ดังนี้

ตารางที่ 31 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปค่าความถี่และค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลสถานภาพ (N=350)	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
1) ชาย	319	91.4
2) หญิง	31	8.6
อายุ		
1) ต่ำกว่า 30 ปี	16	4.6
2) 30 – 34 ปี	14	4.0
3) 35 – 39 ปี	55	15.8
4) 40 – 44 ปี	78	21.8
5) 45 – 49 ปี	97	27.9
6) ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป	90	25.9

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพ (N=350)	ความถี่	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
1) ต่ำกว่าปริญญาตรี	15	4.3
2) ปริญญาตรี	281	80.5
3) สูงกว่าปริญญาตรี	54	15.2
ประสบการณ์การทำงาน		
1) รับราชการ	15	4.31
2) ประกอบธุรกิจส่วนตัว	88	24.7
3) พนักงานบริษัทเอกชน	217	62.4
4) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	5.2
ตำแหน่งงานที่ทำก่อนที่จะประกอบกิจการ		
1) ผู้บริหารระดับสูง	2	0.6
2) ผู้บริหารระดับกลาง	32	9.2
3) ผู้บริหารระดับต้น	58	16.7
4) พนักงาน	258	73.6
ตำแหน่งของท่านในกิจการ		
1) เป็นเจ้าของแต่ไม่ได้บริหาร	-	-
2) เป็นเจ้าของและผู้บริหาร	18	5.2
3) เป็นหุ้นส่วนแต่ไม่ได้บริหาร	-	-
4) เป็นหุ้นส่วนและผู้บริหาร	25	7.2
5) เป็นผู้บริหาร	307	87.6
ลักษณะการดำเนินงาน		
1) เจ้าของคนเดียว	18	5.2
2) ห้างหุ้นส่วน	25	7.2
3) บริษัทจำกัด	307	87.6
อายุของกิจการ		
1) ต่ำกว่า 5 ปี	19	5.5
2) 5 - 10 ปี	122	35.1
3) 10 ปีขึ้นไป	209	59.5

ตารางที่ 31 (ต่อ)

ข้อมูลสถานภาพ (N=350)	ความถี่	ร้อยละ
จำนวนลูกจ้าง		
1) ต่ำกว่า 50 คน	43	12.4
2) 50 – 199 คน	205	58.6
3) 200 คนขึ้นไป	102	29.0
ผลประกอบการในปีที่ผ่านมา		
1) มีผลกำไร	336	96.0
2) ไม่มีผลกำไร	14	4.0
ปีเข้าร่วมโครงการกับ NRA พ.ศ.		
1) 2559	69	19.8
2) 2560	82	23.6
3) 2561	199	56.6
ลักษณะของกิจการที่เข้าร่วมโครงการ		
1) ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรม	327	93.4
2) วิสาหกิจเริ่มต้น	23	6.6
ประเภทของกิจการ		
1) การผลิต	186	53.4
2) การบริการ	98	27.6
3) การพาณิชย์การ	24	6.9
4) อุตสาหกรรมเกษตร	36	10.3
5) การนำเข้าหรือส่งออก	6	1.7

จากตารางที่ 31 สามารถสรุปข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างได้ดังนี้

1. เพศ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 319 คน คิดเป็น ร้อยละ 91.40 และเพศหญิง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ

2. อายุผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 45 – 49 ปีจำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 27.9 และ ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป 90 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 อายุอยู่ระหว่าง 40 – 44 ปีจำนวน 99 คนคิดเป็น ร้อยละ 27.9 มีอายุอยู่ระหว่าง ต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.6 ตามลำดับ

3. ระดับการศึกษา ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 281 คนคิดเป็นร้อยละ 80.5 สูงกว่าปริญญาตรี 54 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2 และต่ำกว่าปริญญาตรี 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ
4. ประสบการณ์การทำงานก่อนที่จะประกอบกิจการผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน พนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวน 217 คนคิดเป็นร้อยละ 62.4 ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 88 คนคิดเป็นร้อยละ 24.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 และรับราชการมีจำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.31 ตามลำดับ
5. ตำแหน่งงานที่ทำก่อนที่จะประกอบกิจการของตนเองผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน 258 คนคิดเป็นร้อยละ 73.6 ผู้บริหารระดับต้น 58 คนคิดเป็นร้อยละ 16.7 ผู้บริหารระดับกลาง 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.2 และผู้บริหารระดับสูง 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ
6. ตำแหน่งของท่านในกิจการนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในกิจการเป็นผู้บริหาร 305 คนคิดเป็นร้อยละ 87.6 เป็นหุ้นส่วนและผู้บริหาร 25 คนคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเป็นเจ้าของและผู้บริหาร 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ
7. ลักษณะการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น บริษัทจำกัด 307 รายคิดเป็นร้อยละ 87.6 ห้างหุ้นส่วน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเจ้าของคนเดียว 18 รายคิดเป็นร้อยละ 5.2 ตามลำดับ
8. อายุของกิจการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมีอายุของกิจการอยู่ระหว่าง 10 ปีขึ้นไป 209 กิจการคิดเป็นร้อยละ 59.5 มีอายุของกิจการ 5 – 10 ปี 122 กิจการคิดเป็นร้อยละ 35.1 และต่ำกว่า 5 ปี 19 กิจการคิดเป็นร้อยละ 5.5 ตามลำดับ
9. จำนวนลูกจ้าง ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนลูกจ้างอยู่ระหว่าง 50 – 199 คนมีจำนวน 205 กิจการคิดเป็นร้อยละ 58.6 มีจำนวนลูกจ้าง 200 คนขึ้นไปมีจำนวน 102 กิจการคิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีจำนวนลูกจ้างต่ำกว่า 50 คนมีจำนวน 43 กิจการคิดเป็นร้อยละ 12.4 ตามลำดับ
10. ผลประกอบการในปีที่ผ่านมา ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามว่า ไม่มีผลกำไร 14 กิจการคิดเป็นร้อยละ 4.0 และมีผลกำไร 336 กิจการคิดเป็นร้อยละ 96.0
11. ปีเข้าร่วมโครงการกับ NRA พ.ศ. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามร่วมโครงการฯในปีพ.ศ. 2559 มีจำนวน 69 กิจการคิดเป็นร้อยละ 19.8 ร้อยละ พ.ศ. 2560 มีจำนวน 82 กิจการคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ พ.ศ. 2561 มีจำนวน 199 กิจการคิดเป็นร้อยละ 56.6

12. ลักษณะของกิจการที่เข้าร่วมโครงการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรม 327 กิจการคิดเป็นร้อยละ 93.4 และเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น 23 กิจการคิดเป็นร้อยละ 6.6

13. ประเภทของกิจการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในภาคการผลิต 186 กิจการคิดเป็นร้อยละ 53.4 เป็นผู้ประกอบการในภาคการบริการ 98 กิจการคิดเป็นร้อยละ 27.6 เป็นเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตร 36 กิจการคิดเป็นร้อยละ 10.3 ผู้ประกอบการในภาคการพาณิชย์การ 24 กิจการคิดเป็นร้อยละ 6.9 และเป็นผู้ประกอบการในภาคการนำเข้าหรือส่งออก 6 กิจการคิดเป็นร้อยละ 1.7

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) n = 350	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
ความเป็นอิสระในการบริหารงาน	3.45	1.06	ระดับปานกลาง
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	4.26	0.77	ระดับมาก
การทำงานเชิงรุก	3.61	1.06	ระดับมาก
ความมีนวัตกรรม	3.17	1.07	ระดับปานกลาง
การยอมรับความเสี่ยง	2.81	1.08	ระดับปานกลาง
รวม	3.49	1.027	ระดับมาก

จากตารางที่ 32 พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด คือด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมา คือด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) รองลงมา คือ การมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) ความมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.17$) และด้านการยอมรับความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.81$)

ตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการรายข้อ

แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
การมีอิสระในการบริหารงาน	3.45	1.06
1. บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการสร้างทีมงานที่มีความเป็นอิสระในการทำงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เช่น ทีมงานที่ไม่เป็นทาง	3.55	1.055
2. บริษัทของท่านมีแนวทางในการประสานงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เมื่อนำแนวคิดกลุ่มงานที่เป็นอิสระมาใช้	3.34	1.040
3. บริษัทท่านมีความอดทนและความอดกลั้นที่เหมาะสม ต่อความคิดริเริ่มที่จะไม่น่าจะประสบความสำเร็จ ของกลุ่มงานอิสระ	3.40	1.058
4. บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่าที่จำเป็น เช่น การสร้างกลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	3.47	1.068
5. บริษัทของท่านส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ระบบการให้รางวัล และกระบวนการทำงานเพื่อสนับสนุนแนวคิดสุดยอดผลิตภัณฑ์ขึ้น	3.49	1.088
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	4.26	0.77
6. หากเกิดภัยคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทของท่านจะมีการใช้นโยบายในการตอบโต้กับภัยคุกคามดังกล่าวอย่างคุดัน	4.51	0.77
7. บริษัทของท่านเพิ่มความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันด้วยการใช้นโยบายการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง การลอกเลียนแบบวิธีการปฏิบัติงานของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือมีการใช้นโยบายออกสินค้าใหม่ตัดหน้า	3.81	0.76
8. บริษัทของท่านทราบว่า การใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างคุดันว่าจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม	4.46	0.75
การทำงานเชิงรุก	3.61	1.06
9. บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง	3.61	1.04
10. บริษัทของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม	3.60	1.06
11. บริษัทของท่านได้ตระหนักถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เช่น สินค้าที่ล้าสมัยมากอาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า เนื่องจากความกังวลถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต	3.43	1.07

ตารางที่ 33 (ต่อ)

แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
12. บริษัทของท่านมีการใช้นโยบายการทำงานในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง	3.81	1.09
ความมีนวัตกรรม	3.17	1.07
13. บริษัทของท่านส่งเสริม และกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยี การผลิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และนวัตกรรมทางการจัดการมาใช้	3.18	1.09
14. บริษัทของท่านได้มีการกระตุ้นให้มีการนำความคิดสร้างสรรค์ และการทดลองมาใช้ในการทำงาน	3.17	1.07
15. บริษัทของท่านมีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ มีการวิจัยและพัฒนา และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างเพียงพอ	3.16	1.05
16. นวัตกรรมของบริษัทท่านเป็นสิ่งที่ยากสำหรับคู่แข่งที่จะเลียนแบบสำเร็จ	3.17	1.06
17. บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจน	3.19	1.08
18. งบประมาณทางการลงทุนทางการวิจัยและพัฒนาจะถูกปรับลดลงเป็นอย่างแรกเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ	3.15	1.07
การยอมรับความเสี่ยง	2.81	1.08
19. บริษัทของท่านส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมทั้งในทางด้านการดำเนินงาน การเงิน และระดับระดับบุคคล	2.58	1.06
20. บริษัทของท่านมีการวิจัย และประเมินปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลทำให้มีความเสี่ยงในการดำเนินงานลดลง	3.00	1.09
21. บริษัทของท่านมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยนำเทคนิคและวิธีการดำเนินงานที่ได้ผลกับองค์การอื่นมาใช้	2.93	1.08
22. โดยรวมแล้วองค์การของท่านมีการบริหารจัดการกับความเสี่ยงอย่างรอบคอบด้วยการดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของการมีข้อมูลที่เพียงพอ การวิจัย และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า	2.81	1.09
หมายเหตุ n = 350 , standard error of skewness = .131 , standard error of kurtosis = .261		

จากตารางที่ 33 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการรายตัว แปรสังเกตพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.26) รองลงมา คือด้านการทำงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.61) การมีอิสระในการบริหารงาน อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.45) ความมีนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.17) และด้านการยอมรับความเสี่ยงอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 2.81) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายข้อคำถามพบว่า

ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ หากเกิดภัยคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทของท่านจะมีการใช้นโยบายในการตอบโต้กับภัยคุกคามดังกล่าวอย่างดุเดือดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 รองลงมาคือ บริษัทของท่านทราบว่า การใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างดุเดือดจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านทราบว่า การใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างดุเดือดจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81

ด้านการทำงานเชิงรุกที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียงตามลำดับ ได้แก่ บริษัทของท่านมีการใช้นโยบายการทำงานในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านได้ตระหนักถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เช่น สินค้าที่ล้ำสมัยมากอาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเนื่องจากความกังวลถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43

ด้านการมีอิสระในการบริหารงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ระบบการให้รางวัล และกระบวนการทำงานเพื่อสนับสนุนแนวคิดสุดขั้วอดผลิตภัณฑ์ขึ้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานเล็ก ๆ น้อย ๆ เท่าที่จำเป็น เช่น การสร้างกลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านมีแนวทางในการประสานงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เมื่อนำแนวคิดกลุ่มงานที่เป็นอิสระมาใช้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34

ด้านความมีนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจนมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.19 รองลงมาคือ บริษัทของท่านส่งเสริม และกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยี การผลิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และนวัตกรรมจัดการมาใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านเพิ่มความได้เปรียบทางด้านการแข่งขันด้วยการใช้นโยบายการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง การลอกเลียนแบบ

วิธีการปฏิบัติงานของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือมีการใช้นโยบายออกสินค้าใหม่ตัดหน้าคู่แข่งใช้ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15

ด้านการยอมรับความเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีการวิจัย และประเมิน ปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลทำให้มีความเสี่ยงในการ ดำเนินงานลดลงมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.00 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีการบริหารจัดการความเสี่ยง ด้วยนำเทคนิคและวิธีการดำเนินงานที่ได้ผลกับองค์การอื่นมาใช้มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.93 และข้อที่มี ค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมทั้งใน ทางด้านการดำเนินงาน การเงิน และระดับระดับบุคคลค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.58

สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้มีค่าใกล้เคียงกัน แสดงว่าความ แตกต่างของคะแนนที่ประเมินมานั้นมีความแตกต่างกันไม่มาก ทั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือด้านการยอมรับความเสี่ยงมีค่าเท่ากับ 1.08 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมี การกระจายมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการตอบข้อมูลย้อนกลับที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรสังเกตได้ ด้านความมีนวัตกรรมมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเท่ากับ 0.77 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมี การกระจายดี เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ไม่แตกต่างกัน

ค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกตัวแปรสังเกตได้ เนื่องจากค่าความเบ้ไม่ เกิน 3 และค่าความโด่งไม่เกิน 8 แสดงว่าข้อมูลนั้นมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2005)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุนทางสังคม โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 34 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทุนทางสังคม

คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) n = 350	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	3.52	1.02	ระดับมาก
ความไว้วางใจ	3.63	0.97	ระดับมาก
การแบ่งปันทางวัฒนธรรม	3.57	0.97	ระดับมาก
ความเอาใจใส่กันเต็มที่	3.58	1.02	ระดับมาก
บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน	3.35	1.01	ระดับปานกลาง
รวม	3.53	1.00	ระดับมาก

จากตารางที่ 34 พบว่า ปัจจัยทุนทางสังคม มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยทุนทางสังคมที่มีค่ามากที่สุด คือด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา คือด้านความเอาใจใส่กันเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมา คือ การแบ่งปันทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และด้านบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$)

ตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยทุนทางสังคมรายข้อ

ทุนทางสังคม	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม	3.52	1.02
23.บริษัทของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างสม่ำเสมอ (ทั้งในทางธุรกิจและเป็นการส่วนตัว)	3.54	1.12
24.บริษัทของท่านมีความรู้จักกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์,ลูกค้า,และพันธมิตร)ในระดับปัจเจกบุคคล (เป็นการส่วนตัว)	3.48	0.92
25.บริษัทของท่านมีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างใกล้ชิด	3.53	1.01
ความไว้วางใจ	3.63	0.97
26.บริษัทของท่านมีความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนบุคคลกับเครือข่ายทางธุรกิจ ของท่าน (นอกเหนือจากการทำธุรกิจ)	3.54	0.974
27.บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกัน	3.48	0.968
28.บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	3.78	1.012
29.บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะ	3.62	0.908

ตารางที่ 35 (ต่อ)

ทวนทางสังคม	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
การแบ่งปันทางวัฒนธรรม	3.57	0.97
30.บริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ ของท่านมีแนวทางในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับบริษัทของท่าน	3.59	0.98
31.วัฒนธรรมองค์การ และรูปแบบการบริหารจัดการของบริษัท เครือข่ายทางธุรกิจ มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมองค์การ และแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทของท่าน	3.55	0.96
ความเอาใจใส่กันเต็มที่	3.58	1.02
32.การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูลระหว่างผู้ติดต่อของเรามักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน	3.59	1.05
33.เครือข่ายทางธุรกิจ ของบริษัทของท่านส่วนมากมักจะรู้จักกัน	3.57	0.99
34.เครือข่ายทางธุรกิจ ที่คอยให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับบริษัทของท่านมักจะรู้จักมักคุ้นกัน	3.58	1.02
บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน	3.35	1.01
35.บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกัน	3.52	1.06
36.บริษัทท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและติดตามภารกิจในความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน	3.13	1.03
37.บริษัทของท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกัน	3.49	0.97
38.บริษัทของท่านเข้าใจถึงกลยุทธ์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของเครือข่ายทางธุรกิจ	3.24	0.95
39.พนักงานของบริษัทของท่าน และพนักงานของบริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน	3.32	1.041
40.บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับวิธีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีให้คงอยู่	3.41	0.99

หมายเหตุ n = 350 , standard error of skewness = .131 , standard error of kurtosis = .261

จากตารางที่ 35 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยทุนทางสังคม มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยทุนทางสังคมที่มีค่ามากที่สุด คือด้านความไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) รองลงมา คือด้านความเอาใจใส่กันเต็มที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมา คือ การแบ่งปันทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และด้านบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกันอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายข้อคำถามพบว่า

ด้านความไว้วางใจข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจซึ่งกันและกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ด้านความเอาใจใส่กันเต็มที่ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง ได้แก่ การแลกเปลี่ยนทรัพยากร และข้อมูลระหว่างผู้ติดต่อของเรามักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ เครือข่ายทางธุรกิจ ที่คอยให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับบริษัทของท่านมักจะรู้จักมักคุ้นกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ เครือข่ายทางธุรกิจ ของบริษัทของท่านส่วนมากมักจะรู้จักกันค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57

ด้านการแบ่งปันทางวัฒนธรรม ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทเครือข่ายทางธุรกิจของท่านมีแนวทางในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับบริษัทของท่านค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59 รองลงมาคือ วัฒนธรรมองค์กร และรูปแบบการบริหารจัดการของบริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีความคล้ายคลึงกับ วัฒนธรรมองค์กร และแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทของท่านมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.55

ด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างสม่ำเสมอ (ทั้งในทางธุรกิจ และเป็นการส่วนตัว) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างใกล้ชิดเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านมีความรู้จักกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) ในระดับปัจเจกบุคคล (เป็นการส่วนตัว) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48

ด้านบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกันข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 รองลงมาคือ 37

บริษัทของท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทท่านและเครือข่ายทางธุรกิจมีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและติดตามภารกิจในความสัมพันธ์ที่มีต่อกันค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.13

สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้มีค่าใกล้เคียงกัน แสดงว่าความแตกต่างของคะแนนที่ประเมินมาขึ้นมีความแตกต่างกันไม่มาก ทั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือด้านปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีค่าเท่ากับ 1.02 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการตอบข้อมูลป้อนกลับที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรสังเกตได้ด้านความไว้วางใจมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเท่ากับ 0.97 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายดี เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ไม่แตกต่างกัน

ค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกตัวแปรสังเกตได้ เนื่องจากค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และค่าความโด่งไม่เกิน 8 แสดงว่าข้อมูลนั้นมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2005)

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 36 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต

คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) n = 350	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
ความสามารถในการปรับตัว	3.36	0.979	ระดับปานกลาง
สมรรถนะทางนวัตกรรม	3.32	1.026	ระดับปานกลาง
ความสามารถในการดูดซับความรู้	4.11	0.834	ระดับมาก
รวม	3.60	0.950	ระดับมาก

จากตารางที่ 36 พบว่า ปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตมากที่สุด คือด้านความสามารถในการดูดซับความรู้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมา คือด้านความสามารถในการปรับตัว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) และด้านสมรรถนะทางนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$)

ตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตรายข้อ

ความสามารถเชิงพลวัต	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
ความสามารถในการปรับตัว	3.36	0.98
41.พนักงานของท่านถูกกระตุ้นให้พัฒนาแนวทางใหม่ในการทำงานอยู่ตลอดเวลา	3.53	0.979
42.บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดได้อย่างรวดเร็ว	3.10	1.026
43.บริษัทของท่านมีการพัฒนาวิธีการดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายทางธุรกิจ	3.44	0.934
ความสามารถทางนวัตกรรม	3.32	1.03
44.บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการมีนวัตกรรม	3.58	1.04
45.ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม	2.88	1.05
46.บริษัทของท่านมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการทำงานใหม่ๆจากการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว	3.32	1.05
47.พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การมีนวัตกรรมหรือสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน	3.26	1.04
48.บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ จากลูกค้า ชัพพลายเออร์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.57	0.97
ความสามารถในการดูดซับความรู้	4.11	0.83
49.การสืบค้นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานถือเป็นภาระงานที่สำคัญที่ต้องทำในทุกวัน	3.87	0.81
50.ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม	4.36	0.73
51.ผู้บริหารบริษัทคาดหวังที่จะให้พนักงานสามารถที่จะจัดการกับมูลสารสนเทศที่อยู่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม	4.02	0.75
52.บริษัทของท่านมีการสื่อสารข้ามแผนกงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ	4.41	0.74

ตารางที่ 37 (ต่อ)

ความสามารถเชิงพลวัต	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
53.ผู้บริหารบริษัทของท่านให้การสนับสนุนการทำงานข้ามสายงานเพื่อ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	3.91	0.81
54.บริษัทของท่านมีการถ่ายทอด มูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่าง รวดเร็ว เช่น เมื่อแผนกใดแผนกหนึ่งได้รับข้อมูลที่มีความสำคัญก็จะ มีการถ่ายทอดกันภายในแผนกอย่างรวดเร็ว	3.89	0.89
55.ผู้บริหารบริษัทของท่านมักจะมีการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนใหม่ ๆ	3.97	1.00
56.พนักงานของบริษัทท่านความสามารถในการจัดการมูลสารสนเทศ และนำไปใช้ได้เหมาะสม	4.22	0.82
57.พนักงานของบริษัทท่านสามารถเรียนรู้และดูดซับความรู้ใหม่ เพื่อใช้ เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน	4.35	0.79
58.พนักงานของบริษัทท่านมีความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่ให้ เข้ากับข้อมูลใหม่ ๆ	3.95	0.81
59.พนักงานของบริษัทท่านสามารถใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำงาน	4.12	0.75
60.ผู้บริหารบริษัทของท่านสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	3.93	1.01
61.บริษัทของท่านตระหนักถึงเทคโนโลยีและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ	4.24	0.81
62.บริษัทของท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการ ทำงาน	4.32	0.92

หมายเหตุ n = 350 , standard error of skewness = .131 , standard error of kurtosis = .261

จากตารางที่ 37 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต มีอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.49) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตมากที่สุด คือด้านความสามารถในการดูดซับความรู้ อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.11) รองลงมา คือด้านความสามารถในการปรับตัว อยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.36) และด้านสมรรถนะทางนวัตกรรมอยู่ในระดับปานกลาง (\bar{X} = 3.32) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายข้อคำถามพบว่า

ด้านความสามารถในการดูดซับความรู้ ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ 52.บริษัทของท่าน มีการสื่อสารข้ามแผนกงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 รองลงมาคือ ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ 49. การสืบค้นมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานถือเป็นภาระงานที่สำคัญที่ต้องทำในทุกวันมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87

ด้านความสามารถในการปรับตัว ข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง ได้แก่ พนักงานของท่านถูกกระตุ้นให้พัฒนาแนวทางใหม่ในการทำงานอยู่ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีการพัฒนาวิธีการดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายทางธุรกิจมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.44 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดได้อย่างรวดเร็วมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10

ด้านสมรรถนะทางนวัตกรรม ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการมีนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 รองลงมาคือ บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ จากลูกค้า ชักพลายเออร์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88

สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้มีค่าใกล้เคียงกัน แสดงว่าความแตกต่างของคะแนนที่ประเมินมานั้นมีความแตกต่างกันไม่มาก ทั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือด้านความสามารถในการดูดซับความรู้มีค่าเท่ากับ 1.09 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการตอบข้อมูลป้อนกลับที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรสังเกตได้ ด้านความสามารถทางนวัตกรรมมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเท่ากับ 0.83 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายดี เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกัน

ค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกตัวแปรสังเกตได้ เนื่องจากค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และค่าความโด่งไม่เกิน 8 แสดงว่าข้อมูลนั้นมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2005)

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยแจกแจงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 38 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน

คุณลักษณะของการเป็น ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) n = 350	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์	3.64	1.01	ระดับมาก
ความได้เปรียบด้านความแตกต่างใน สินค้าหรือบริการ	3.92	1.05	ระดับมาก
ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วใน การตอบสนองต่อตลาด	3.72	1.09	ระดับมาก
รวม	3.76	1.04	ระดับมาก

จากตารางที่ 38 พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด คือด้านความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือด้านความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และด้านการประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.81$)

ตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันรายข้อ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	n = 350	
	\bar{X}	S.D.
ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์	3.64	1.01
63. บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า/บริการในต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	3.67	1.01
64. บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาขายสินค้า/บริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเรา	3.61	1.01
ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ	3.92	1.05
65. บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	3.89	1.04
66. บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ที่มีมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	3.95	1.06
ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด	3.72	1.09
67. บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง	3.84	1.12
68. บริษัทของท่านมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	3.32	1.03
69. บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง	4.01	1.12
หมายเหตุ n = 350 , standard error of skewness = .131 , standard error of kurtosis = .261		

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$) เมื่อพิจารณาประเด็นย่อยพบว่าปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด คือ ด้านความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) รองลงมา คือ ด้านความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) และด้านการประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.81$) เมื่อพิจารณาในรายละเอียดรายข้อ คำถามพบว่า

ด้านประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า/บริการในต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาขายสินค้า/บริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเรามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61

ด้านความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเรียง ได้แก่ บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ที่มีมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89

ด้านความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด ข้อความที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ บริษัทของท่านมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

สำหรับค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าใกล้เคียงกัน แสดงว่าความแตกต่างของคะแนนที่ประเมินมานั้นมีความแตกต่างกันไม่มาก ทั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุดคือด้านความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาดมีค่าเท่ากับ 1.09 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายมาก เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการตอบข้อมูลย้อนกลับที่แตกต่างกัน ส่วนตัวแปรสังเกตได้ ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานน้อยที่สุดเท่ากับ 1.01 แสดงว่าคะแนนที่ประเมินมีการกระจายเล็กน้อยจากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด เพราะกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ใกล้เคียงกัน ค่าความเบ้และความโด่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ทุกตัวแปรสังเกตได้ เนื่องจากค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และค่าความโด่งไม่เกิน 8 แสดงว่าข้อมูลนั้นมีการแจกแจงแบบปกติ (Kline, 2005)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ ตัวแบบเชิงโครงสร้าง

1. ผลการวิเคราะห์การแจกแจงข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์นี้เป็นการตรวจสอบการแจกแจงของข้อมูลของตัวแปรสังเกตแต่ละตัวว่ามีการแจกแจงปกติซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นก่อนใช้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (SEM) ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood เพื่อการตรวจสอบการแจกแจงของตัวแปรสังเกตได้โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าเบ้ของข้อมูล (Skewness) ความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) เพื่อทำตรวจสอบและสรุปผลว่าตัวแปรในการวิจัยแต่ละตัวมีการแจกแจงแบบปกติหรือไม่ สำหรับการตรวจสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรเดียวนิยมตรวจสอบโดยพิจารณาค่าเบ้ของข้อมูล (Skewness) ความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2542; สุธมาศ อังคุโชติ และคณะ, 2551) ซึ่งประกอบด้วย ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกต ซึ่งเป็นตัวแปรบ่งชี้ของตัวแปรแฝง (Latent Variable) จำนวน 4 องค์ประกอบ คือ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทูทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 แสดงค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปรสังเกต

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	MIN	MAX	แปลผล	Skewness	Kurtosis
EO							
Auto	3.45	1.05	2.00	5.00	มาก	0.11	-1.20
Compet	4.26	0.75	2.00	5.00	มาก	-0.51	-1.03
Pro	3.61	1.03	2.00	5.00	มาก	0.00	-1.21
Inno	3.16	1.05	1.00	5.00	มาก	0.44	-0.98
Risk	2.81	1.05	1.00	5.00	ปานกลาง	-0.46	-0.98
SC							
Soln	3.52	1.00	1.00	5.00	มาก	-0.07	-0.98
Tru	3.62	0.96	1.00	5.00	มาก	-0.18	-0.85
Cult	3.57	0.96	1.00	5.00	มาก	-0.20	-0.72
Den	3.58	1.00	1.00	5.00	มาก	-0.11	-1.04
Norm	3.36	0.99	1.00	5.00	ปานกลาง	0.14	-0.95

ตารางที่ 40 (ต่อ)

ตัวแปร	\bar{X}	S.D.	MIN	MAX	แปลผล	Skewness	Kurtosis
DC							
Adap	3.37	0.97	1	5	ปานกลาง	-0.08	-0.66
InnoCap	3.32	1.01	1	5	มาก	0.10	-0.90
Absor	4.12	0.82	2	5	ปานกลาง	-0.34	-1.16
CA							
CostAd	3.64	0.99	1	5	มาก	-0.28	-0.82
Diff	3.92	1.03	1	5	มาก	-0.56	-0.68
SRespon	3.72	1.06	1	5	มาก	-0.29	-1.01

จากตารางที่ 40 แสดงการวิเคราะห์ค่าสถิติพรรณนาลักษณะของตัวแปรสังเกต พบว่า ตัวแปรสังเกตมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ($\bar{X} = 2.81 - 4.26$) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) อยู่ระหว่าง 0.75 - 1.06 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีการกระจายอยู่ใกล้กับค่าเฉลี่ย เนื่องจาก ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 1

เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ของข้อมูล (Skewness) หรือความไม่สมมาตรของการแจกแจงในภาพรวม พบว่า ทุกตัวแปรที่มีอยู่ในแบบจำลอง มีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้ายเล็กน้อย (ค่าความเบ้ของข้อมูลเป็นลบ) แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรมีค่าคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีค่าความเบ้ของข้อมูลอยู่ระหว่าง -0.44 ถึง -0.56 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3

เมื่อพิจารณาค่าความโด่งของข้อมูล (Kurtosis) หรือความสูงของการแจกแจง พบว่า ตัวแปรที่มีอยู่ใน มีค่าความโด่งของข้อมูลราบกว่าปกติ (Platy Kurtic) โดยค่าความโด่งของข้อมูลที่คำนวณได้จะน้อยกว่าศูนย์หรือมีค่าเป็นลบ แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรสังเกตดังกล่าวมีการกระจายข้อมูลในลักษณะค่อนข้างต่ำหรือโค้งน้อยหรือมีการกระจายของข้อมูลมาก โดยมีค่าความโด่งของข้อมูลอยู่ระหว่าง -0.66 ถึง -1.21 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -8 ถึง +8 แสดงว่า ตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์แบบจำลองการวัดและแบบจำลองที่ได้พัฒนาขึ้น

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

การวิเคราะห์องค์ประกอบเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างเพราะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างตัวแปรแฝงข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบ คือ ตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กันผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) ทำให้ได้เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต เพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง เนื่องจากข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญของการวิเคราะห์องค์ประกอบคือตัวแปรต้องมีความสัมพันธ์กัน เพื่อวัตถุประสงค์หลักของการวิเคราะห์องค์ประกอบในการรวมกลุ่มของตัวแปรที่สัมพันธ์กัน ซึ่งการตรวจสอบว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากหรือนั้น ผู้วิจัยใช้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า คือ Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) และสถิติ Bartlett's test of sphericity เพื่อทดสอบว่าตัวแปรสังเกตทั้งหมดเป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) หรือไม่ (สุภมาส อังคุโชติ และคณะ, 2551) ดังตารางที่ 41



ตารางที่ 41 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่างตัวแปรสังเกต

ตัวแปร	Auto	Compet	Pro	Inno	Risk	Soln	Tru	Cult	Den	Norm	Adap	InnoCap	Absor	CostAd	Diff	SRespon
Auto	1.00															
Compet	.582**	1.00														
Pro	.558**	.647**	1.00													
Inno	.603**	.625**	.550**	1.00												
Risk	.361**	.358**	.334**	.216**	1.00											
Soln	.337**	.357**	.371**	.393**	.197**	1.00										
Tru	.399**	.287**	.366**	.236**	.241**	.533**	1.00									
Cult	.336**	.324**	.307**	.241**	.217**	.599**	.607**	1.00								
Den	.360**	.310**	.316**	.349**	.261**	.525**	.535**	.509**	1.00							
Norm	.449**	.463**	.437**	.436**	.305**	.424**	.373**	.608**	.344**	1.00						
Adap	.188**	.234**	.227**	.169**	.117**	.123**	.153**	.123**	.252**	.274**	1.00					
InnoCap	.306**	.395**	.465**	.278**	.175**	.199**	.192**	.220**	.287**	.328**	.502**	1.00				
Absor	.341**	.530**	.396**	.344**	.216**	.186**	.243**	.197**	.258**	.332**	.510**	.685**	1.00			
CostAd	.347**	.320**	.332**	.312**	.394**	.216**	.279**	.235**	.215**	.327**	.177**	.215**	.280**	1.00		
Diff	.316**	.374**	.396**	.360**	.460**	.277**	.271**	.190**	.403**	.256**	.085**	.197**	.254**	.482**	1.00	
SRespon	.369**	.371**	.437**	.322**	.457**	.316**	.211**	.240**	.408**	.346**	.109**	.261**	.246**	.407**	.684**	1.00
μ	3.45	4.26	3.61	3.16	2.81	3.52	3.62	3.57	3.58	3.36	3.36	3.32	4.11	3.64	3.92	3.72
S.D.	1.05	0.75	1.03	1.05	1.05	1.00	0.96	0.96	1.00	0.99	0.97	1.01	0.82	0.99	1.03	1.06

หมายเหตุ ** p < 0.01

จากตารางที่ 41 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกต ทั้ง 16 ตัวแปร มีความสัมพันธ์และความสัมพันธ์ของตัวแปรทุกคู่มีทิศทางเดียวกันโดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก จำนวน 120 คู่มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่าง 0.20 – 0.69 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ของตัวแปรต้องมีค่าไม่เกิน 0.80 ซึ่งแสดงว่าตัวแปรที่ศึกษาไม่มีปัญหาในเรื่องความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Mills et al., 2010; Suzuki et al., 2012) รวมทั้งการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปร พบว่าค่า KMO ที่ได้คือ .852 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 มีความเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์หองค์ประกอบดีมากและค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ (Bartlett's Test = 2656.752, df = 120, Sig = 0.000) ดังนั้น ตัวแปรเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุจึงมีความเหมาะสมที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์แบบจำลองการวัดและแบบจำลองการวิจัยที่พัฒนาขึ้น (Hair et al., 2011)

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อการตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องของตัวแปรสังเกตที่สามารถวัดตัวแปรแฝงในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทุนทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ดังนี้

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) 4) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และ 5) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงระดับปานกลางระหว่าง 0.216 ถึง 0.674 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 741.005, df = 10, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) = 0.833 แสดงว่าตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 42

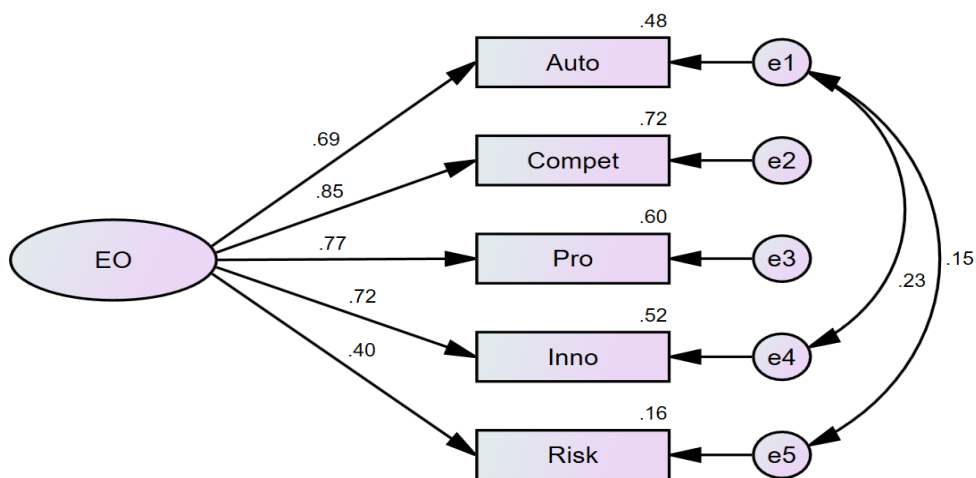
ตารางที่ 42 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

	Auto	Compet	Pro	Inno	Risk
Auto	1				
Compet	.582**	1			
Pro	.558**	.647**	1		
Inno	.603**	.625**	.550**	1	
Risk	.361**	.358**	.334**	.216**	1
\bar{X}	3.45	4.26	3.61	3.16	2.81
S.D.	1.05	0.75	1.03	1.05	1.05

Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 664.183, df = 10, p = 0.000, KMO =0.882

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = 7.629, df = 3, p = .054, CMIN/DF = 2.543, CFI = 0.993, GFI = 0.991, AGFI = 0.957, RMR = 0.024, แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) พบว่า ตัวแปรที่น้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) 2) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) 3) การความมีนวัตกรรม (Innovativeness) 4) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) และ 5) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.77, 0.72, 0.69 และ 0.40 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ร้อยละ 72, 60, 52, 48 และ 16 ตามลำดับ ดังภาพที่ 11 และตารางที่ 43



Chi-square=7.629,df=3,p-value=.054,
Chi-square/df=2.543,CFI=.993,GFI=.991

ภาพที่ 11 แสดงแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ
(Entrepreneurial Orientation)

ตารางที่ 43 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ(EO)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Auto	.692	.072	13.37	.479	.104
Compet	.850	.065	13.18**	.723	.133
Pro	.772	.083	12.72**	.595	.205
Inno	.719	-	-	.517	.449
Risk	.399	.082	6.79**	.159	.037

Chi-Square = 7.629, df = 4, p = 0.054, CFI = 0.993,

GFI = 0.991, AGFI = 0.957, RMR = 0.024,

หมายเหตุ ** p < 0.01

ทุนทางสังคม (SC)

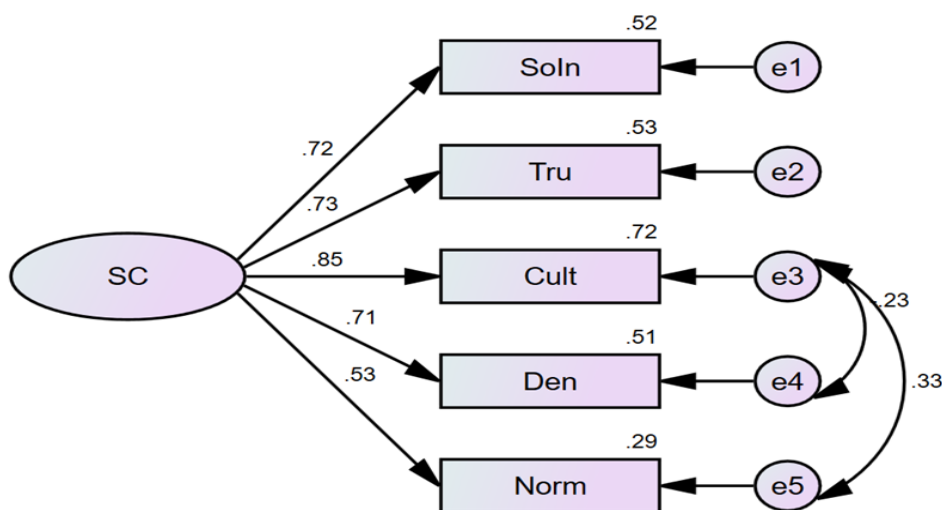
การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบทุนทางสังคม (SC) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) ความไว้วางใจ (Trust) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) และ บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 องค์ประกอบของทุนทางสังคม พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับต่ำถึงระดับปานกลาง 0.344 ถึง 0.607 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 668.902, df = 10, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = 0.819 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดีตารางที่ 44

ตารางที่ 44 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองทุนทางสังคม (SC)

	Soln	Tru	Cult	Den	Norm
Soln	1				
Tru	.533**	1			
Cult	.599**	.607**	1		
Den	.525**	.535**	.509**	1	
Norm	.424**	.373**	.608**	.344**	1
\bar{X}	3.52	3.62	3.57	3.58	3.36
S.D.	1.00	0.96	0.96	1.00	0.99
Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 668.902, df = 10, p = 0.000, KMO = 0.819					

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = 4.823, df = 4, p = .306, CMIN/DF = 1.206, CFI = .999, GFI = .995, AGFI = .980, RMR = 0.016 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของทุนทางสังคม (SC) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ทุนทางสังคม (SC) ทั้งหมด 5 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) 2) ความไว้วางใจ (Trust) 3) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) 4) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density) และ 5) บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.73, 0.72, 0.71 และ 0.53 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ทุนทางสังคม (SC) ร้อยละ 73, 53, 52, 51, และ 29 ตามลำดับ ดังภาพที่ 12 และตารางที่ 45



Chi-square=4.823,df=4,p-value=.306,
Chi-square/df=1.206,CFI=.999,GFI=.995

ภาพที่ 12 แสดงแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)

ตารางที่ 45 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดทุนทางสังคม (SC)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปล.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Soln	.720	.061	14.643**	.519	0.21
Tru	.731	.058	14.926**	.534	0.23
Cult	.850	-	-	.722	0.24
Den	.714	.070	12.744**	.510	0.16
Norm	.535	.060	10.825**	.286	0.03

Chi-Square = 4.823, df = 4, p = .306, CMIN/DF = 1.206, CFI = .999,
GFI = .995, AGFI = .980, RMR = .016

หมายเหตุ ** p < 0.01

ความสามารถเชิงพลวัต (DC)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัต (DC) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัว (Adaptive capacity) ความสามารถในการดูดซับ (Absorptive capacity) และ สมรรถนะทางนวัตกรรม (Innovative capacity) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบของความสามารถเชิงพลวัต (DC) พบว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับสูงระหว่าง 0.502 ถึง 0.685 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 345.624, df = 3, p = 0.000 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) = .680 เหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ ดังตารางที่ 46

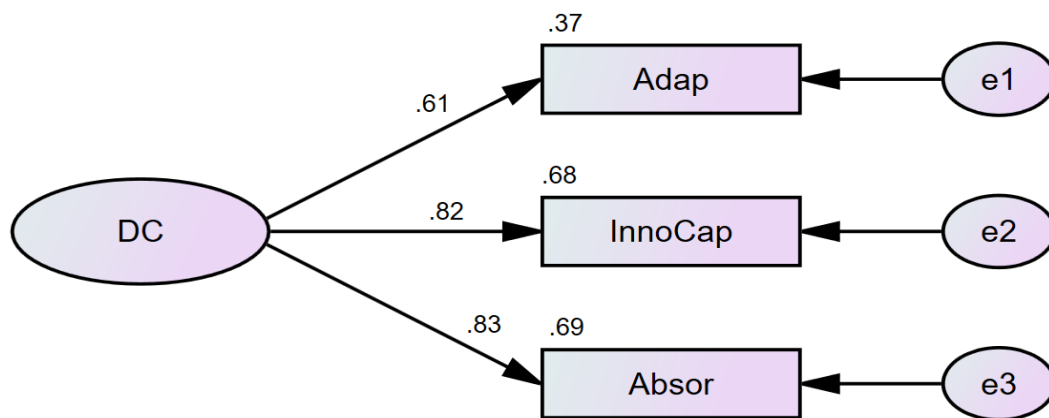
ตารางที่ 46 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลอง
ความสามารถเชิงพลวัต (DC)

	Adap	InnoCap	Absor
Adap	1		
InnoCap	.502**	1	
Absor	.510**	0.685**	1
\bar{X}	3.36	3.32	4.11
S.D.	0.97	1.01	0.82

Bartlett's test of sphericity 345.624, df = 3, p = 0.000, KMO = 0.680

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = .001, df = 1, p = 0.970, CMIN/DF = .001, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 1.00, RMR = 0.001, แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความสามารถเชิงพลวัต (DC) พบว่าตัวแปรมีน้ำหนักในการบ่งชี้ว่าความสามารถเชิงพลวัตมี 3 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย คือ 1) ความสามารถในการดูดซับความรู้ 2) สมรรถนะทางนวัตกรรม และ 3) ความสามารถในการปรับตัว ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83, 0.82 และ 0.61 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความสามารถเชิงพลวัต (DC) ร้อยละ 69, 68 และ 37 ตามลำดับ ดังภาพที่ 13 และตารางที่ 47



Chi-square=.001,df=1,p-value=.970,
Chi-square/df=.001,CFI=1.000,GFI=1.000

ภาพที่ 13 แสดงแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)

ตารางที่ 47 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความสามารถเชิงพลวัต (DC)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สปส.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
Adap	.612	.063	11.389**	.375	.141
InnoCap	.822	.052	15.859**	.676	.350
Absor	.833	-	-	.694	.464

Chi-Square = .001, df = 1, p = .970 , CMIN/DF = 0.001 CFI = 1.00,
GFI = 1.00, AGFI = 1.00, RMR = .000

หมายเหตุ ** p < 0.01

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

การวิเคราะห์ตัวแปรองค์ประกอบความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) ตามแนวคิด Liu (2017), Porter (1980) และ Wu and Chen (2012) ผู้วิจัยทำการตรวจสอบค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทั้ง 3 องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีค่าความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางถึงระดับสูงระหว่าง 0.407 ถึง 0.684 ผลการวิเคราะห์เมทริกซ์สหสัมพันธ์ด้วย Bartlett's test of sphericity ได้ค่า Chi-Square = 315.922, df = 3, p = 0.000 ซึ่งแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่า เมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตไม่ใช่เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity Matrix) และตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมากพอที่จะสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบได้ และค่าดัชนี Kaiser-Mayer-Olkin (KMO) = 0.644 แสดงว่า ตัวแปรมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้ดี ดังตารางที่ 48

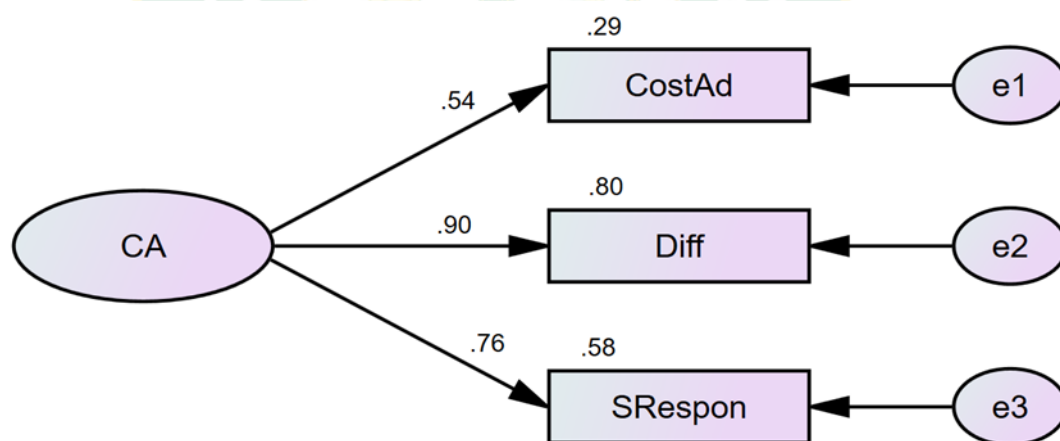
ตารางที่ 48 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตของแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

	SC	Diff	SRespon
CostAd	1		
Diff	.482**	1	
SRespon	.407**	.684**	1
\bar{X}	3.64	3.92	3.72
S.D.	0.99	1.03	1.06

Bartlett's test of sphericity Chi-Square = 315.922, df = 3, p = 0.000, KMO = 0.644

หมายเหตุ ** p < 0.01

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ค่า Chi-Square = .015, df = 1, p = .901, CMIN/DF = .015, CFI = 1.00, GFI = 1.00, AGFI = 0.99, RMR = 0.001 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาองค์ประกอบย่อยของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) พบว่า ตัวแปรมีน้ำหนักความสำคัญในการบ่งชี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ทั้งหมด 3 ตัวแปร ซึ่งเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยคือ 1) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation), 2) ความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) และ 3) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage), ตามลำดับ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.90, 0.76 และ 0.54 ตามลำดับ และมีความผันแปรร่วมของตัวบ่งชี้ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ร้อยละ 80, 58 และ 29 ตามลำดับ ดังภาพที่ 14 และตารางที่ 49



Chi-square=.015,df=1,p-value=.901,
Chi-square/df=.015,CFI=1.000,GFI=1.000

ภาพที่ 14 แสดงแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

ตารางที่ 49 แสดงผลการตรวจสอบความตรงของแบบจำลองการวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)

ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²	เมทริกซ์สแปด.คะแนน องค์ประกอบ
	β_i	S.E.	b_i		
CostAd	.537	.056	10.367**	.289	.102
Diff	.895	-	-	.801	.590
SRespon	.763	.052	16.838**	.583	.232

Chi-Square = .015, df = 1, p = .901, CFI = 1.00, GFI = 1.000,
AGFI = 1.000, RMR = 0.001

หมายเหตุ ** p < 0.01

ตอนที่ 3 ผลการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัตที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ที่พัฒนาขึ้นว่าพบอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลร่วม ของตัวแปรต่อกันหรือไม่ เป็นไปในทิศทางใดและมีน้ำหนักในความสัมพันธ์กันมากน้อยเพียงใด โดยตรวจสอบจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการสำรวจ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งเป็นการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลร่วม ของปัจจัยที่นำมาศึกษาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งแรกภายหลังการเก็บข้อมูลพบว่ายังไม่เป็นไปตามเกณฑ์ทางสถิติเรื่องความสอดคล้องที่ดีของแบบจำลอง ผู้วิจัยจึงได้ทำการปรับแบบจำลองโดยตรวจสอบผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ว่ามีความสมเหตุสมผลทางการทดสอบภาวะสารูปสนิทธิ (Goodness - of - Fit Test) เป็นการทดสอบข้อมูลที่จำแนกทางเดียว เป็นการทดสอบว่า การแจกแจงความถี่ที่สังเกตได้จะแตกต่างกับการแจกแจงความถี่ที่คิดว่าจะเป็นตามทฤษฎีหรือความเชื่อโดยมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นเกณฑ์ชีวิต ขั้นตอนในการทดสอบต้องไม่มีค่าใดเกินความเป็นจริงพ้นจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงพหุคูณกำลังสอง (Squared multiple correlation) ให้มีความเหมาะสมรวมทั้งพิจารณาค่าความ

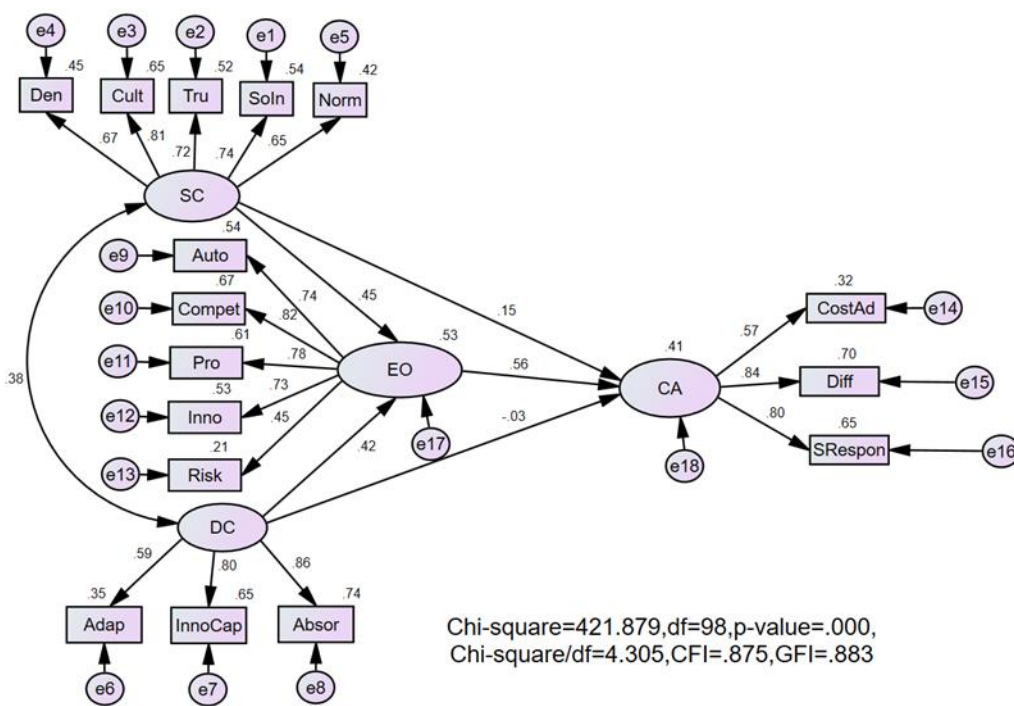
สอดคล้องรวม (Overall Fit) ของตัวแบบว่าโดยภาพรวมแล้วตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เพียงใดและหยุดปรับตัวแบบเมื่อพบว่าผลการวิเคราะห์เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 50 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (ก่อนปรับแบบจำลอง)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Chi-Square (χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	390.296	-
df	-	98	-
p-value	$p > 0.05$	0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	3.983	ไม่ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	.831	ไม่ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	.883	ไม่ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	.838	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.08	.092	ไม่ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	.085	ไม่ผ่านเกณฑ์
HOELTER	≥ 200	110	ไม่ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 50 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (ก่อนปรับแบบจำลอง) พบว่า แบบจำลองยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากสถิติที่ใช้ตรวจสอบ ความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่า Chi-Square (χ^2) เท่ากับ 390.296 ค่าองศาอิสระ (df) = 98 ค่า p-value เท่ากับ 0.000 มีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) เท่ากับ 3.983 มีค่ามากกว่า 3 ค่าดัชนี CFI เท่ากับ .831 มีค่าน้อยกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI เท่ากับ .883 มีค่าน้อยกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI = .838 มีค่าน้อย

กว่า 0.90 ค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ .092 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าดัชนี RMR เท่ากับ .085 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าดัชนี HOELTER เท่ากับ 110 มีค่าน้อยกว่า 200 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ค่าสถิติที่สำคัญทุกตัวยังไม่ผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้สรุปได้ว่า แบบจำลองยังไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และเกิด ความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วมติดลบ ระหว่างความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งไม่เป็นไปตามทฤษฎี ดังภาพที่ 15



ภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ในประเทศไทย (ก่อนปรับแบบจำลอง)

ในกรณีผลการตรวจสอบพบว่าแบบจำลองตามสมมติฐานไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับแบบจำลองโดยพิจารณาความเป็นไปได้ในเชิงทฤษฎีและอาศัยดัชนีปรับแบบจำลอง (Model Modification Indices: MI) เป็นแนวทางในการปรับแบบจำลอง จนกว่าจะได้แบบจำลองที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้หลักเกณฑ์ในการปรับแต่งแบบจำลอง ดังนี้

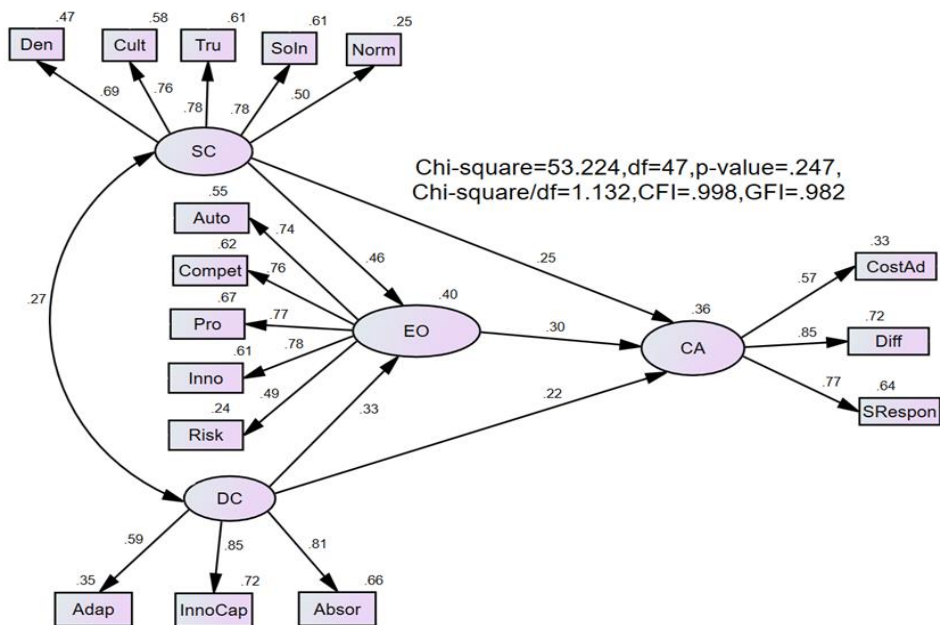
1. ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วม โดยตรงระหว่างตัวแปรแฝง X กับ Y
2. ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วม โดยตรงระหว่างตัวแปรส่งผ่าน (Mediator variable: Med) กับ Y
3. ไม่สามารถโยงความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วม โดยตรงระหว่างความคลาดเคลื่อน (error) ของตัวแปรส่งผ่าน กับความคลาดเคลื่อน (error) Y
4. เมื่อปรับแบบจำลองแล้ว ค่าน้ำหนักวิเคราะห์การถดถอย (Regression Weight) ระหว่างตัวแปรแฝงในสมการโครงสร้างต้อง Sig และมีทิศทางเป็นไปตามทฤษฎีที่ได้ระบุไว้
5. เมื่อปรับแบบจำลองแล้วค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองต้องเป็นไปตามเกณฑ์
6. เมื่อปรับแบบจำลองแล้วความสัมพันธ์ของความแปรปรวนร่วม โดยรวมทั้งแบบจำลอง ต้องไม่ติดลบ “covariance matrix is not positive definite. For more, see the discussion of the message: "This solution is not admissible".”

ผลการวิเคราะห์บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง) จากการปรับแบบจำลองได้แบบจำลองที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์และได้ค่าสถิติตามเกณฑ์ที่กำหนดผลการวิเคราะห์ (หลังปรับแบบจำลอง) ดังตารางที่ 51

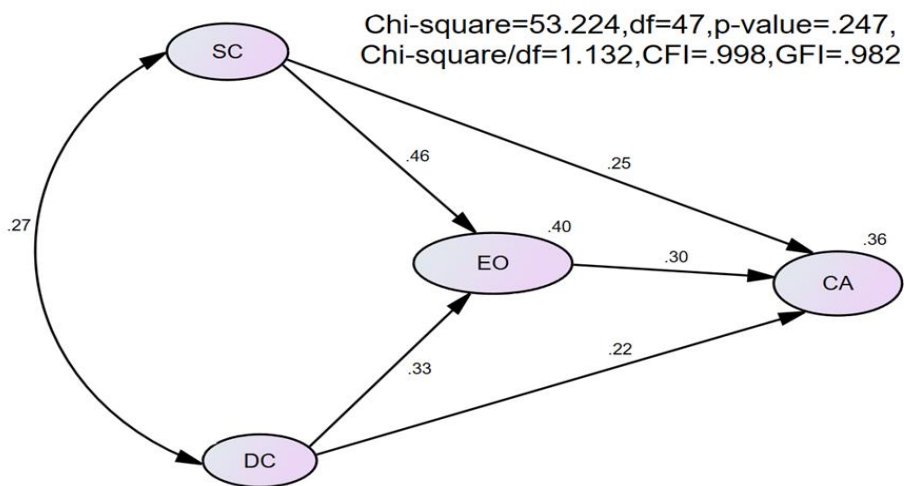
ตารางที่ 51 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองการศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง)

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
Chi-Square (χ^2)	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ > 0.05	53.224	-
df	-	47	-
p-value	p > 0.05	.247	ผ่านเกณฑ์
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.132	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.90	.998	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	.982	ผ่านเกณฑ์
AGFI	> 0.90	.947	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	.019	ผ่านเกณฑ์
RMR	< 0.05	.022	ผ่านเกณฑ์
HOELTER	> 200	420	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 51 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง) พบว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากสถิติที่ใช้ตรวจสอบ ความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่า Chi-Square (χ^2) = 53.224 ค่าองศาอิสระ (df) = 47 ค่า p-value = .247 มีค่ามากกว่า 0.05 ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2 / df) = 1.132 มีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนี CFI = .998 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี GFI = .982 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี AGFI = .947 มีค่ามากกว่า 0.90 ค่าดัชนี RMSEA = .019 มีค่าน้อยกว่า .050 ค่าดัชนี RMR = .022 มีค่าน้อยกว่า .050 ค่าดัชนี HOELTER = 420 มีค่ามากกว่า 200 ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ค่าสถิติที่สำคัญทุกดัชนีผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนดไว้สรุปได้ว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 16



ภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรม และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง)



ภาพที่ 17 ภาพสรุปผลการวิเคราะห์แบบจำลอง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะ
การเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม
ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรม
และวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยและผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 52 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลในแบบจำลองบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะ
การเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม
ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและ
วิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย (หลังปรับแบบจำลอง)

ตัวแปรตาม	ทุนทางสังคม (SC)	ความสามารถเชิงพลวัต (DC)	คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO)			ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)		
ตัวแปรเชิงสาเหตุ	<i>r</i>	<i>r</i>	TE	DE	IE	TE	DE	IE
ทุนทางสังคม (SC)		.269	.460**	.460**		.382**	.246**	.136**
ความสามารถเชิงพลวัต (DC)	.269		.332**	.332**		.315**	.217**	.098**
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)						.296**	.296**	
R-squared			.404			.362		

Chi-Square = 53.224, df = 47, p = 0.247, CMIN/DF = 1.132, CFI = .998,
GFI = .982, AGFI = .947, RMR = .022, RMSEA = .019, HOELTER = 420 ('critical N')

หมายเหตุ ** หมายถึง $p < 0.01$

จากตารางที่ 52 พบว่า ทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.246 อีกทั้งยังมีอิทธิพลทางอ้อมในทางบวกผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกเท่ากับ 0.136 และมีขนาดอิทธิพลร่วมเชิงบวกมีขนาดเท่ากับ 0.382 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงมีขนาดเท่ากับ 0.217 อีกทั้งยังมีอิทธิพลทางอ้อมในทางบวกผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกเท่ากับ 0.098 และมีขนาดอิทธิพลร่วมเชิงบวกมีขนาดเท่ากับ 0.315 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.296 และมีขนาดอิทธิพลร่วมเชิงบวกโดยมีขนาดของอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.296 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปทุนทางสังคม (SC) และความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของสมการโครงสร้างตัวแปรแฝงภายใน พบว่าค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) มีค่าเท่ากับ 0.362 หรือตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ได้ร้อยละ 36 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 64 เกิดจากปัจจัยอื่น และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีค่าเท่ากับ 0.40 หรือตัวแปรในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ได้ร้อยละ 40 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 60 เกิดจากปัจจัยอื่น

ตารางที่ 53 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกต

	ตัวแปร	เมทริกซ์น้ำหนักองค์ประกอบ			R ²
		β_i	S.E.	b_i	
EO					
	Auto	.734	.071	13.576**	.551
	Compet	.761	.052	13.519**	.618
	Pro	.771	.074	13.242	.674
	Inno	.779	-	-	.607
	Rick	.488	.087	7.323**	.238
SC					
	Soln	.779	-	-	.608
	Tru	.783	.074	13.025**	.612
	Cult	.759	.074	12.379**	.576
	Den	.688	.077	11.578**	.473
	Norm	.502	.075	8.418**	.252
DC					
	Adap	.591	.062	10.752**	.349
	InnoCap	.849	-	-	.721
	Absor	.809	.056	13.937**	.655
CA					
	CostAd	.571	.063	10.341**	.326
	Diff	.847	-	-	.717
	SRespon	.769	.073	12.826	.637

หมายเหตุ ** หมายถึง $p < 0.01$

จากตารางที่ 53 ผลการวิเคราะห์ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกต ดังนี้

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ พบว่าเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตจะเห็นว่ามียุทธศาสตร์สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ การความมีนวัตกรรม (Inno) รองลงมาคือการทำงานเชิงรุก (Pro) ความความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Compet) ความความเป็นอิสระในการบริหาร (Auto) และ ความการยอมรับความเสี่ยง (Risk) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78, 0.77, 0.76, 0.74 และ 0.49 ตามลำดับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.67- 0.24

ทุนทางสังคม (SC) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ พบว่าเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตจะเห็นว่ามียุทธศาสตร์สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือความไว้วางใจ (Trust) รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Soln) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Cult) ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Den) และบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Norm) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.78, 0.78, 0.76, 0.72 และ 0.50 ตามลำดับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.61-0.25

ความสามารถเชิงพลวัต (DC) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ พบว่าเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตจะเห็นว่ามียุทธศาสตร์สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ สมรรถนะทางนวัตกรรม (InnoCap) รองลงมาคือความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absor) และความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absor) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.81, และ 0.59 ตามลำดับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.72-0.35

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ พบว่าเมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตจะเห็นว่ามียุทธศาสตร์สำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด คือ ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) รองลงมาคือความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (SResponse) และประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (CostAd) ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85, 0.77, และ 0.57 ตามลำดับโดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.72-0.33

ตารางที่ 54 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1: ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลต่อทุนทางสังคม (SC) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2: ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3: ทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4: ทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 5: คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย	ยอมรับสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 6: ความสามารถเชิงพลวัต (DC) และทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย โดยผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)	ยอมรับสมมติฐาน

โดยสรุปการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลที่รวบรวมจากผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษาพัฒนานวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และได้รับทุนสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจ ปี พ.ศ. 2559 ถึงปี พ.ศ. 2561 จำนวนทั้งสิ้น 350 ราย โดยการศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย โดยผู้วิจัยมีเชื่อจากการทบทวนวรรณกรรมว่า ความสามารถเชิงพลวัตและทุนทางสังคม ที่มีบทบาทต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ และในขณะเดียวกันคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ก็มีบทบาทต่อความ

ได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ จึงเป็นไปได้ที่จะมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตและทุนทางสังคมกับความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ซึ่งในตัวแปรสังเกตที่อาจมีความเชื่อมโยงส่งผลต่อกัน มีความเป็นไปได้ที่น่าจะชัดเจนในกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย การเข้าไปศึกษาวิจัยถึงอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมในบริบทเหล่านี้จะทำให้ค้นพบข้อมูลเชิงประจักษ์ ว่ามีบทบาทของเป็นตัวแปรส่งผ่านเกิดขึ้นจริงหรือไม่ในแบบจำลองและเป็นไปได้ตามการเชื่อมโยงจากการทบทวนวรรณกรรม หรือไม่ และผู้วิจัยจะนำผลของการศึกษาที่ได้มานำเสนอใน ผลสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะจากการวิจัยต่อไป



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การวิจัยบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย เพื่อต้องการหาคำตอบในทางวิชาการว่าด้วยข้อสงสัยคือ ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อกันอย่างไร ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ ประการที่สองเพื่อหาคำตอบว่า ความสามารถเชิงพลวัต และทุนทางสังคม มีอิทธิพลร่วมกันหรือไม่อย่างไรต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ ของกิจการของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย เมื่อผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษาพัฒนา นวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 350 ราย

ตัวแปรภายในแบบจำลองที่ใช้ในการวิจัยนี้ประกอบไปด้วยตัวแปรแฝง 4 ตัว ได้แก่ ทุนทางสังคม (SC) ความสามารถเชิงพลวัต (DC) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ (EO)

เครื่องมือที่ใช้การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่พัฒนาจากกรอบแนวคิดที่ได้ทำการ ทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีจำนวนข้อ เป็นคำถามที่ถามข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 13 ข้อและคำถามหัวข้อวิจัย 4 ปัจจัย 69 ข้อรวม จำนวนทั้งสิ้น 83 ข้อ

โดยสรุปผลการวิจัยแบ่งนำเสนอ 4 ส่วน รายละเอียดดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย (Conclusions)
2. การอภิปรายผลการวิจัย (Discussion of Findings)
3. ประโยชน์และการนำไปใช้ (Contribution and Implications)
 - 3.1 ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical contribution)
 - 3.2 ประโยชน์เชิงปฏิบัติ (Practical contribution)
4. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต (Limitations and Suggestions for future research)

สรุปผลการวิจัย

ในส่วนการสรุปผลการวิจัยนี้ผู้วิจัย ได้สรุปผลการวิจัยเป็น 5 ประเด็นคือ ประเด็นที่หนึ่ง. ผลสรุปข้อมูลทั่วไปของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประเด็นที่สองเป็นการสรุปกระบวนการทัศนด้านแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในครั้งนี้ ประเด็นที่สามเป็นการสรุปด้านเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลการวิจัย ประเด็นที่สี่สรุปผลแบบจำลองสมการโครงสร้าง และประเด็นที่ห้าสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลสรุปข้อมูลทั่วไปประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือกลุ่มกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษา พัฒนานวัตกรรมจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในช่วงปี พ.ศ. 2559- 2561 จำนวน 1,100 ราย ผู้วิจัยได้ทำการกระจายแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 750 ชุด และได้รับการส่งกลับแบบสอบถามกลับมาถึง 370 ฉบับคิดเป็นอัตราร้อยละ 49.00 และผู้วิจัยได้คัดกรองแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบตามพร้อมสำหรับการวิเคราะห์ที่ได้จำนวนตัวอย่างที่สามารถใช้สำหรับการวิเคราะห์ได้ 350 ชุด โดยมีข้อมูลทั่วไปดังนี้

เพศของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 319 คน คิดเป็น ร้อยละ 91.40 และเพศหญิง จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 ตามลำดับ ช่วงอายุกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุอยู่ระหว่าง 45 – 49 ปีจำนวน 97 คนคิดเป็นร้อยละ 27.9 และ ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป 90 คนคิดเป็นร้อยละ 25.9 อายุอยู่ระหว่าง 45 – 49 ปีจำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 27.9 มีอายุอยู่ระหว่าง ต่ำกว่า 30 ปีจำนวน 16 คนคิดเป็นร้อยละ 4.6 โดยมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมีจำนวน 80 คนคิดเป็นร้อยละ 80.5 สูงกว่าปริญญาตรี 532 คนคิดเป็นร้อยละ 15.2 และต่ำกว่าปริญญาตรี 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ทั้งหมดผ่านประสบการณ์การทำงานก่อนส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีจำนวน 86 คนคิดเป็นร้อยละ 62.4 พนักงานบริษัทเอกชนมีจำนวน 217 คนคิดเป็นร้อยละ 24.7 พนักงานรัฐวิสาหกิจมีจำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 และรับราชการมีจำนวน 15 คนคิดเป็นร้อยละ 4.31 ตำแหน่งงานที่ทำก่อนที่จะเข้าสู่กิจการปัจจุบันส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานเป็นพนักงาน 256 คนคิดเป็นร้อยละ 73.6 ผู้บริหารระดับต้น 58 คนคิดเป็นร้อยละ 16.7 ผู้บริหารระดับกลาง 32 คนคิดเป็นร้อยละ 9.2 และผู้บริหารระดับสูง 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.6 และปัจจุบันส่วนใหญ่มีตำแหน่งในกิจการเป็นผู้บริหาร 305 คนคิดเป็นร้อยละ 87.6 เป็นหุ้นส่วนและผู้บริหาร 25คนคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเป็นเจ้าของและผู้บริหาร 18 คนคิดเป็นร้อยละ 5.2 โดยมีรูปแบบการดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด 305 รายคิดเป็นร้อยละ 87.6 ห้างหุ้นส่วน 25 รายคิดเป็นร้อยละ 7.2 และเจ้าของคน

เดียว 18 รายคิดเป็นร้อยละ 5.2 และมีอายุของกิจการอยู่ระหว่าง 10 ปีขึ้นไป 207 กิจการคิดเป็นร้อยละ 59.5 มีอายุของกิจการ 5 – 10 ปี 122 กิจการคิดเป็นร้อยละ 35.1 และต่ำกว่า 5 ปี 19 กิจการคิดเป็นร้อยละ 5.5 มีส่วนในการจ้างงานโดยมีจำนวนลูกจ้างอยู่ระหว่าง 50 – 199 คน มีจำนวน 204 กิจการคิดเป็นร้อยละ 58.6 มีจำนวนลูกจ้าง 200 คนขึ้นไปมีจำนวน 101 กิจการคิดเป็นร้อยละ 29.0 และมีจำนวนลูกจ้างต่ำกว่า 50 คนมีจำนวน 43 กิจการคิดเป็นร้อยละ 12.4 รวมทั้งสิ้น 73,661 อัตราโดยประมาณ จำแนกปีที่กิจการร่วมโครงการฯออกได้ดังนี้ ร่วมโครงการฯ ในปีพ.ศ. 2559 มีจำนวน 69 กิจการคิดเป็นร้อยละ 19.8 ร้อยละ พ.ศ. 2560 มีจำนวน 82 กิจการคิดเป็นร้อยละ 23.6 และ พ.ศ. 2561 มีจำนวน 197 กิจการคิดเป็นร้อยละ 56.6 ทั้ง 350 เข้าร่วมโครงการฯอย่างน้อย 4 ปีภาษี ไม่มีผลกำไรในปีภาษีที่ผ่านมา 14 กิจการคิดเป็นร้อยละ 4.0 และมีผลกำไร 334 กิจการคิดเป็นร้อยละ 96.0 จัดกลุ่มกิจการตามลักษณะของกิจการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรม 325 กิจการคิดเป็นร้อยละ 93.4 และเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจเริ่มต้น 23 กิจการคิดเป็นร้อยละ 6.6 แบ่งมาประเภทของกิจการ กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการในภาคการผลิต 186 กิจการคิดเป็นร้อยละ 53.4 เป็นผู้ประกอบการในภาคบริการ 96 กิจการคิดเป็นร้อยละ 27.6 เป็นเป็นผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเกษตร 36 กิจการคิดเป็นร้อยละ 10.3 ผู้ประกอบการในภาคการพาณิชย์การ 24 กิจการคิดเป็นร้อยละ 6.9 และเป็นผู้ประกอบการในภาคการนำเข้าหรือส่งออก 6 กิจการคิดเป็นร้อยละ 1.7

2. สรุปกระบวนการทัศน์ทางทฤษฎี

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถเชิงพลวัต ทักษะทางสังคม และ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการทบทวนวรรณกรรมทั้งจากหนังสือตำรา เอกสารทางวิชาการ และผลงานการตีพิมพ์งานวิจัยจากวารสารต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ของหัวข้อข้างต้นนี้ ถ้ามีนักวิชาการท่านใดได้นำเสนอเหตุผลทางวิชาการเลขเด่นดังกล่าวไว้บ้างอย่างไรจึงพอจะสรุปเป็นกระบวนการทัศน์ทางทฤษฎีของงานวิจัยฉบับนี้ได้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) Richard Cantillon (ประมาณ ค.ศ. 1730) ให้นิยามกว้าง ๆ ประกอบด้วย 3 ประเด็นว่า "ความเป็นผู้ประกอบการคือผู้ที่มี" 1) ความไม่แน่นอนและความเสี่ยง 2) ความสามารถในการบริหารจัดการที่สมบูรณ์และ 3) การฉวยโอกาสจากการสร้างสรรค์ (Cantillon, 2000). Schumpeter (1934) กล่าวว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นเจ้าของกิจการที่ปฏิรูปและปฏิวัติรูปแบบการผลิตโดยการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อเพื่อตอบสนองปัจจัยความต้องการ Lumpkin and Dess (2001) เสนอว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการทำให้ธุรกิจ

ทำให้สามารถเติบโตได้อย่างรวดเร็ว โดยจำแนกองค์ประกอบออกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน (Autonomy) คือการมีอิสระในแนวคิดและแนวทางในการทำงาน ของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลสามารถใช้ความคิดใหม่ ๆ สร้างผลงานได้เอง 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือองค์ความสามารถครอบครองสิ่งใหม่ที่ใช้ในการดำเนินงานอันได้แก่การมีความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ ความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรมองค์กร และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ 3) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือการทำงานที่กำหนดวางแผนไว้ล่วงหน้า มีวิธีปฏิบัติที่ตอบสนองแผนงานอย่างเหมาะสม มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงานเสมอ และพร้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือการตอบสนองต่อการกระทำของกลุ่มแข่งขันในธุรกิจโดยการทุ่มเทพยายามเพื่อให้เกิดผลทางการแข่งขันหรือเพื่อตำแหน่งทางการตลาด และ 5) การยอมรับความเสี่ยง (Risk taking) คือความพร้อมยอมรับที่จะตัดสินใจและการดำเนินงานภายใต้ความไม่แน่นอน โดยมีความรู้และข้อมูลเป็นฐานในการตัดสินใจในทางธุรกิจ (Lyon et al., 2000)

โดยสรุปคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการก็คือ ลักษณะขององค์กรทางธุรกิจหรือกิจการที่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้กิจการมีการเติบโตและความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว มีตัวชี้วัดคือ 1) ความเป็นอิสระในการบริหารงาน 2) ความมีนวัตกรรม 3) การทำงานเชิงรุก 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และ 5) การยอมรับความเสี่ยง

2.2 ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability)

ความสามารถเชิงพลวัต คือ ความสามารถในการบูรณาการทรัพยากรภายในขององค์กรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสามารถในการดำเนินกิจการขององค์กร มีรากฐานมาจากแนวคิดฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource Based View :RBV) (Barney, 1991; Penrose, 1995) 1) เป็นเรื่องของสิ่งที่องค์กรมีความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability) มีการซึมซับบทเรียน ข้อมูล ประสบการณ์หรือองค์ความรู้ระหว่างหน่วยธุรกิจภายในองค์กร ตั้งแต่ระดับบุคคล กลุ่ม และองค์กร ในมิติเวลาที่แตกต่างกันอย่างเห็นคุณค่าและการถ่ายทอดต่อกันเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ 2) เป็นเรื่องของความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงแนวคิดและองค์ความรู้ที่องค์กรเป็นผู้ใฝ่ไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่เป็นเรื่องกระบวนการสนับสนุนให้เกิดผู้สร้างนวัตกรรมหรือที่เรียกว่านวัตกรรมในองค์กร 3) เป็นเรื่องของความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) องค์กรจะต้องมีความสามารถการรับรู้ (Sensing) ประเมินสภาพแวดล้อมทางธุรกิจถึงโอกาสและภัยคุกคามที่จะมีแล้วจึงเตรียมความพร้อม

ขององค์กรที่จะเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆในองค์กรได้อย่างทันเวลา ที่จะใช้ประโยชน์จากโอกาสและแก้ไขความเสียหายจากอุปสรรคนั้น ๆ โดยใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า (Teece, 2007)

สรุปความสามารถเชิงพลวัต คือ ตัวชี้วัดวัฒนธรรมในการขับเคลื่อนเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรรูปแบบใหม่ ประกอบด้วย 3 ด้านอันได้แก่ ความสามารถด้านการปรับตัว ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ และความสามารถด้านนวัตกรรม หากองค์กรใดมีความสามารถ 3 ด้านนี้ทำให้เกิดความสามารถกับองค์กรที่จะขับเคลื่อนอย่างรวดเร็วและแรงด้วยความยั่งยืนและแข็งแกร่ง

2.3 ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital)

ทฤษฎีทุนทางสังคม (Social Capital) หมายถึงลักษณะขององค์กรในการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคม เช่นการมีเครือข่าย บรรทัดฐานที่องค์กรใช้และความไว้วางใจในสังคม อำนาจให้เกิดความประสานงานและการร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ซึ่งกันและกันภายในสังคมที่องค์กรนั้น ๆ เป็นสมาชิก โดยมีมิติของทุนทางสังคม 3 มิติประกอบไปด้วย มิติด้านความสัมพันธ์ (Relational dimension) มี 1. ตัวชี้วัดได้แก่ การมีปฏิสัมพันธ์กันทางสังคม (Social interaction) เช่นการติดต่อสื่อสารทั้งในและนอกองค์กร การประสานงาน การเข้าร่วมกิจกรรม และการพบปะกันระหว่างกิจการหรือในองค์กร ธุรกิจที่อยู่ร่วมกันและในอุตสาหกรรมเดียวกัน มิติโครงสร้าง (Structural dimension) มีตัวชี้วัดได้แก่ 1) ตัวชี้วัดความไว้วางใจ (Trust) ตัวอย่างเช่นการไว้วางใจในคุณภาพสินค้าหรือบริการ การพึ่งในแลกเปลี่ยนกัน การไว้วางใจต่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจ การแสดงถึงการมีเครดิตระหว่างกัน การให้โอกาสในการทำงาน การเชื่อใจในมืออยู่ของความสามารถของผู้ร่วมงาน และ 2) ตัวชี้วัดการแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) หมายถึงการยอมรับในรูปแบบของกิจกรรมและโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์บางอย่างของอีกฝ่ายหนึ่งและอาจนำมาใช้ในกิจการของตนโดยมุ่งหวังที่จะให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบเช่นเดียวกันหากนำวัฒนธรรมภายนอกองค์กรของอีกกิจการมาใช้ มิติการรับรู้ (Cognitive dimension) มีตัวชี้วัดได้แก่ 1) ตัวชี้วัดความใจใส่กันอย่างเต็มที่ (Density) หมายถึงการมุ่งที่จะมีส่วนร่วมเข้าไปในการช่วยเหลือ หรือแบ่งปันทรัพยากรทางธุรกิจกับอีกฝ่ายหนึ่งโดยหวังให้เกิดประโยชน์ต่อฝ่ายนั้นหรือเกิดประโยชน์ร่วมกันทั้งสององค์กร ผ่านทางการให้คำแนะนำ การแบ่งปันข้อมูล และการช่วยเหลือในการตัดสินใจในบางกรณีเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจ และ 2) ตัวชี้วัดบรรทัดฐานที่เข้าร่วมกัน (Shared norms) หมายถึงการมีเกณฑ์ขั้นต่ำและขั้นสูงที่จะใช้ในการดำเนินธุรกิจร่วมกันโดยทั้งสองฝ่ายมีความตกลงต่อกันที่จะใช้บรรทัดฐานนั้นๆในการกำกับกิจการทางธุรกิจระหว่างกันโดยเป็นที่ยอมรับกันทั้งสองฝ่าย รวมทั้งสิ้น 5 ตัวชี้วัดตามแนวคิด ของ Putnam (Putnam et al., 1993)

โดยสรุปการมีอยู่ของทุนทางสังคมในทางธุรกิจ คือการที่กิจการหรือองค์กรธุรกิจใช้ต้นทุนจากการที่กิจการเป็นสมาชิกในสังคมที่ตนอยู่ร่วมให้ประโยชน์ในการดำเนินธุรกิจ โดยตัวชี้วัดถึงต้นทุนนั้น 5 ตัวชี้วัดด้วยกันคือ 1) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม 2) ความไว้วางใจ 3) การแบ่งปันทางวัฒนธรรม 4) ความเอาใจใส่กันอย่างเต็มที่ และ 5) บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน

2.4 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่าคู่แข่งโดยมีพื้นฐานที่สำคัญ 4 ประการ คือ ทรัพยากรภายในนั้นต้องมีคุณค่า (Valuable resources) ต้องหายาก (Rare resources) ยากที่จะเลียนแบบได้ (Imitate resources) และไม่สามารถทดแทนได้อย่างสมบูรณ์ (Non substitutable resources) (Barney, 1991) กอปรกับการที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ด้วยการบริหารต้นทุนที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Porter and Millar, 1985) หากมองในรูปแบบของการดำเนินการทางกลยุทธ์ตามแนวคิดของ Porter's Generic Competitive Strategies อาจแบ่งออกได้เป็น 1) กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุนต่ำ (Cost Leadership) มุ่งเน้นต้นทุนในการผลิตหรือบริการให้ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในอุตสาหกรรม 2) กลยุทธ์ความแตกต่าง (Differentiation) มุ่งเน้นหาจุดเด่นที่ไม่เหมือนกับคู่แข่งในอุตสาหกรรม และสร้างคุณค่าที่รับรู้ได้ให้กับลูกค้า และ 3) กลยุทธ์มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม (Focus) คือมุ่งเน้นไปที่กรอบการแข่งขันที่ถูกกำหนดโดยเลือกเฉพาะส่วนใดส่วนหนึ่งของตลาดที่มีการแบ่งส่วนตลาดหรือกลุ่มต่าง ๆ ของลูกค้า โดยใช้เกณฑ์ข้อกำหนดหลากหลายด้าน (Porter, 1980) แต่ในทางวิชาการการวัดความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจที่มีต่อคู่แข่งในอุตสาหกรรมมีข้อต่างจากการวัดกลยุทธ์การดำเนินงานเล็กน้อย อย่างไรก็ตามมีนักวิชาการหลายท่านได้กำหนดตัวชี้วัดไว้ซึ่งยังคงล้อตามแนวคิดกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของ Porter ที่ได้นำเสนอไว้ข้างต้นคือ ความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจประกอบไปด้วย 3 ด้านได้แก่ 1) การมีความได้เปรียบด้านต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage) คือมุ่งเน้นแข่งขันบริหารที่ต้นทุนให้ต่ำ 2) การมีความได้เปรียบด้านการมีความแตกต่างของสินค้าและบริการ (Differentiation) คือการมุ่งนำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตลาดรับรู้ได้ถึงคุณค่าที่แตกต่าง และ 3) การมีความได้เปรียบด้านความเร็วในการการตอบสนองความต้องการของตลาด (Speed of Market response) คือความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการกับความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการส่ง และมีความยืดหยุ่นต่อความต้องการของลูกค้าในเวลาจำกัด (Köseoglu et al., 2013) ซึ่งในข้อท้ายนี้เป็นการจำกัดความให้ชัดเจนขึ้นในหัวข้อโฟกัสที่พอตเตอร์ได้เสนอไว้

โดยสรุป ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือความสามารถที่องค์กรมีเหนือกว่าคู่แข่ง โดยวัดได้จากตัวชี้วัด 3 ด้านได้แก่ 1) การมีความได้เปรียบด้านต้นทุน 2) การมีความได้เปรียบด้านการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ และ 3) การมีความได้เปรียบด้านความเร็วในการการตอบสนองความต้องการของตลาด

3. สรุปเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การทดสอบสมมติฐานการวิจัยเป็นไปอย่างถูกต้องและแม่นยำตามมาตรฐานระเบียบการวิจัยที่ดี ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยมีการวางแผนตามระเบียบวิธีวิจัยที่ได้ศึกษามา เพื่อเริ่มต้นการสร้างเครื่องมือวัดหรือการวัดให้ตรงกับบริบทแวดล้อมของการวิจัย ด้วยการทบทวนวรรณกรรมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องได้แก่ คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ความสามารถเชิงพลวัต (Employee engagement) ทุนทางสังคม (Social Capital) และ 4) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่พัฒนามาจากหลายงานวิจัยต้นฉบับมาจัดทำเป็นชุดคำถามใหม่เพื่อความสอดคล้องต่อบริบทของกลุ่มตัวอย่างและประเทศไทย ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1. ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย แล้วนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา กำหนดนิยามคำศัพท์ปฏิบัติการ เพื่อควบคุมแนวทางการสื่อสารในการสร้างแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2. การแปลความหมายข้อคำถามไปข้างหน้าอย่างเดียว (forward-only translation) โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่าน

ขั้นตอนที่ 3. การแปลย้อนกลับ (back-translation) โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 2 ท่านร่วมกับการตรวจสอบของอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4. สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยและสอบถามเนื้อหาของแบบสอบถามว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบซ้ำอีกครั้งแล้วนำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิของคณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้ช่วยตรวจสอบร่วมด้วย แล้วทำการความตรงเชิงเนื้อหาด้วยคณะกรรมการ

ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 6 ท่าน และนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรง (Validity) โดยใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยการคำนวณค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity index –CVI)

ขั้นตอนที่ 5. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Questionnaire Try Out system) นำแบบที่ได้ไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คนเพื่อหาข้อสรุปความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้ทำการทดสอบค่า Cornbrash's Alpha และได้ค่าความน่าเชื่อถือทั้งรายด้านและรายฉบับไม่น้อยกว่า 0.70 ถือว่าความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามฉบับนี้ยอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

4. สรุปผลแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเรื่อง บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย โดยใช้ผลค่าเฉลี่ยของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาเป็นตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรก่อนปรับโครงสร้างพบว่าค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบแบบจำลองไม่มีค่าสถิติความสอดคล้องกัน จึงทำการปรับแบบจำลองโดยพิจารณาโยงเส้นความสัมพันธ์ระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรสังเกตตามค่า MI (Modification Index) พบว่าค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบแบบจำลอง จำนวน 8 ดัชนีมีความสอดคล้องทุกค่า ดังนี้ ค่าดัชนีค่า p-value (.247) ค่าดัชนี CMIN/DF (χ^2 / df) (1.132) ค่าดัชนี GFI (.982) ค่าดัชนี AGFI (.947) ค่าดัชนี CFI (.998) ค่าดัชนี RMSEA (.019) RMR (.022) และค่าดัชนี HOELTER (420) ดังนั้นจึงถือว่าแบบจำลองดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

5. สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐาน H₁ พบว่าระดับของ ทุนทางสังคมในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยที่มีเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการทดสอบสมมติฐาน H₂ พบว่าระดับของทุนทางสังคมในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยที่มีเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการทดสอบสมมติฐาน H₃ พบว่าระดับความสามารถเชิงพลวัตในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยที่มีเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลเชิงบวกกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการทดสอบสมมติฐาน H₄ พบว่าระดับความสามารถเชิงพลวัตในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ในการทดสอบสมมติฐาน H₅ พบว่าระดับของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นจะมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการ

ในการทดสอบสมมติฐาน H₆ พบว่าระดับของทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันเมื่อมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรส่งผ่านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

การอภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลครั้งนี้แบ่งประเด็นอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัย 6 ประเด็นโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ทุนทางสังคมมีอิทธิพล (SC) เชิงบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่า ทุนทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทุนทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งจากผลการวิจัยระบุว่าทุนทางสังคมในด้านความไว้วางใจ (Trust) ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) และการแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture) มีความสัมพันธ์กันสูงกับ การมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) รูปแบบการมีอิทธิพลจากทุนทางสังคมของกิจการมีอิทธิพลทางตรงกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ โดยเฉพาะจากทุนทางสังคมในลักษณะนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องของความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความเชื่อ ทศนคติ (Nahapiet and Ghoshal, 2000) อภิปรายของทุนทางสังคมเป็นเรื่องของการจัดความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทอันหลากหลายของสมาชิกในสังคมจนแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม และเป็นการยึดโยงกันของคนในองค์กรทั้งในแบบรูปธรรมและนามธรรม (Putnam et al., 1993) ทุนทางสังคมส่งเสริมความรู้สึกมีพลังร่วมทำให้เกิดความเอื้อเฟื้อที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรคหรือคู่แข่งในทางธุรกิจ จึงไม่เป็นที่แปลกใจที่ผู้ที่เป็สมาชิกในองค์กรที่มีทุนทางสังคมสูงจะมีความก้าวร้าวในการแข่งขันสูงขึ้นตามไปด้วย ในมิติโครงสร้างความสัมพันธ์ในทุนทางสังคมส่งผลต่อการแข่งขันทางนวัตกรรมของบริษัทในประเทศจีนที่รุนแรงกว่ากลุ่มผู้ประกอบการที่มีทุนทางสังคมภายในต่ำ (Shan et al., 1994) ทุนทางสังคมจึงสอดคล้องกับ

ปัจจัยความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ที่อยู่ภายในคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้พบว่าปัจจัยภายในของทุนทางสังคมที่ส่งผลสูงต่อการมีทุนทางสังคมในผู้ประกอบการในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย สูงสุดคือความไว้วางใจ (Trust) และปัจจัยภายในของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลสูงต่อการมีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ คือความมีนวัตกรรม (Innovativeness) และหากจะเชื่อมโยงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ทั้งสองตัวนี้ว่ามีความสำคัญต่อการ คงพอสามารถชี้ให้เห็นได้ผ่านงานวิจัยเรื่อง “Trust and Innovation within the Firm: Evidence from Matched CEO-Firm Data” ของ Kieu Trang Nguyen ที่ศึกษาพบว่าความไว้วางใจของ CEOs ต่อพนักงานในองค์กร ส่งผลทำให้บริษัทมหาชนขนาดใหญ่ในสหรัฐฯ 3,598 แห่งได้ครอบครอง 700,000 สิทธิบัตรในช่วงปี 2543-2554 นับว่าเป็นการประสบความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ขององค์กรธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ของอเมริกาที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการมีนวัตกรรมซึ่งเกิดจากการเปิดโอกาสของผู้บริหารให้โอกาสพนักงานได้มีโอกาสใช้ความคิดสร้างสรรค์จนออกมาเป็นสินค้าและบริการทางนวัตกรรม (Nguyen, 2019) จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางสังคม ส่งอิทธิพลในทางบวกต่อคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ กันทำให้เกิดสมมติฐานการศึกษาที่ว่าทุนทางสังคมที่ส่งผลทางบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการในกิจการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าทุนทางสังคมมีแนวโน้มเพิ่มสูงที่จะส่งเสริม ให้คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยมีระดับสูงขึ้นไปด้วย

2. ทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่าทุนทางสังคม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจากผลการวิจัยระบุว่าทุนทางสังคมในด้านความไว้วางใจ (Trust) ความไว้วางใจ (Density) และบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage) และความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) อยู่ในรูปแบบของความไว้วางใจกัน (Trust) ระหว่างเครือข่ายธุรกิจทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันสนับสนุนให้เกิดความไวต่อการตอบสนองต่อบุคคลในเครือข่ายธุรกิจในรูปแบบการให้ความร่วมมือต่อลูกค้าภายในขององค์กร (Guo, 2007; Nadvi, 1999) และความสามารถที่จะหาทรัพยากรภายนอกมาปรับใช้ได้อย่างความยืดหยุ่นในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ด้วยความรวดเร็วอันเป็นผลมาจากการมีเครือข่าย และความสัมพันธ์ที่มีต่อกันในห่วงโซ่อุปทาน บริษัท ที่มีทักษะและความรู้ความสามารถของคนในองค์กร และมีทุนมนุษย์ที่สูงขึ้นและมีโอกาสสร้างความรู้ให้มากขึ้น โดยมีทุนทางสังคมด้าน มิติโครงสร้างภายในที่สามารถเชื่อมต่อความรู้ระหว่าง บุคคลและกลุ่มบุคคล รวมถึง

เป็นโครงสร้างที่เอื้อต่อมิติการรับรู้ ของหน่วยย่อยภายในองค์กรธุรกิจ จะมีผลของอิทธิพลต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเฉพาะการตัดสินใจที่ถูกต้องด้านต้นทุนและมีการแข่งขันที่ได้เปรียบด้าน ต้นทุน (Hitt et al., 2001) ทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าทุนทางสังคมมี แนวโน้มเพิ่มสูงจะส่งเสริม ให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ในประเทศไทยมีระดับสูงขึ้นตามไปด้วย

3. ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าความสามารถเชิง พลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการซึ่งพบว่าเป็นจริงจากผลการวิจัยนี้ ระบุว่าความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability)ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการมี นวัตกรรม (Innovativeness) (Wang and Ahmed, 2007) เป็นเรื่องสำคัญที่ต้องมีการนิยาม ความหมายของตัวแปรสังเกตความสามารถด้านนวัตกรรม ที่ประกอบอยู่ในปัจจัยความสามารถเชิง พลวัต และตัวแปรสังเกตการมีนวัตกรรม ที่อยู่ในปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากมีโอกาสที่ผู้อ่านจะเข้าใจผิดในความหมายที่แท้จริงภายใต้บริบทของการวิจัยฉบับนี้ ความสามารถด้านนวัตกรรมนั้น หมายถึงการที่องค์กรมุ่งจะสร้างวัฒนธรรมการเป็นองค์กรแห่ง นวัตกรรมหรือมุ่งสร้างนิสัยการเป็นนวัตกรรมให้คนในองค์กร เป็นเรื่องของการจัดสรรทรัพยากรและ สภาพแวดล้อมภายในองค์กรเพื่อให้เอื้อต่อบุคลากรภายในองค์กรให้มีความคิดสร้างสรรค์ที่จะทำสิ่ง ใหม่ ๆ อยู่เสมอ

แต่ในความหมายของการมีนวัตกรรม หมายถึงการที่องค์กรมีสิทธิในการถือครองและใช้งาน นวัตกรรม เป็นเรื่องของการมีนวัตกรรมไว้สำหรับใช้งานไม่ว่าจะเป็นทางด้าน นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) นวัตกรรม ด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และ นวัตกรรมด้านกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) การศึกษาของ Abdullah et al. (2014), Lyon et al. (2000) และ Menguc and Auh (2006) และในการศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรสังเกตความสามารถด้าน นวัตกรรม ในปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต และตัวแปรสังเกตการมีนวัตกรรม ในปัจจัยคุณลักษณะ ความเป็นผู้ประกอบการ กับอย่างชัดเจน ผลวิเคราะห์ยังพบอีกว่า ตัวแปรสังเกตความสามารถด้าน นวัตกรรม และ ตัวแปรสังเกตการมีนวัตกรรม ต่างเป็นตัวแปรสังเกต ที่มีค่า Factor loading สูงที่สุดในแบบจำลองการวัดทั้งในปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตและใน ปัจจัยคุณลักษณะความเป็น ผู้ประกอบการ ในงานวิจัยของ Jantunen et al. (2005) ระบุว่าความสามารถเชิงพลวัต ที่ส่งผลผ่าน คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ มีความสามารถในการสร้างคุณค่าใหม่ด้านประสิทธิภาพ ระดับ สากลให้กับองค์กรการผลิตและบริการ ทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่า ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO)

4. ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย พบว่าความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage) จากงานของ Kaehler และคณะ ในปี 2014 พบว่าความสามารถในการปรับตัวขององค์กรธุรกิจด้านการผลิตในบราซิลส่งผลให้เกิดการปรับตัวในด้านประสิทธิภาพของต้นทุนการผลิต ความสามารถในการปรับตัวทำให้เกิดความยืดหยุ่นสูงต่อการผลิตสินค้า ในภาวะที่เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบพื้นฐาน ทำให้มีต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้นแต่บริษัทที่สามารถปรับตัวได้ดีจะพบว่ามีความสามารถในการเปลี่ยนแปลงการจัดซื้อส่งผลไปยังความสามารถในการควบคุมต้นทุนของผลิตภัณฑ์ได้ (Kaehler et al., 2014) อีก 1 คู่ความสัมพันธ์ที่ศึกษาพบในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ความสามารถเชิงพลวัตด้านความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) มีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความได้เปรียบจากความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) จากการค้นคว้าไปในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้พบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมของบุคลากรในบริษัท ทำให้สามารถทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าและค้นหาวิธีใหม่ต่าง ๆ ในการทำงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้บริษัทสามารถค้นหาแนวทางที่จะตอบสนองต่อความต้องการของตลาด (Eng and Okten, 2011) (Mahmood and Hanafi, 2013) ทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่า ความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA)

5. คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ทำการศึกษาพบสองคู่ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันได้แก่ว่า คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านการยอมรับกับความเสี่ยง (Risk taking) สัมพันธ์กันความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) ในการตรวจสอบพบว่าเมื่อความสามารถการยอมรับกับความเสี่ยงมีสูงขึ้นในบริษัทจะสัมพันธ์กับการใช้กลยุทธ์ที่มุ่งตอบสนองลูกค้าเฉพาะส่วนมากยิ่งขึ้น มีการแบ่งส่วนตลาดออกเป็นกลุ่มย่อยและวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์กระจายไปตามกลุ่มของลูกค้า (Eng and Okten, 2011; Lee and Hsieh, 2010) อีก 1 คู่ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายใต้แบบจำลองสมการโครงสร้างครั้งนี้คือความสัมพันธ์กันระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) กับ ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านความได้เปรียบจากความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) พบว่าผู้บริหารที่มีแนวโน้มมุ่งความก้าวร้าวในการแข่งขันจะมีพฤติกรรมในการผลักดันให้เกิดการวิจัยและพัฒนาในสินค้า เพื่อสร้างความแตกต่างโดยมุ่งหวังให้เป็นกลยุทธ์ในการเอาชนะคู่แข่ง จำนวนรายการสินค้าทางนวัตกรรมของบริษัททั้งที่เป็นต้นแบบ และเป็นสินค้าจริงที่วางจำหน่ายมักจะสูงเมื่อเทียบกับบริษัทอื่น (Zehir et al., 2015) ใน

ผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งทางการตลาดเป็นผู้นำตลาด ความก้าวร้าวในการแข่งขันมีน้อยกว่าผู้ประกอบการที่มีตำแหน่งทางการตลาดในระดับรองลงไป กลยุทธ์ในการบริหารงานเกี่ยวกับการตลาดของผู้นำ คือยึดมั่นและให้ความสำคัญกับสินค้าหลักของกิจการที่สามารถครองตลาดจำนวนได้ทั้งในทางปริมาณยอดขาย และความถี่ในการจัดจำหน่าย จำนวนรายการสินค้าที่นำเสนอต่อตลาดมีไม่มาก อาศัยความสามารถในการกระจายสินค้าและการบริหารคลังสินค้า (Giachetti, 2016; Zehir et al., 2015) ทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน (CA) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

6. ทูทางสังคม (SC) และความสามารถเชิงพลวัต (DC) มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่าน (CA) ทางคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย งานวิจัยฉบับนี้เริ่มต้นพัฒนาในปี 2019 จากความสนใจในปัจจุบันคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ ในบริบทของการมุ่งพัฒนาประเทศไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรม จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นอย่างโดดเด่นกว่าใครแล้วส่งผลไปยังปัจจัยอื่น แต่หากยังมีปัจจัยและตัวแปรอื่น ๆ ในทางธุรกิจที่เป็นต้นทางส่งอิทธิพลผ่านมายังคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย จากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ทราบว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการไม่ได้เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นอย่างโดดเด่นกว่าใครแล้วส่งผลไปยังปัจจัยอื่น แต่หากยังมีปัจจัยและตัวแปรอื่น ๆ ในทางธุรกิจที่เป็นต้นทางส่งอิทธิพลผ่านมายังคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอีกด้วย การค้นหาตัวแปรแฝงเชิงทฤษฎี (Theoretical Latent Variables or Constructs) ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันหลาย ๆ ตัวแปร จึงเกิดขึ้น ปฐมบทแห่งตัวแปรแฝงเชิงทฤษฎี ปัจจัยต้นทุนทางสังคมและปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตที่มีอิทธิพลต่อคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ดังที่แสดงการอภิปรายผลไว้ในหัวข้ออภิปรายที่ 1 และหัวข้อที่ 3 ไม่เป็นที่สงสัยทางวิชาการว่าอิทธิพลของปัจจัยต้นทุนทางสังคมและปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ต่างมีผลในเชิงบวกต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการฐานะตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระ (Independent variable) ที่มีอิทธิพลตัวแปรตาม (Dependent variable) (Correia et al., 2021; Ferreira and Coelho, 2020; Killa, 2014; Kiyabo and Isaga, 2020; Liu, 2020; Qosasi et al., 2019; Yi et al., 2021) และจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องก็พบอีกว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเองก็มีฐานะตัวแปรต้น ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอีกด้วย ดังที่แสดงการอภิปรายผลไว้ในหัวข้อ 5 และเมื่อสืบค้นต่อไปอีกก็พบว่าปัจจัยต้นทุนทางสังคมและปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตก็อิทธิพลทางตรงไปยังความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยเช่นกัน ตามหัวข้ออภิปรายผล ที่ 2 และที่ 3 แม้ว่าจากการทบทวนวรรณกรรมจะไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสี่ในงานวิจัยเดียวกัน

มาก่อน พบแต่มีการศึกษาแยกส่วนกัน ดังนั้นรูปร่างของแบบจำลองสมการโครงสร้างใหม่เพื่อทำการศึกษาวิจัยจึงเกิดขึ้น ภายใต้ชื่องานวิจัยเรื่อง บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

ข้อค้นพบใหม่ที่ผู้วิจัยพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อยืนยันข้อสมมติฐานตามกรอบแนวคิดแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ได้ออกแบบไว้ มีดังต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัตที่มีต่อผลลัพธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยโปรแกรม SPSS AMOS ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองดังนี้ Chi-Square = 53.224, df = 47, p = 0.247, CMIN/DF = 1.132, CFI = .998, GFI = .982, AGFI = .947, RMR = .022, RMSEA = .019, HOELTER = 420 (Critical N) โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ CMIN/DF มีค่าน้อยกว่า 3 ดัชนี RMSEA, RMR มีค่า น้อยกว่า .05 และ ดัชนี GFI และ AGFI มีค่ามากกว่า .90 (Giachetti, 2016; Schumacker and Lomax, 2016; กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562; พูลพงศ์ สุขสว่าง, 2557) จึงสรุปได้ว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของคุณลักษณะการเป็น ผู้ประกอบการ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านทางตัวแปรส่งผ่านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ ดังนี้ 1) ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ สามารถร่วมกัน อธิบายความแปรปรวนของผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ร้อยละ 39.7 2) ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ 3) ปัจจัยทุนทางสังคม (SC) มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

โดยในปัจจัยทุนทางสังคมพบว่ามีตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) สูงสุดคือตัวแปรสังเกตความไว้วางใจ (Trust) และต่ำสุดคือบรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms) ในปัจจัยความสามารถเชิงพลวัตตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ สูงสุดคือตัวแปรสังเกตความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) และต่ำสุดคือความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability) ในปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ สูงสุดคือตัวแปรสังเกตการมีนวัตกรรม (Innovativeness) และต่ำสุดคือการยอมรับกับความเสี่ยง (Risk taking) และในปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่ามีตัวแปรสังเกตที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loading) สูงสุดคือตัวแปรสังเกตความได้เปรียบด้านความรวดเร็วใน

การตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) และต่ำสุดคือ ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage)

1. การอภิปรายในส่วนของการค้นพบใหม่จากการวิจัยในครั้งนี้

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการเมื่ออยู่ในฐานะของตัวแปรส่งผ่าน ก่อให้เกิดอำนาจต่ออิทธิพลของแบบจำลองโดยรวมไปยังความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงขึ้นไปอย่างมีนัยยะสำคัญโดยในที่นี้มีข้อสังเกต คือ ก่อให้เกิดอิทธิพลความสัมพันธ์ร่วม (Total effect) ในตัวแปรต้นทั้ง 2 ตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ และยังเกิดอิทธิพลในความสัมพันธ์ทางอ้อม (Indirect effect) โดยรวมเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 23.4 จึงสามารถทำการสรุปได้ว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญในการเป็นตัวแปรส่งผ่านที่ในแบบจำลองจริงและมีเหตุผลเชิงประจักษ์มาทำการสนับสนุนผ่านทางงานวิจัยครั้งนี้

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ก็ปัญหาที่ผู้ทำวิจัยต้องการที่จะทราบผลคือระหว่างตัวแปรแฝงความสามารถเชิงพลวัตและตัวแปรแฝงคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรใดเป็นตัวแปรเริ่มต้นที่จะส่งอิทธิพลต่อกันเนื่องจากการค้นพบในการทบทวนวรรณกรรม มีงานวิจัยและบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ที่ต่างให้ตัวแปรทั้ง 2 ตัวเป็นตัวแปรต้นและส่งผลต่อกัน ผลจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำให้ได้ทราบว่าตัวแปรความสามารถเชิงพลวัตเป็นตัวแปรต้นทางที่ส่งผลต่อคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในบริบทของ ธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

เมื่อพิจารณาเฉพาะอิทธิพลทางตรง (Direct effect) ระหว่างตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรต้นทางทั้ง 3 ตัวได้ส่งอิทธิพลต่อตัวแปรตามคือความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ทำให้ทราบว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจสูงสุดรองลงมาคือ ทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ตามลำดับ ทำให้ทราบได้ว่าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีความสำคัญไม่ว่าจะอยู่ในฐานะตัวแปรอิสระหรือเป็นตัวแปรส่งผ่าน ก็ยังสามารถทำหน้าที่ส่งอิทธิพลไปยังความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างมีนัยยะสำคัญ

ในบริบทของการวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตภายในแบบจำลองการวัดที่ให้อิทธิพลต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรแฝง จะมีตัวแปรสังเกตที่มีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญ ได้แก่ ตัวแปร ความไว้วางใจ ความสามารถด้านนวัตกรรม การมีนวัตกรรม และความได้เปรียบด้านความเร็วในการตอบสนองต่อตลาด ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ว่ามีปัจจัยสังเกตได้ใดบ้างในแบบจำลองสมการโครงสร้างนี้เป็นตัวผลักดันให้เกิดอิทธิพลโดยรวมทั้งแบบจำลอง ซึ่งจากข้อค้นพบดังกล่าวเมื่อพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้ว ยังสามารถเชื่อมโยงในทางทฤษฎีกับการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ได้อย่างสอดคล้องกัน สามารถตอบโจทย์การวิจัยในครั้งนี้ทั้ง 4 ข้อได้อย่าง

ครบถ้วนตามข้ออธิบายข้างต้นทั้งหมด จึงถือได้ว่าผลของการวิจัยครั้งนี้ได้สำเร็จลงตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในบทที่ 1 ทุกประการ

2. ประโยชน์และการนำไปใช้

2.1 ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical contribution)

กรอบแนวคิดวิจัยที่ได้จากการทบทวนจากวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยในครั้งนี้ ทำให้สามารถเชื่อมโยงแนวคิดในทางวิชาการได้ดังนี้ ว่าทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางบวกทำให้เกิดคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Chuang et al. (2016); Liu and Lee (2015); Miao et al. (2017); Rodrigo-Alarcón et al. (2017); Schenkel and Garrison (2009); Widodo (2015) ระบุว่าปัจจัยภายในของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการชี้ให้เห็นถึงการเชื่อมโยงที่สำคัญกับปัจจัยภายในของทุนทางสังคมในความมีนวัตกรรม (Innovativeness) ความเป็นอิสระในการบริหาร (Autonomy) และได้รับผลทางตรงโดยเฉพาะจากความไว้วางใจ (Trust) และปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) อีกทั้งทุนทางสังคมยังมีอิทธิพลทางบวกทำให้เกิดความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ตามแนวคิดของ Liu and Lee (2015); Rodrigo-Alarcón et al. (2017) จะเห็นได้ว่าความมีนวัตกรรม และ ความเป็นอิสระในการบริหาร เกิดขึ้นได้ก็ด้วยการได้รับโอกาสให้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ ในการทำงานและการได้มีอิสระที่จะออกแบบการทำงานได้ด้วยตัวเอง เพราะที่ได้รับ ความไว้วางใจจากผู้บริหารและเพื่อนร่วมงานในองค์กร ที่เป็นปัจจัยภายในของทุนทางสังคมนั้นเอง หากได้รับความไว้วางใจจะการทำงานเป็นไปแบบมีความระมัดระวังความผิดพลาดสูงการทดลองทำในสิ่งใหม่ ๆ ก็ยากที่จะเกิดขึ้นในการทำงาน หากได้รับอิทธิพลทางบวกจะทำให้ความก้าวร้าวในการแข่งขันที่มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้น การตัดสินใจในการเลือกใช้กลยุทธ์ในการต่อสู้เป็นรูปแบบ Active strategy จะมีสูงกว่าการเลือกใช้กลยุทธ์รับหรือ Passive strategy ตามแนวคิดของ Chuang et al. (2016) และ Lechner and Gudmundsson (2014)

ด้านความสัมพันธ์เชิงบวกที่ทุนทางสังคมมีต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอยู่ในรูปแบบของความไว้วางใจกัน (Trust) ระหว่างเครือข่ายธุรกิจทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างกันอันเป็นผลส่งให้ความไวต่อการตอบสนองต่อบุคคลในเครือข่ายธุรกิจซึ่งเป็นลูกค้าภายในขององค์กร (Guo, 2007; Nadvi, 1999) และความสามารถที่จะหาทรัพยากรภายนอกมาปรับใช้ได้อย่างความยืดหยุ่นในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ด้วยความรวดเร็วอันเป็นผลมาจากการมีเครือข่าย และความสัมพันธ์ที่มีต่อกันในห่วงโซ่อุปทาน การบริหารความสัมพันธ์ระหว่าง

บริษัทกับซัพพลายเออร์ในรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction) จึงมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าการบริหารการจัดซื้อแบบปกติ (Hitt et al., 2001; Holm et al., 1999)

มิติสัมพันธ์ของความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) ที่มีอิทธิพลในทิศทางบวกกับคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ภาพที่ชัดเจนที่สุดจากแบบจำลองคือเรื่องของการเป็นองค์กรที่มีสมรรถนะทางนวัตกรรม (Innovative capacity) ในความสามารถเชิงพลวัต กับการมีนวัตกรรม (Innovativeness) หรือการครอบครองนวัตกรรมขององค์กร ในคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่ง 2 ตัวแปรนี้ส่งผลต่อกันในทางตรงและเป็นเชิงบวกอย่างมากที่สุด การที่องค์กรมุ่งจะผลิตนวัตกรรมหรือมุ่งสร้างวัฒนธรรมการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ผลที่จะเกิดขึ้นย่อมเป็นในเรื่องของการมีนวัตกรรมไว้สำหรับใช้งานไม่ว่าจะเป็นทางด้าน นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) นวัตกรรมด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) การศึกษาของ Lyon et al. (2000) และ Menguc and Auh (2006)

ผลการศึกษาความสามารถเชิงพลวัตที่เป็นเรื่องของพฤติกรรมจัดการความรู้ภายในองค์กรหลักไปมีอิทธิพลในทิศทางบวกกับได้เปรียบในการแข่งขัน ผลจากการวิจัยออกมาในรูปแบบของความสัมพันธ์กันในตัวแปรความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) กับการมีความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) จากงานวิจัยของ Lee and Hsieh (2010) เรื่อง “ A Research In Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability And Sustained Competitive Advantage ” ได้นำเสนอในการตีพิมพ์ทาง The Journal of Business & Economics Research (JBER) ว่าการที่บริษัทที่มีสมรรถนะด้านนวัตกรรม จะมีแรงผลักดันให้บุคลากรของบริษัทต้องแข่งขันกันภายในที่จะสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะนำเสนอออกสู่ตลาด ส่งผลต่อการเกิดการออกแบบสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งภายในและคู่แข่งภายนอก แสดงให้เห็นในเชิงประจักษ์สนับสนุนว่ามีความสัมพันธ์กันในด้านความสามารถด้านนวัตกรรม กับการได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ เป็นจริง (Lee and Hsieh, 2010; Lim et al., 2010)

จากทฤษฎีที่นำมาเป็นข้อสมมติฐานที่ว่าคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน นำไปสู่การตรวจสอบปรากฏการณ์ชุดความสัมพันธ์อย่างชัดเจน ที่ทางตัวแปรความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ในปัจจัยคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ ไปมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทั้งความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response) ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation) ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Product Cost advantage) ซึ่งเป็นตัวแปรทั้ง 3 ตัวของปัจจัยความสามารถในการแข่งขัน จากการค้นพบข้อสนับสนุนทางวิชาการจึงพอสรุปได้

ว่าความก้าวร้าวในการแข่งขันมีส่วนในการผลักดันที่จะใช้กลยุทธ์ในการต่อสู้ทางธุรกิจขององค์กร ซึ่งมีแนวโน้มไปทางการใช้กลยุทธ์ประเภท Active strategy เป็นเครื่องมือในการตอบโต้กับคู่แข่ง (Stambaugh et al., 2020) ซึ่งทั้งในส่วนของความได้เปรียบจากต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน ความได้เปรียบจากความแตกต่างของสินค้าและบริการ และความได้เปรียบที่เกิดจากความเร็วและความยืดหยุ่นในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ต่างก็มีความโน้มเอียงไปในการต่อสู้มากกว่าที่จะตั้งรับสิ่งที่มีมากระทบจากการแข่งขัน (Covin and Slevin, 1989)

ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้ร้อยละ 39.7

ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางบวกต่อผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยทุนทางสังคม (SC) มี อิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความสามารถเชิงพลวัต และ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ จากผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ช่วยให้เกิดความชัดเจนมากขึ้นในทางทฤษฎี (Theoretical contribution) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่าง ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในและ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในบริบทของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ซึ่งผลที่ปรากฏเป็นประโยชน์จะต่อนักวิชาการที่มีความสนใจในแนวคิดทฤษฎีนี้ อีกทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ หรือเพิ่มเติม ทั้งทางการศึกษาความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น ๆ หรือการศึกษาในบริบทของกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ต่อไป

2.2 ประโยชน์เชิงปฏิบัติ (Practical contribution)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า หากมีการใช้ ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อมุ่งเน้นการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน นั้นเป็นผลดีต่อธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย อย่างมีนัยยะสำคัญ โดยจะเห็นว่าตัวแปรต้น 2 ตัวซึ่งได้แก่ทุนทางสังคมและความสามารถเชิงพลวัตร่วมกับตัวแปรส่งผ่าน 1 ตัวคือคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองนี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้สูงถึงร้อยละ 40 ถึงแม้อีกร้อยละ 60 ที่เหลือจะเกิดจากปัจจัยอื่นแต่ก็นับว่าไม่น้อย อีกทั้งตัวแปรต้นทางและตัวแปรส่งผ่านในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นสิ่งที่ยังคงสามารถที่จะบริหารจัดการเป็นการเป็นการภายในได้เกือบทั้งสิ้น ทำให้การที่จะมุ่งพัฒนาตัวแปรต้นทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต และคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เป็นเสมือนการ

พัฒนาสินทรัพย์ถาวรประเภท intangible assets ให้กับองค์กรและเป็นสินทรัพย์ที่สามารถดึงเอานี้มาใช้ได้ตลอดเวลา ไม่เสื่อมค่า และทันสมัย (Barney, 1986; Porter and Millar, 1985)

1. จากผลการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทยนั้น เป็นเรื่องที่ว่าด้วยกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ ความเข้มข้นในความผูกพันทางใจของหมู่สมาชิกซึ่งเป็นทุนทางสังคมภายในองค์กร และการไต่หาการเป็นองค์กรที่มีการขับเคลื่อนอย่างไม่หยุดยั้งด้วยองค์ความรู้ที่กิจการสะสมไว้เป็นปัจจัยความสามารถเชิงพลวัต ร่วมกับพฤติกรรมที่มีคุณลักษณะมุ่งพัฒนาตนเองสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ องค์กรใดก็ตามที่สามารถบริหารจัดการให้เกิดปัจจัยทั้ง 3 ตามคำนิยามนี้ ย่อมก่อให้เกิดความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่มีหรือที่เรียกว่าความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลลัพธ์ก็คือความแตกต่างระหว่างผู้แพ้และผู้ชนะ

2. การเข้าไปทำความเข้าใจในส่วนของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ คือการเข้าไปศึกษาในประเด็น การที่องค์กรสร้างสรรค์สิ่งใหม่และใช้ประโยชน์จากมัน, การมีอิสระที่จะออกแบบการทำงานได้ด้วยตนเอง, การวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบ, การมีใจสู้และพร้อมที่จะแข่งขัน, และการแสวงหาโอกาสเพื่อความสำเร็จและยอมรับความล้มเหลวเมื่อผิดพลาด และศึกษาต่อไปอีกว่ามีสิ่งใดอยู่เบื้องหลังคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการและคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลอย่างไรไปในเบื้องหน้า ในส่วนของเบื้องหลังเป็นการเข้าไปศึกษาทำความเข้าใจในทฤษฎีทุนทางสังคมขององค์กร ในประเด็น ความสามารถที่จะไว้วางใจต่อกันในหมู่ของสมาชิก, การแสดงออกถึงการมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน, การอยู่ร่วมและยอมรับในวัฒนธรรมที่สร้างความเจริญให้กับชุมชน, การเอาใจใส่ซึ่งกันและกันอย่างจริงจัง, และการยอมปฏิบัติตนภายใต้กฎเกณฑ์ที่สร้างขึ้นร่วมกันโดยสมาชิกขององค์กร เบื้องหลังอีกทางหนึ่งเป็นการเข้าไปศึกษาทำความเข้าใจในแนวคิดความสามารถเชิงพลวัต ในประเด็น การขับเคลื่อนความสามารถองค์กรไปสู่สถาบันที่มีความคิดสร้างสรรค์ผลักดันให้เกิดความเป็นนวัตกรรมในองค์กร, การสั่งสมความรู้ประสบการณ์ข้อมูลไว้ในรูปแบบของทรัพย์สินที่สามารถร้องขอ ส่งต่อ และแลกเปลี่ยนระหว่างกันได้ตลอดเวลาภายในองค์กร และการมีความไวต่อการรับรู้สถานการณ์พร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงทุกด้านในองค์กรและตระหนักถึงถึงความสำคัญที่จะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างทัน่วงที

ในส่วนที่คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลอย่างไรไปในเบื้องหน้า เป็นการเข้าไปทำความเข้าใจในส่วนของคุณลักษณะการได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ ในประเด็น ความสามารถที่จะส่งมอบความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้าเกิด, การนำเสนอคุณค่าในสินค้าและบริการแตกต่างสุดตลาด, และการบริหารจัดการต้นทุนในสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ

หากจะกล่าวโดยสรุปว่าหากกิจการสามารถสร้างทุนทางสังคมที่ดีขององค์กร คือการที่องค์กร มีหลังบ้านที่มั่นคงพร้อมที่จะสนับสนุนคนขององค์กร บวกกับการที่องค์กรเต็มไปด้วยบุคลากรที่มีความรู้ อย่างเท่าเทียมและถ่องแท้ในอุตสาหกรรมไม่ประมาทต่อสถานการณ์และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่กว่าและดีกว่าอยู่เสมอ ย่อมจะส่งผลให้คนในองค์กรมีอิสระทางความคิด และอิสระในการทำงาน มีแผนพร้อมที่จะเสี่ยงและออกไปต่อสู้ ผลคือทำให้เป็นองค์กรที่มีเสน่ห์ และเห็นคุณค่าในแตกต่างของตน พร้อมที่จะส่งมอบคุณค่านี้ไปยังลูกค้า และยังคงสร้างกำไรอย่างยั่งยืน ให้กับองค์กรด้วย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 ผลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้สร้างความเข้าใจที่มีต่อองค์ความรู้ในเรื่องบทบาทของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะที่เป็นตัวแปรส่งผ่านอิทธิพล ระหว่าง ทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ไปยังความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ผู้ประกอบการองค์กรทางธุรกิจ หรือผู้ที่มีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยการพัฒนาทรัพยากรภายในองค์กรประเภทที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Resource) ตามกรอบแนวคิด (Resource-Based View of the Firm: RBV) สามารถนำเอาผลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการให้นิยาม กำหนดความหมาย หรือเพื่อกำหนดตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับทั้ง 4 ประเด็นนี้ได้ อย่างเหมาะสม

1.2 ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากอิทธิพลของ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ซึ่งมีทิศทางในทางบวก เป็นการแสดงให้เห็นแล้วว่าหากผู้ประกอบการหรือองค์กรทางธุรกิจที่มีความใส่ใจในการบริหารงานในประเด็นของการเป็นองค์กรที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ การเป็นองค์กรที่มุ่งเน้นทุนทางสังคม และองค์กรที่มีใฝ่ความสามารถทางพลวัต และสามารถทำให้เกิดปัจจัยเหล่านี้ในองค์กรของตนให้สูงกว่าองค์กรอื่น ๆ ย่อมจะทำให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจที่เหนือกว่า แต่ส่วนผสมระหว่างตัวแปรต้นทางทั้ง 3 ตัวนี้อาจยังเป็นที่ยสงสัยว่าควรมุ่งเน้นให้ความเข้มข้นกับหัวข้อใดมากกว่ากันจึงจะมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ใน การศึกษาวิจัยครั้งนี้ก็พอจะมีแนวทางให้ได้นำไปทดลองประยุกต์ใช้ในเบื้องต้นได้

1.3 หากองค์กรทางธุรกิจใดที่มี ทุนทางสังคมและความสามารถทางพลวัต อยู่แล้วและ ต้องการพัฒนาให้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันในองค์กรเพิ่มขึ้น การที่เสริมปัจจัย คุณลักษณะการ เป็นผู้ประกอบการ จะทำให้ผลลัพธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่ใน ขณะเดียวกันหากต้องเลือกทำการส่งเสริมปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งระหว่างตัวแปรต้นทางทั้ง 3 ตัวใน แบบจำลองสมการโครงสร้างข้างนี้ก็ได้แสดงให้เห็นถึง ค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงซึ่งคุณลักษณะการ เป็นผู้ประกอบการกับส่งผลกระทบต่อความแปรปรวนของความได้เปรียบทางการแข่งขัน สูงที่สุดและ รองลงมา คือ ทุนทางสังคมและความสามารถทางพลวัตตามลำดับ

1.4 ในส่วนของนโยบายภาครัฐที่จะมีต่อผู้ประกอบการธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น ในประเทศไทย การส่งเสริมให้มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการจะเป็นตัวเลขหนึ่งที่ทำให้เกิดการ พัฒนาอย่างก้าวกระโดดซึ่งก็สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาระบบเศรษฐกิจประเทศโดยใช้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นตัวนำให้เกิดความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งถ้าหากผู้ประกอบการมี คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ทั้งทางด้านการมีนวัตกรรม การก่อให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร การส่งเสริมความไว้วางใจกันระหว่างคนในองค์กรและเครือข่ายธุรกิจทำให้เกิดการแข่งขันอย่าง สร้างสรรค์ขึ้นทั้งระบบ มีการรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์โดยมุ่งทางการแข่งขันและเกื้อกูลในเวลา เดียวกัน สุดท้ายก็จะส่งผลให้เกิดการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างดีมากขึ้นทั้งลูกค้า ในตลาดภายในประเทศและลูกค้าที่เป็นตลาดนอกประเทศช่วยเพิ่มอันดับในความสามารถทางการ แข่งขันทางนวัตกรรมของประเทศไทยให้สูงขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบันจากการจัดอันดับความสามารถ ด้านนวัตกรรมของประเทศไทยตามการจัดอันดับของ GII ดังแบบจำลองนี้ได้แสดงให้เห็นข้อมูลใน เชิงประจักษ์แล้ว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการศึกษาครั้งนี้ดำเนินการมีข้อจำกัดในหลากหลายภายใต้บริบทของสถานการณ์โรค ระบาดอย่างรุนแรงในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่เป็นกิจการในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจ เริ่มต้น กำลังอยู่ในช่วงเวลาแห่งการปรับตัวทางธุรกิจครั้งใหญ่ทั้งระบบ ซึ่งมีรับผลกระทบต่อการเก็บ รวบรวมข้อมูลอยู่บ้าง ผู้วิจัยพบว่าข้อมูลที่ได้รับจากการสำรวจมีบางส่วนที่มีความผิดปกติและคาด เคลื่อนออกจากทฤษฎีที่ได้มีการศึกษาไว้ในขั้นต้น ดังนั้นหากผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยในต่อไปควร พิจารณาถึงผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถจะกำหนดได้ และหาแนวทางแก้ไขหรือ ทางเลือกไว้หลาย ๆ ด้านหากเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด

2.2 กลุ่มตัวอย่างมีความชัดเจนในแง่มุมมองของการใช้นวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ ส่วน ใหญ่จึงเข้าใจนิยามของคำว่านวัตกรรมเป็นอย่างดีแต่หากทำการศึกษากับกลุ่มธุรกิจอื่นอาจต้องสร้าง ความเข้าใจในเรื่องของนวัตกรรมกับกลุ่มตัวอย่างให้เป็นไปในทิศทางที่ผู้ศึกษาสนใจอย่างแท้จริง ใน

การเก็บข้อมูลจากการทดลองใช้เครื่องมือแบบสอบถามทำให้ผู้วิจัยทราบได้ว่าในผู้ประกอบการทั่วไปที่ไม่ได้ใช้ปัจจัยด้านนวัตกรรมเป็นแกนในการทำธุรกิจจะใช้เวลาในการตอบแบบสอบถามที่มีหัวข้อเกี่ยวกับประเด็นนวัตกรรมนานกว่าปกติ ผู้วิจัยจึงแนะนำว่าควรมีการจัดทำคู่มือในการจัดเก็บข้อมูลก็จะสามารถช่วยแก้ปัญหานี้ได้

2.3 หากมีการศึกษางานวิจัยเพิ่มเติม ประเด็นที่ต้องเพิ่มเติมคือเรื่องการออกแบบงานวิจัยแบบตามลำดับอธิบายผล (The explanatory sequential design) ที่เป็นการทำงานวิจัยเชิงปริมาณก่อนคือการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณจนเสร็จสิ้นแล้วจึงนำไปอธิบายยืนยันผลด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ (จำเนียร จวงตระกูล และกัญจนวลัย นนทแก้ว แพร์รี่, 2563) ในการวิจัยครั้งนี้ยังขาดการยืนยันด้วยผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จะเป็นการเหมาะสมอย่างมากหากผู้วิจัยครั้งต่อไปจะทำการวิจัยในรูปแบบการวิจัยแบบผสมคือทำการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพควบคู่กันเพื่อให้เกิดสภาพการยืนยันทางวิชาการมีผลประจักษ์เชิงคุณภาพที่จะเกิดจากการวิจัยแบบผสม ก็จะทำให้งานวิจัยฉบับนั้นเป็นที่ยอมรับมากยิ่งขึ้น

2.4 จากข้อค้นพบในการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบว่าในบริบทของแบบจำลองนี้มีตัวแปรสังเกตภายในแบบจำลองการวัดที่ให้อิทธิพลต่อปัจจัยคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ พუნทางสังคมความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรแฝง จะมีตัวแปรสังเกตที่มีอิทธิพลสูงกว่าตัวแปรอื่นอย่างมีนัยยะสำคัญได้แก่ ตัวแปร ความไว้วางใจ เชื่อใจ ความสามารถด้านนวัตกรรม การมีนวัตกรรม และความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด เพื่อการทำความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับแบบจำลองที่ทำการวิจัยในครั้งนี้หากมีการศึกษาอย่างลึกซึ้งถึงตัวแปรสังเกตซึ่งเป็นเหตุผลผลักดันให้เกิดอิทธิพลภายใต้แบบจำลองการวัด ก็จะสามารถทำความเข้าใจในทางทฤษฎีว่าตัวแปรแต่ละตัวทำงานอย่างไร

สรุปการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างพุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย หลังจากนำเสนอผลการวิจัยด้วยเครื่องมือทางสถิติโดยละเอียดในส่วนของบทที่ 4 แล้ว บทนี้ผู้วิจัยได้กล่าวถึงการค้นพบเชิงประจักษ์ที่สำคัญและได้ตอบคำถามการวิจัยที่เชื่อมโยงกับการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 อีกทั้งได้นำเสนอข้อสรุปการค้นพบที่สำคัญและแสดงถึงความสำเร็จของการวิจัยไว้ในบทที่ 5 และหลังจากสรุปแล้วผู้วิจัยจะได้แจ้งข้อเสนอแนะงานวิจัยที่อาจเป็นประโยชน์ และในส่วนท้ายสุดมีการให้ข้อเสนอแนะแนวทางการศึกษาในอนาคตครั้งต่อไปสำหรับผู้บริหาร ผู้ประกอบการ นักวิจัย และผู้สนใจ ทางด้านการบริหารจัดการธุรกิจนวัตกรรมในตัวแปร คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ พุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้น

บรรณานุกรม

- กรธวัฒน์ สกลคฤหเดช, สุกิจ ขอเชื้อกลาง และ ลภัสสรดา จ่างแก้ว. 2559. ความสามารถเชิงพลวัต
ความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จของธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของ
ประเทศไทย. **วารสารเกษมบัณฑิต**, 17(2), 225-238.
- กรีซ แร่งสูงเนิน. 2554. **การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย**. กรุงเทพฯ:
ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2542. **การวิเคราะห์สถิติ : สถิติเพื่อการตัดสินใจ**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2545. **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2556. **การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย**. กรุงเทพฯ: ภาควิชา
สถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2562. **การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS**. กรุงเทพฯ:
สามลดา.
- กุลบุตร โภเมนกุล. 2560. **นวัตกรรมโมเดลธุรกิจ**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
[http://www.tcjapress.com/2017/20/22/business-model-noovation/ฝ่ายบริหารและ
วิเทศสัมพันธ์ \(22 กุมภาพันธ์ 2560\).](http://www.tcjapress.com/2017/20/22/business-model-noovation/ฝ่ายบริหารและ
วิเทศสัมพันธ์ (22 กุมภาพันธ์ 2560).)
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. 2558. **อนาคต Startup และการบ่มเพาะธุรกิจ**. [ระบบออนไลน์].
แหล่งที่มา <http://www.kriensak.com/strtup-future-business-incubator>
(2 มีนาคม 2561).
- จำเนียร จวงตระกูล และ กัญจนวลัย นนทแก้ว แพร์รี่. 2563. การวิจัยแบบผสม: การนำการออกแบบ
การวิจัยแบบผสมเจ็ดรูปแบบสู่การปฏิบัติ. **วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครราชสีมา**, 14(1), 1-14.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. 2555. **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**.
กรุงเทพฯ: ปิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- พูลพงษ์ สุขสว่าง. 2557. หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาส
ราชนครินทร์**, 6(2), 136-145.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. 2541. การ วิเคราะห์ส่วนประกอบความแปรปรวนทางการศึกษา.

วารสารวิธีวิทยาการวิจัย, 11(1), 19-27.

ศิโรตม์ ภาคสุวรรณ. 2563. โครงการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเพื่อความอยู่รอดของ SME ไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 25(3), 28-37.

ศูนย์ความเป็นเลิศด้านการค้า. 2563. **นวัตกรรมนำธุรกิจ พิชิตใจผู้บริโภค**. [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา <https://exac.go.th/detail/20200325111423/20200612140935>

(2 มีนาคม 2563).

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. 2562. **อันดับ**

ความสามารถด้านนวัตกรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนตามการจัดอันดับของ GII ปี 2562.

[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://stiic.sti.or.th/stat/ind-ct/ct-t009-2019/>

(2 มีนาคม 2562).

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. 2558. **รายงานประจำปี 2558**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

[https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-](https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe)

[-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe](https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe) (12 กันยายน 2562).

_____. 2561. **รายงานประจำปี**. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

[https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-](https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe)

[-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe](https://www.nia.or.th/%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD-%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B8%AD-iframe) (12 กันยายน 2562).

สิริรัฐ บุญรักษา. 2557. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสำเร็จทางการเงินของทายาทธุรกิจหลังการถ่ายโอนธุรกิจครอบครัวในประเทศไทย. **APHEIT Journal**, 21(1), 71-84.

สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ และ รัชนิกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. 2551. สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคองการพิมพ์.

Abdullah, N. H., Shamsuddin, A., Wahab, E. & Hamid, N. A. A. 2014. The Relationship between Organizational Culture and Product Innovativeness. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 129, 140-147.

Ahl, H. 2006. Why research on women entrepreneurs needs new directions. **Entrepreneurship theory and practice**, 30(5), 595-621.

Bamford, C. E. & West, P. G. 2010. **Strategic Management: Value Creation, Sustainability, and Performance**. Cincinnati OH: South-Western College Pub.

- Banker, R., Hu, N., Pavlou, P. & Luftman, J. 2011. CIO Reporting Structure, Strategic Positioning, and Firm Performance. **MIS Quarterly**, 35(2), 487-504.
- Barney, J. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. **Journal of management**, 17(1), 99-120.
- Barney, J. B. 1986. Organizational culture: can it be a source of sustained competitive advantage? **Academy of management review**, 11(3), 656-665.
- Batjargal, B. 2007. Internet entrepreneurship: Social capital, human capital, and performance of Internet ventures in China. **Research policy**, 36(5), 605-618.
- Blank, S. & Dorf, B. 2020. **The Startup Owner's Manual: The Step-By-Step Guide for Building a Great Company**. New York: John Wiley & Sons.
- Blank, S. G. 2013. Why the lean start-up changes everything. **Harvard business review**, 91(5), 63-72.
- Brislin, R. W. 1970. Back-Translation for Cross-Cultural Research. **Journal of Cross-Cultural Psychology**, 1(3), 185-216.
- Cantillon, R. 2000. 1730. **Outcult, C**, 00-04.
- _____. 2015. **Richard Cantillon's Essay on the Nature of Trade in General: A Variorum Edition**. New York: Routledge.
- Chen, X. 2012. **Impact of Business Intelligence and IT Infrastructure Flexibility on Competitiv Competitive Advantage: An Or antage: An Organizational Agility P ganizational Agility Perspectiv erspective**. PhD's Thesis. University of Nebraska - Lincoln
- Chen, X. & Siau, K. 2012. Effect of business intelligence and IT infrastructure flexibility on organizational agility. **Journal of Organization and End User Computing**, 32(4), 138-161.
- Chesbrough, H. & Schwartz, K. 2007. Innovating business models with co-development partnerships. **Research-Technology Management**, 50(1), 55-59.
- Christensen, K. & Fahey, L. 1984. Building distinctive competences into competitive advantage. **Strategic Planning Management**, 2(1), 113-123.
- Chuang, M.-Y., Chen, C.-J. & Lin, M.-J. J. 2016. The impact of social capital on competitive advantage: The mediating effects of collective learning and absorptive capacity. **Management Decision**, 54(6), 1443-1463.

- Correia, R. J., Dias, J. G. & Teixeira, M. S. 2021. Dynamic capabilities and competitive advantages as mediator variables between market orientation and business performance. **Journal of Strategy and Management**, 14(2), 187-206.
- Courpasson, D. 2011. Part I “Roads to Resistance” The Growing Critique from Managerial Ranks in Organization. **Management**, 14(1), 7-23.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. 1989. Strategic management of small firms in hostile and benign environments. **Strategic management journal**, 10(1), 75-87.
- Cronbach, L. 1990. **Essentials of Psychological Testing**. New York: Harper Collins Publishers.
- Deeds, D. L., DeCarolis, D. & Coombs, J. 2000. Dynamic capabilities and new product development in high technology ventures: An empirical analysis of new biotechnology firms. **Journal of Business venturing**, 15(3), 211-229.
- Dess, G. & Lumpkin, G. T. 2005. The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. **Academy of Management Perspectives**, 19(1), 147-156.
- Dess, G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. & McNamara, G. 2010. **Strategic Management: Text and Cases**. New York: McGraw-Hill Education.
- Dess, G. G. & Shaw, J. D. 2001. Voluntary turnover, social capital, and organizational performance. **Academy of management review**, 26(3), 446-456.
- Drucker, P. 2014. **Innovation and Entrepreneurship**. New York: Routledge.
- Eng, T.-Y. & Okten, D. 2011. Exploring a dynamic framework of innovative capability: A theoretical integration of technological and marketing capabilities. **Technology Analysis & Strategic Management**, 23(9), 1001-1013.
- Ferdinand, A. T. 1998. **Strategic Pathways Toward Sustainable Competitive Advantage**. Master's thesis. Cross University, Australia.
- Ferreira, J. & Coelho, A. 2020. Dynamic capabilities, innovation and branding capabilities and their impact on competitive advantage and SME's performance in Portugal: the moderating effects of entrepreneurial orientation. **International Journal of Innovation Science**, 12(3), 255-286.
- Giachetti, C. 2016. Competing in Emerging Markets: Performance Implications of Competitive Aggressiveness. **Management International Review**, 56(3), 325-352.

- Grant, R. M. (1999). The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. pp. 3-23. In **Knowledge and strategy**. Elsevier.
- Griffith, D. A., Noble, S. M. & Chen, Q. 2006. The performance implications of entrepreneurial proclivity: A dynamic capabilities approach. **Journal of Retailing**, 82(1), 51-62.
- Guang Shi, V., Lenny Koh, S., Baldwin, J. & Cucchiella, F. 2012. Natural resource based green supply chain management. **Supply Chain Management: An International Journal**, 17(1), 54-67.
- Guo, C. 2007. Is Sustainable Competitive Advantage an Achievable Holy Grail: The Relevance Gap between Academia and Business. **Journal of Business & Management**, 13(2).
- Hair, J. F., Ringle, C. M. & Sarstedt, M. 2011. PLS-SEM: Indeed a silver bullet. **Journal of Marketing theory and Practice**, 19(2), 139-152.
- Harms, R., Kraus, S. & Schwarz, E. 2009. The suitability of the configuration approach in entrepreneurship research. **Entrepreneurship and Regional Development**, 21(1), 25-49.
- Hitt, M. A., Bierman, L., Shimizu, K. & Kochhar, R. 2001. Direct and moderating effects of human capital on strategy and performance in professional service firms: A resource-based perspective. **Academy of Management journal**, 44(1), 13-28.
- Holm, D. B., Eriksson, K. & Johanson, J. 1999. Creating Value through Mutual Commitment to Business Network Relationships. **Strategic Management Journal**, 20(5), 467-486.
- Hoonakker, P. & Carayon, P. 2009. Questionnaire Survey Nonresponse: A Comparison of Postal Mail and Internet Surveys. **International Journal of Human-Computer Interaction**, 25(5), 348-373.
- Huang, K.-P. & Wang, K. Y. 2013. The moderating effect of social capital and environmental dynamism on the link between entrepreneurial orientation and resource acquisition. **Quality & Quantity**, 47(3), 1617-1628.
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S. & Kyläheiko, K. 2005. Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance. **Journal of International Entrepreneurship**, 3(3), 223-243.

- Jiao, H., Wei, J. & Cui, Y. 2010. An empirical study on paths to develop dynamic capabilities: From the perspectives of entrepreneurial orientation and organizational learning. **Frontiers of Literary Studies in China**, 4(1), 47-72.
- Johannessen, J.-A. & Olsen, B. 2003. Knowledge management and sustainable competitive advantages: The impact of dynamic contextual training. **International Journal of Information Management**, 23(4), 277-289.
- Kaehler, C., Busatto, F., Becker, G., Hansen, P. & Santos, J. 2014. Relationship between Adaptive Capability and Strategic Orientation: An Empirical Study in a Brazilian Company. **iBusiness**, 6(1), 1-9.
- Kamau, G. G. 2016. **Influence of Entrepreneurial Marketing Orientation on Competitive Advantage Among Mobile Service Providers in Kenya**. PhD's Thesis. Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology.
- Kay, J. 1993. **Foundations of Corporate Success**. Oxford: Oxford University Press.
- Killa, M. 2014. Effect of Entrepreneurial Innovativeness Orientation, Product Innovation, and Value Co-Creation on Marketing Performance. **Journal of Research in Marketing**, 2(3), 198. doi: 110.17722/jorm.v17722i17723.17773.
- Kiyabo, K. & Isaga, N. 2020. Entrepreneurial orientation, competitive advantage, and SMEs' performance: application of firm growth and personal wealth measures. **Journal of Innovation and Entrepreneurship**, 9(1), 1-15.
- Kline, R. 2011. **Convergence of Structural Equation Modeling and Multilevel Modeling**. N.P.: N.P.
- Kline, T. J. B. 2005. **Psychological Testing: A Practical Approach to Design and Evaluation**. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.
- Köseoglu, M. A., Topaloglu, C., Parnell, J. A. & Lester, D. L. 2013. Linkages among business strategy, uncertainty and performance in the hospitality industry: Evidence from an emerging economy. **International Journal of Hospitality Management**, 34, 81-91.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D. & Weaver, K. M. 2002. Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis. **Entrepreneurship theory and practice**, 26(4), 71-93.
- Lechner, C. & Gudmundsson, S. 2014. Entrepreneurial Orientation, Firm Strategy and

- Small Firm Performance. **International Small Business Journal**, 32(1), 36-60.
- Lee, J.-S. & Hsieh, C.-J. 2010. A Research In Relating Entrepreneurship, Marketing Capability, Innovative Capability And Sustained Competitive Advantage. **Journal of Business & Economics Research (JBER)**, 8(9), doi: 10.19030/jber.v19038i19039.19763.
- Lee, S. M. & Peterson, S. J. 2000. Culture, entrepreneurial orientation, and global competitiveness. **Journal of world business**, 35(4), 401-416.
- Lee, T. K. & Chu, W. 2011. Entrepreneurial orientation and competitive advantage: The mediation of resource value and rareness. **African Journal of Business Management**, 5(33), 12797-12809.
- Leonidou, C. N., Fotiadis, T. A. & Zeriti, A. 2013. Resources and capabilities as drivers of hotel environmental marketing strategy: Implications for competitive advantage and performance. **Tourism Management**, 35(94-110).
- Li, D.-y. & Liu, J. 2014. Dynamic capabilities, environmental dynamism, and competitive advantage: Evidence from China. **Journal of Business Research**, 67(1), 2793-2799.
- Lim, J. N., Schultmann, F. & Ofori, G. 2010. Tailoring Competitive Advantages Derived from Innovation to the Needs of Construction Firms. **Journal of Construction Engineering and Management**, 136(5), 568-580.
- Liu, C.-H. 2017. The relationships among intellectual capital, social capital, and performance - The moderating role of business ties and environmental uncertainty. **Tourism Management**, 61, 553-561.
- _____. 2020. Creating competitive advantage: Linking perspectives of organization learning, innovation behavior and intellectual capital. **International Journal of Hospitality Management**, 66, 13-23.
- Liu, C.-H. & Lee, T. 2015. Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. **International Journal of Hospitality Management**, 46, 138-150.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. 1996. Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. **The Academy of Management Review**, 21(1), 135-172.

- Lumpkin, T. & Dess, G. G. 2001. Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle. **Journal of business venturing**, 16(5), 429-451.
- Lyon, D. W., Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. 2000. Enhancing Entrepreneurial Orientation Research: Operationalizing and Measuring a Key Strategic Decision Making Process. **Journal of Management**, 26(5), 1055-1085.
- Mahmood, R. & Hanafi, N. 2013. Entrepreneurial orientation and business performance of women-owned small and medium enterprises in Malaysia: Competitive advantage as a mediator. **International Journal of Business and Social Science (IJBSS)**, 4(1), 82-90.
- Marino, L., Strandholm, K., Steensma, H. K. & Weaver, K. M. 2002. The moderating effect of national culture on the relationship between entrepreneurial orientation and strategic alliance portfolio extensiveness. **Entrepreneurship theory and practice**, 26(4), 145-160.
- Maruta, I., Sularso, R. A. & Susanti, N. 2018. The Effect of Market Orientation, Entrepreneurship Orientation, and Imitation Strategy on Competitive Advantage (Study on SME of Leather Bag and Suitcase in East Java).
- McKeown, M. 2008. **The Truth About Innovation**. New York: Pearson Education India.
- Menguc, B. & Auh, S. 2006. Creating a firm-level dynamic capability through capitalizing on market orientation and innovativeness. **Journal of the Academy of Marketing Science**, 34(1), 63.
- Messeghem, K. 2003. Strategic entrepreneurship and managerial activities in SMEs. **International Small Business Journal**, 21(2), 197-212.
- Miao, C., Coombs, J. E., Qian, S. & Sirmon, D. G. 2017. The mediating role of entrepreneurial orientation: A meta-analysis of resource orchestration and cultural contingencies. **Journal of Business Research**, 77, 68-80.
- Michailova, S. & Zhan, W. 2015. Dynamic capabilities and innovation in MNC subsidiaries. **Journal of World Business**, 50(3), 576-583.
- Miller, D. 1983. The correlates of entrepreneurship in three types of firms. **Management science**, 29(7), 770-791.
- Miller, D. & Friesen, P. H. 1978. Archetypes of strategy formulation. **Management**

- science**, 24(9), 921-933.
- Mills, R. J., Young, C. A., Pallant, J. F. & Tennant, A. 2010. Development of a patient reported outcome scale for fatigue in multiple sclerosis: The Neurological Fatigue Index (NFI-MS). **Health and quality of life outcomes**, 8(1), 22-22.
- Nadvi, K. 1999. Collective Efficiency and Collective Failure: The Response of the Sialkot Surgical Instrument Cluster to Global Quality Pressures. **World Development**, 27(9), 1605-1626.
- Nahapiet, J. & Ghoshal, S. 2000. Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. **The Academy of Management Review**, 23(2), 119-157.
- Nayyar, P. R. 1993. On the measurement of competitive strategy: Evidence from a large multiproduct US firm. **Academy of Management Journal**, 36(6), 1652-1669.
- Nguyen, K.-T. 2019. **Trust and Innovation Within the Firm: Evidence from Matched CEO-Firm Data**. London: London School of Economics Working Paper.
- Nidumolu, S. R. & Knotts, G. W. 1998. The effects of customizability and reusability on perceived process and competitive performance of software firms. **MIS quarterly**, 105-137.
- Penrose, E. 1995. **The Theory of The Growth of The Firm**. Oxford: Oxford Scholarship.
- Polit, D. F. & Beck, C. T. 2006. Using research in evidence-based nursing practice. **Essentials of nursing research. Methods, appraisal and utilization. Philadelphia (USA): Lippincott Williams & Wilkins**, 12, 457-494.
- Polit, D. F. & Beck, C. T. 2008. **Nursing research: Principles and methods**. Lippincott Williams & Wilkins.
- Porter, M. E. 1980. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- Porter, M. E. & Millar, V. E. 1985. **How information gives you competitive advantage**. Cambridge, MA: Harvard Business Review.
- Protogerou, A., Caloghirou, Y. & Lioukas, S. 2011. Dynamic capabilities and their indirect impact on firm performance. **Industrial and Corporate Change**, 21(3), 615-647.

- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: America's Declining Social Capital*. pp. 223-234. In **Culture and politics**. New York: Springer.
- Putnam, R. D., Leonardi, R. & Nanetti, R. Y. 1993. Social capital and institutional success. **Making democracy work: Civic traditions in modern Italy**, 163, 185.
- Qosasi, A., Maulina, E., Purnomo, M., Muftiadi, A., Permana, E. & Febrian, A. 2019. The Impact of Information and Communication Technology Capability on the Competitive Advantage of Small Businesses. **International Journal of Technology**, 10(1), 167. doi: 110.14716/ijtech.v14710i14711.12332.
- Rhee, J., Park, T. & Lee, D. H. 2010. Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. **Technovation**, 30(1), 65-75.
- Rodrigo-Alarcón, J., García-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J. & Parra-Requena, G. 2017. From social capital to entrepreneurial orientation: The mediating role of dynamic capabilities. **European Management Journal**, 36(2), 195-209.
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., García-Villaverde, P. M. & Rodrigo-Alarcon, J. 2017. How does the closure of interorganizational relationships affect entrepreneurial orientation? **BRQ Business Research Quarterly**, 20(3), 178-191.
- Sachitra, V. & Chong, S.-C. 2018. Resources, capabilities and competitive advantage of minor export crops farms in Sri Lanka. **Competitiveness Review: An International Business Journal**, 28(5), 478-502.
- Saeed, M. M. & Arshad, F. 2012. Corporate social responsibility as a source of competitive advantage: The mediating role of social capital and reputational capital. **Journal of Database Marketing & Customer Strategy Management**, 19(4), 219-232.
- Schenkel, M. T. & Garrison, G. 2009. Exploring the roles of social capital and team-efficacy in virtual entrepreneurial team performance. **Management Research News**, 32(6), 525-538.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. 2016. **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. 4th ed. London: Routledge.
- Schumpeter, J. 1934. Change and the Entrepreneur. **Essays of JA Schumpeter**.
- Schumpeter, J. A. 2000. **Entrepreneurship as innovation**. Illinois: University of

- Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship.
- Shan, W., Walker, G. & Kogut, B. 1994. Interfirm cooperation and startup innovation in the biotechnology industry. **Strategic management journal**, 15(5), 387-394.
- Shi, V., Koh, S., Baldwin, J. & Cucchiella, F. 2012. Natural resource based green supply chain management. **Supply Chain Management: An International Journal**, 17(1), 54-67.
- Simon, A., Bartle, C., Stockport, G., Smith, B., Klobas, J. E. & Sohal, A. 2015. Business leaders' views on the importance of strategic and dynamic capabilities for successful financial and non-financial business performance. **International Journal of Productivity and Performance Management**, 64(7), 908-931.
- Sirivanh, T., Sukkabot, S. & Sateeraroj, M. 2014. The effect of entrepreneurial orientation and competitive advantage on SMEs' growth: A structural equation modeling study. **International Journal of Business and Social Science**, 5(6).
- Sok, P., Snell, L., Lee, W. J. & Sok, K. M. 2017. Linking entrepreneurial orientation and small service firm performance through marketing resources and marketing capability: A moderated mediation model. **Journal of Service Theory and Practice**, 27(1), 231-249.
- Stambaugh, J., Lumpkin, G. T., Mitchell, R. K., Brigham, K. & Cogliser, C. 2020. Competitive aggressiveness, community banking and performance. **Journal of Strategy and Management**, 13(2), 221-240.
- Streiner, D. L., Norman, G. R. & Cairney, J. 2015. **Health measurement scales: A practical guide to their development and use**, 5th ed. New York, NY, US: Oxford University Press.
- Suzuki, N., Rubin, D., Lidman, C., Aldering, G., Amanullah, R., Barbary, K. & Dawson, K. S. 2012. The Hubble Space Telescope cluster supernova survey. V. Improving the dark-energy constraints above $z > 1$ and building an early-type-hosted supernova sample. **The Astrophysical Journal**, 746(1), 85.
- Tarabishy, A., Solomon, G., Fernald Jr, L. W. & Sashkin, M. 2005. The entrepreneurial leader's impact on the organization's performance in dynamic markets. **The Journal of private equity**, 20-29.

- Teece, D. J. 2007. Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. **Strategic management journal**, 28(13), 1319-1350.
- Wang, C. L. & Ahmed, P. K. 2007. Dynamic Capabilities: A Review and Research Agenda. **International Journal of Management Reviews**, 9(1), 31-51.
- Widodo. 2015. Strategic Knowledge with Strategic Alliance Based to Achieve a Sustainable Competitive Advantage. **Journal of Economic Cooperation and Development**, 36, 35-62.
- Wiklund, J. 1999. The sustainability of the entrepreneurial orientation—performance relationship. **Entrepreneurship theory and practice**, 24(1), 37-48.
- Wingwon, B. 2012. Effects of Entrepreneurship, Organization Capability, Strategic Decision Making and Innovation toward the Competitive Advantage of SMEs Enterprises. **Journal of Management and Sustainability**, 2(1).
- Winter, S. G. 2003. Understanding Dynamic Capabilities. **Strategic Management Journal**, 24(10), 991-995.
- Wu, J. & Chen, X. 2012. Leaders' social ties, knowledge acquisition capability and firm competitive advantage. **Asia Pacific Journal of Management**, 29(2), 331-350.
- Yi, H.-T., Amenuvor, F. E. & Boateng, H. 2021. The Impact of Entrepreneurial Orientation on New Product Creativity, Competitive Advantage and New Product Performance in SMEs: The Moderating Role of Corporate Life Cycle. **Sustainability**, 13(6), 3586. doi.org/3510.3390/su13063586.
- Zehir, C., Can, E. & Karaboga, T. 2015. Linking Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Role of Differentiation Strategy and Innovation Performance. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 210(358-367).
- Zimmerman, M. A. & Brouters, K. D. 2012. Gender heterogeneity, entrepreneurial orientation and international diversification. **International Journal of Gender and Entrepreneurship**, 4(1), 20-43.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม



แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิง

สาเหตุ

ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย”

คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

คำชี้แจง:

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จัดทำโดยนาย วรภรณ์ นามวงศ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรมหรือวิสาหกิจเริ่มต้น ที่ลงทะเบียนเข้ารับคำปรึกษาพัฒนานวัตกรรมเพื่อรับทุนสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ และได้รับคัดเลือกให้เป็นผู้รับทุนสนับสนุน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยด้านทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจเริ่มต้นและธุรกิจนวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขันในทางธุรกิจ

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในปัจจัย ทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ภายใต้บทบาทคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการในฐานะตัวแปรส่งผ่าน ของธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

ข้อมูลทุกอย่างที่อยู่ในแบบสอบถามจะถูกเก็บเป็นความลับและผลการวิจัยจะไม่มีการเปิดเผยชื่อบริษัทหรือชื่อของผู้ตอบแบบสอบถามโดยเด็ดขาด ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ หลังจากตอบแบบสอบถามแล้วกรุณาส่งคืนให้กับเจ้าหน้าที่เพื่อจัดส่งให้กับทางมหาวิทยาลัยต่อไป

ขอแสดงความนับถือ

(นาย วรภรณ์ นามวงศ์)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการ

กรุณาทำเครื่องหมาย X ลงในช่องว่างที่กำหนด

1. เพศ () ก. ชาย () ข. หญิง
2. อายุ () ก. ต่ำกว่า 30 ปี () ข. 30 – 34 ปี
() ค. 35 – 39 ปี () ง. 40 – 44 ปี
() จ. 45 – 49 ปี () ฉ. ตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา () ก. ต่ำกว่าปริญญาตรี () ข. ปริญญาตรี
() ค. สูงกว่าปริญญาตรี
4. ประสบการณ์การทำงาน () ก. รับราชการ () ข. ประกอบธุรกิจส่วนตัว
ก่อนที่จะประกอบกิจการ () ค. พนักงานบริษัทเอกชน () ง. พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() จ. อื่นๆ.....
5. ตำแหน่งงานที่ทำก่อนที่จะ () ก. ผู้บริหารระดับสูง () ข. ผู้บริหารระดับกลาง
ประกอบกิจการของตนเอง () ค. ผู้บริหารระดับต้น () ง. พนักงาน
6. ตำแหน่งของท่านในกิจการนี้ () ก. เป็นเจ้าของแต่ไม่ได้บริหาร () ข. เป็นเจ้าของและผู้บริหาร
() ค. เป็นหุ้นส่วนแต่ไม่ได้บริหาร () ง. เป็นหุ้นส่วนและผู้บริหาร
() จ. เป็นผู้บริหาร () ฉ. อื่น ๆ โปรดระบุ.....
7. ลักษณะการดำเนินงาน () ก. เจ้าของคนเดียว () ข. ห้างหุ้นส่วน
() ค. บริษัทจำกัด
8. อายุของกิจการปี
9. จำนวนลูกจ้างคน
() ก. มีผลกำไร () ข. ไม่มีผลกำไร
10. ผลประกอบการในปีที่ผ่านมา
11. ปีเข้าร่วมโครงการกับ NRA พ.ศ. () ก. 2559 () ข. 2560 () ค. 2561
12. ลักษณะของกิจการที่เข้าร่วมโครงการ () ก. ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจนวัตกรรม
() ข. วิสาหกิจเริ่มต้น
13. ประเภทของกิจการ () ก. การผลิต () ข. การบริการ
() ค. การพาณิชย์การ () ง. อุตสาหกรรมเกษตร
() จ. การนำเข้าหรือส่งออก () ฉ. อื่นๆ.....

ส่วนที่ 1 : คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ Entrepreneurial Orientation

คำชี้แจง: จากข้อคำถามต่อไปนี้ขอให้ท่านประเมินว่า “*ตัวท่านเอง*” มีลักษณะตรงตามข้อความแต่ละข้อต่อไปนี้มาก - น้อย เพียงใด โดยทำเครื่องหมาย X บนตัวเลขที่ตรงกับลักษณะของตัวท่านเองมากที่สุด ซึ่งคำตอบที่ท่านตอบไม่มีถูกหรือ และคำตอบของท่านจะถือว่าเป็นความลับและจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้เป็นอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้
- 3 หมายถึง ท่านไม่แน่ใจข้อความดังกล่าว
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว
- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง

แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Autonomy การมีอิสระในการบริหารงาน					
1. บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการสร้างทีมงานที่มีความเป็นอิสระในการทำงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เช่น ทีมงานที่ไม่เป็นทางการ	1	2	3	4	5
2. บริษัทของท่านมีแนวทางในการประสานงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เมื่อนำแนวคิดกลุ่มงานที่เป็นอิสระมาใช้	1	2	3	4	5
3. บริษัทท่านมีความอดทนและความอดกลั้นที่เหมาะสม ต่อความคิดริเริ่มที่จะไม่น่าจะประสบความสำเร็จ ของกลุ่มงานอิสระ	1	2	3	4	5
4. บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานเล็กน้อย ๆ เท่าที่จำเป็น เช่น การสร้างกลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน	1	2	3	4	5
5. บริษัทของท่านส่งเสริมให้มีการสร้างวัฒนธรรมการทำงานระบบการให้รางวัล และกระบวนการทำงานเพื่อสนับสนุนแนวคิดสุดยอดผลิตภัณฑ์ขึ้น	1	2	3	4	5
Innovativeness ความมีนวัตกรรม					
6. บริษัทของท่านส่งเสริม และกระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยีการผลิตที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และนวัตกรรมทางการจัดการมาใช้	1	2	3	4	5
7. บริษัทของท่านได้มีการกระตุ้นให้มีการนำความคิดสร้างสรรค์ และการทดลองมาใช้ในการทำงาน	1	2	3	4	5

แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Autonomy การมีอิสระในการบริหารงาน					
8. บริษัทของท่านมีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ มีการวิจัยและพัฒนา และมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อย่างเพียงพอ	1	2	3	4	5
9. นวัตกรรมของบริษัทท่านเป็นสิ่งที่ยากสำหรับคู่แข่งที่จะเลียนแบบสำเร็จ	1	2	3	4	5
10. บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจน	1	2	3	4	5
11. งบประมาณทางการลงทุนทางการวิจัยและพัฒนา จะถูกปรับลดลงเป็นอย่างแรกเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ	1	2	3	4	5
Proactiveness การทำงานเชิงรุก					
12. บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง	1	2	3	4	5
13. บริษัทของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม	1	2	3	4	5
14. บริษัทของท่านได้ตระหนักถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เช่น สินค้าที่ล้ำสมัยมากอาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าเนื่องจากความกังวลถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต	1	2	3	4	5
15. บริษัทของท่านมีการใช้นโยบายการทำงานในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง	1	2	3	4	5
Competitive Aggressiveness ความก้าวร้าวในการแข่งขัน					
16. หากเกิดภัยคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทของท่านจะมีการใช้นโยบายในการตอบโต้กับภัยคุกคามดังกล่าวอย่างสุดัน	1	2	3	4	5
17. บริษัทของท่านเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการใช้นโยบายการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำกว่าคู่แข่ง การลอกเลียนแบบวิธีการปฏิบัติงานของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือมีการใช้นโยบายออกสินค้าใหม่ตัดหน้าคู่แข่ง	1	2	3	4	5
18. บริษัทของท่านทราบว่ามีการใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างดุเดือดว่าจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม	1	2	3	4	5

แบบวัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
Risk-taking การยอมรับความเสี่ยง	1	2	3	4	5
19. บริษัทของท่านส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมทั้งในทางด้านการดำเนินงาน การเงิน และระดับระดับบุคคล	1	2	3	4	5
20. บริษัทของท่านมีการวิจัย และประเมินปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลทำให้มีความเสี่ยงในการดำเนินงานลดลง	1	2	3	4	5
21. บริษัทของท่านมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยนำเทคนิคและวิธีการดำเนินงานที่ได้ผลกับองค์กรอื่นมาใช้	1	2	3	4	5
22. โดยรวมแล้วองค์กรของท่านมีการบริหารจัดการกับความเสียหายอย่างรอบคอบด้วยการดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของการมีข้อมูลที่เพียงพอ การวิจัย และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 2 : ทูทางสังคม Social Capital

คำชี้แจง: ขอให้ท่านระบุว่าท่านมีลักษณะที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียง 1 คำตอบซึ่งคำตอบเหล่านี้ไม่มีถูกและ) โดยคำตอบของท่านจะถือว่าเป็นความลับ และจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

- 1 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวน้อยที่สุด
- 2 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวน้อย
- 3 หมายถึง ท่านไม่แน่ใจข้อความดังกล่าว
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมาก
- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวมากที่สุด

แบบวัดทุนทางสังคม	น้อยที่สุด	น้อย	ไม่แน่ใจ	มาก	มากที่สุด
มิติความสัมพันธ์(Relational dimension)	1	2	3	4	5
Social interaction ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม					
1. บริษัทของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างสม่ำเสมอ (ทั้งในทางธุรกิจและเป็นการส่วนตัว)	1	2	3	4	5
2. บริษัทของท่านมีความรู้จักกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน,ซัพพลายเออร์,ลูกค้า,และพันธมิตร)ในระดับปัจเจกบุคคล (เป็นการส่วนตัว)	1	2	3	4	5
3. บริษัทของท่านมีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างใกล้ชิด	1	2	3	4	5
มิติโครงสร้าง (Structural dimension)					
Trust ความไว้วางใจ					
4. บริษัทของท่านมีความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนบุคคลกับเครือข่ายทางธุรกิจ ของท่าน (นอกเหนือจากการทำธุรกิจ)	1	2	3	4	5
5. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกัน	1	2	3	4	5
6. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	1	2	3	4	5
7. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะพึ่งพาค้ำค้ำกัน	1	2	3	4	5
Shared culture การแบ่งปันทางวัฒนธรรม					
8. บริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ ของท่านมีแนวทางในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับบริษัทของท่าน	1	2	3	4	5
9. วัฒนธรรมองค์กร และรูปแบบการบริหารจัดการของ บริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมองค์กร และแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทของท่าน	1	2	3	4	5
มิติการรับรู้ (Cognitive dimension)					
Density ความเอาใจใส่กันอย่างเต็มที่ (the degree of compactness of a substance or an attentive)	1	2	3	4	5
10. การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูลระหว่างผู้ติดต่อของเรามักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน	1	2	3	4	5

แบบวัดทุนทางสังคม	น้อยที่สุด	น้อย	ไม่แน่ใจ	มาก	มากที่สุด
1. เครือข่ายทางธุรกิจ ของบริษัทของท่านส่วนมากมักจะรู้จักกัน	1	2	3	4	5
2. เครือข่ายทางธุรกิจ ที่คอยให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับบริษัทของท่านมักจะรู้จักมักคุ้นกัน	1	2	3	4	5
Shared norms บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน					
3. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกัน	1	2	3	4	5
4. บริษัทท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและติดตามภารกิจในความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน	1	2	3	4	5
5. บริษัทของท่านและเครือข่ายทางธุรกิจ มีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกัน	1	2	3	4	5
6. บริษัทของท่านเข้าใจถึงกลยุทธ์ และเป้าหมายในการดำเนินงานของเครือข่ายทางธุรกิจ	1	2	3	4	5
7. พนักงานของบริษัทของท่าน และพนักงานของบริษัทเครือข่ายทางธุรกิจ มีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน	1	2	3	4	5
8. บริษัทของท่าน และเครือข่ายทางธุรกิจ มีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับวิธีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีให้คงอยู่	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 3 : ความสามารถเชิงพลวัต (ไดนามิก) Dynamic Capability

คำชี้แจง: ขอให้ท่านพิจารณาข้อความที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการดำเนินงานต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับผลการดำเนินงานของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบซึ่งคำตอบเหล่านี้ไม่มีถูกและผิด (1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และคำตอบของท่านจะถือว่าเป็นความลับและจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น

- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้เป็นอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้
- 3 หมายถึง ท่านไม่แน่ใจข้อความดังกล่าว
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว
- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง

แบบวัดความสามารถเชิงพลวัต (ไดนามิก)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
Adaptive capacity ความสามารถในการปรับตัว					
9. พนักงานของท่านถูกกระตุ้นให้พัฒนาแนวทางใหม่ในการทำงานอยู่ตลอดเวลา	1	2	3	4	5
10. บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดได้อย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
11. บริษัทของท่านมีการพัฒนาวิธีการดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายทางธุรกิจ	1	2	3	4	5
Absorptive capacity ความสามารถในการดูดซับความรู้					
12. การสืบค้นมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานถือเป็นภาระงานที่สำคัญที่ต้องทำในทุกวัน	1	2	3	4	5
13. ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลสารสนเทศต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม	1	2	3	4	5
14. ผู้บริหารบริษัทคาดหวังที่จะให้พนักงานสามารถที่จะจัดการกับมูลสารสนเทศที่อยู่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม	1	2	3	4	5
15. บริษัทของท่านมีการสื่อสารข้ามแผนกงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ	1	2	3	4	5
16. ผู้บริหารบริษัทของท่านให้การสนับสนุนการทำงานข้ามสายงานเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น	1	2	3	4	5

แบบวัดความสามารถเชิงพลวัต (ไดนามิก)	ไม่เห็นด้วย อย่างยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
1. บริษัทของท่านมีการถ่ายทอด มูลสารสนเทศต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อแผนกใดแผนกหนึ่งได้รับข้อมูลที่มีความสำคัญก็จะมีการถ่ายทอดกันภายในแผนกอย่างรวดเร็ว	1	2	3	4	5
2. ผู้บริหารบริษัทของท่านมักจะมีการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนใหม่ ๆ	1	2	3	4	5
3. พนักงานของบริษัทท่านความสามารถในการจัดการมูลสารสนเทศและนำไปใช้ได้อย่างเหมาะสม	1	2	3	4	5
4. พนักงานของบริษัทท่านสามารถเรียนรู้และดูดซับความรู้ใหม่ เพื่อใช้เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน	1	2	3	4	5
5. พนักงานของบริษัทท่านมีความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่ให้เข้ากับข้อมูลใหม่ ๆ	1	2	3	4	5
6. พนักงานของบริษัทท่านสามารถใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำงาน	1	2	3	4	5
7. ผู้บริหารบริษัทของท่านสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	1	2	3	4	5
8. บริษัทของท่านตระหนักถึงเทคโนโลยีและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ	1	2	3	4	5
9. บริษัทของท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	1	2	3	4	5
Innovative capacity สมรรถนะทางนวัตกรรม					
10. บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการมีนวัตกรรม	1	2	3	4	5
11. บริษัทของท่านใช้ความรู้จากหลายแหล่งเพื่อใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว	1	2	3	4	5
12. บริษัทของท่านมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการทำงานใหม่ๆจากการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว	1	2	3	4	5
13. พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ การสร้างนวัตกรรมหรือสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน	1	2	3	4	5
14. บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ จากลูกค้า ชักพลายเออร์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	1	2	3	4	5

ส่วนที่ 4 : ความได้เปรียบทางการแข่งขัน Competitive Advantage

คำชี้แจง: ขอให้ท่านพิจารณาข้อความที่เกี่ยวข้องในกิจการของท่านต่อไปนี้และทำเครื่องหมาย X ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นกับผลการดำเนินงานของท่านมากที่สุดเพียง 1 คำตอบซึ่งคำตอบเหล่านี้ไม่มีถูกและผิด (1 หมายถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง และ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง) และคำตอบของท่านจะถือว่าเป็นความลับและจะนำไปใช้แสดงเป็นผลรวมในงานวิจัยเท่านั้น (ดัดแปลงมาจาก (Chen, 2012; Nidumolu and Knotts, 1998)

- 1 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้เป็นอย่างยิ่ง
- 2 หมายถึง ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อความนี้
- 3 หมายถึง ท่านไม่แน่ใจข้อความดังกล่าว
- 4 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าว
- 5 หมายถึง ท่านเห็นด้วยกับข้อความดังกล่าวเป็นอย่างยิ่ง

แบบวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน	ไม่เห็นด้วย ยิ่ง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	เห็น ด้วย	เห็นด้วย อย่างยิ่ง
Product Cost advantage ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์					
15. บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า/บริการ ในต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	1	2	3	4	5
16. บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาขาย สินค้า/บริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเรา	1	2	3	4	5
Differentiation ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้า หรือบริการ					
17. บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	1	2	3	4	5
18. บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการ ใหม่ที่มีมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	1	2	3	4	5
Speed of Market response ความได้เปรียบด้านความรวดเร็ว ในการตอบสนองต่อตลาด					
19. บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่ง ผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของ ลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง	1	2	3	4	5
20. บริษัทของท่านมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือ บริการใหม่ๆเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับ คู่แข่ง	1	2	3	4	5
21. บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่าง รวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับ คู่แข่ง	1	2	3	4	5

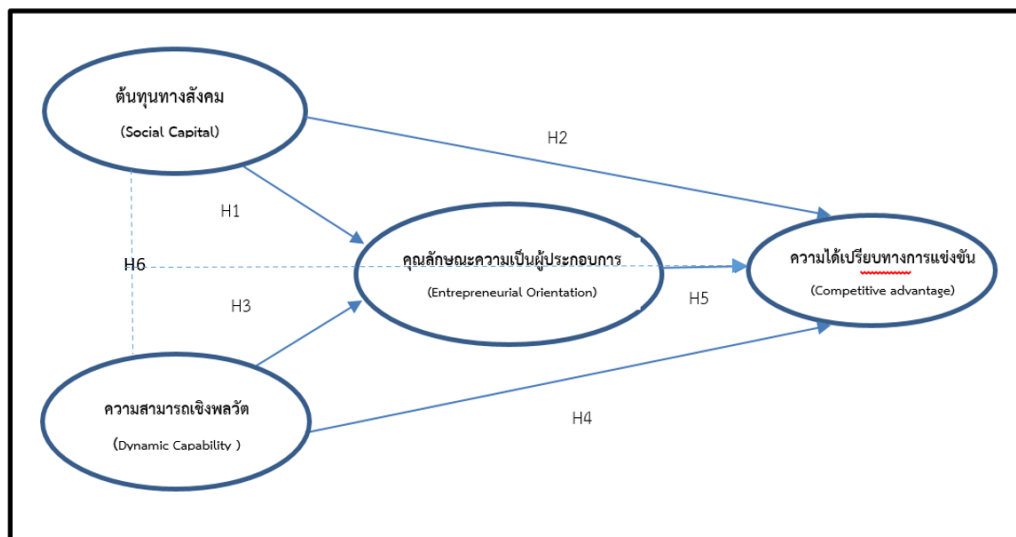
ขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างสูงทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูล



ภาคผนวก ข

แบบประเมินเครื่องมือวิจัย

กรอบแนวคิดวิจัย



จากกรอบแนวคิดวิจัย นำมากำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา กำหนดนิยามคำศัพท์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

การแปลย้อนกลับ (back-translation)

โดยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิ 1 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภนิช จันทร์สอง อาจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์

Entrepreneurial Orientation คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

รูปแบบที่สะท้อน พฤติกรรมของผู้ประกอบการที่เกิดขึ้นในขณะที่ดำเนินธุรกิจ โดยจำแนกได้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นอิสระในการบริหาร(Autonomy) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ตามแนวคิด Lumpkin and Dess (1996)

Autonomy การมีอิสระในการบริหารงาน

ข้อความภาษาอังกฤษ	คำแปลข้อความภาษาไทย	หมายเหตุความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา
Does your firm consider developing independent work units such as “skunkworks” to enhance creative thinking	บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างมีอิสระเพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์	บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างมีอิสระเพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์กับกลุ่มงานไม่เป็นทางการ บริษัทของท่านให้ความสำคัญกับการสร้างทีมงานที่มีความเป็นอิสระในการทำงานเพื่อส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เช่น ทีมงานที่ไม่เป็นทางการ
When using autonomous work units, does your firm ensure adequate coordination to minimize inefficiencies and duplication of efforts?	เมื่อให้หน่วยงานอิสระทำงาน บริษัทได้รับการประสานงานอย่างเพียงพอ เพื่อลดความไร้ประสิทธิภาพและการทำงานซ้ำซ้อน	เมื่อให้กลุ่มงานอิสระทำงาน บริษัทท่านได้รับการประสานงานอย่างเพียงพอ เพื่อลดความไร้ประสิทธิภาพและการทำงานซ้ำซ้อน บริษัทของท่านมีแนวทางในการประสานงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน เมื่อนำแนวคิดกลุ่มงานที่เป็นอิสระมาใช้
Does your firm have a proper balance between patience and tolerance for autonomous groups and the forbearance to reduce or eliminate initiatives that are not succeeding?	บริษัทมีความสมดุลที่เหมาะสมระหว่างความอดทนและความอดกลั้น ต่อกลุ่มอิสระและมีความอดทนอดกลั้นที่จะลดหรือขจัดความคิดริเริ่มที่จะไม่ประสบความสำเร็จ	บริษัทท่านมีความอดทนและความอดกลั้นที่เหมาะสม ต่อความคิดริเริ่มที่จะไม่น่าจะประสบความสำเร็จ ของกลุ่มงานอิสระ
Does your firm implement necessary structural changes such as small, autonomous groups to stimulate new ideas?	บริษัทของท่านใช้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่จำเป็น เช่นกลุ่มเล็ก กลุ่มอิสระเพื่อกระตุ้นความคิดใหม่ ๆ หรือไม่	บริษัทของท่านใช้การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่จำเป็น เช่นกลุ่มงานย่อย กลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นความคิดใหม่ ๆ บริษัทของท่านมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการทำงานเล็กๆ น้อยๆ เท่าที่จำเป็น เช่น การสร้างกลุ่มงานอิสระเพื่อกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

Does your firm foster the necessary culture, rewards, and processes to support product champions?	บริษัทของท่านส่งเสริม/สนับสนุน วัฒนธรรมและกระบวนการที่ จำเป็นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ยอดเยี่ยมหรือไม่	บริษัทของท่านส่งเสริม/สนับสนุน วัฒนธรรมและกระบวนการที่ จำเป็นเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่ยอด เยี่ยม บริษัทของท่านส่งเสริมให้มีการ สร้างวัฒนธรรมการทำงาน ระบบ การให้รางวัล และกระบวนการ ทำงานเพื่อสนับสนุนแนวคิดสุดยอด ผลิตภัณฑ์ขึ้น
---	--	--

Innovativeness ความมีนวัตกรรม

Does your firm encourage and stimulate technological, product-market, and administrative innovation?	บริษัทของท่านส่งเสริมและ กระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมทาง เทคโนโลยี ตลาดผลิตภัณฑ์ และ การบริหารงานหรือไม่	บริษัทของท่านส่งเสริมและกระตุ้น ให้เกิดนวัตกรรม เทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองตลาด และ นวัตกรรมการจัดการ บริษัทของท่านส่งเสริม และ กระตุ้นให้มีการนำเทคโนโลยี การ ผลิตที่ตอบสนองความต้องการของ ตลาด และนวัตกรรมทางการจัดการมา ใช้
How does your firm stimulate creativity and experimentation?	บริษัทของท่านกระตุ้นความคิด สร้างสรรค์และการทดลอง อย่างไร	บริษัทของท่านได้มีกระตุ้น ความคิดสร้างสรรค์และการ ทดลอง บริษัทของท่านได้มีการกระตุ้นให้มี การนำความคิดสร้างสรรค์ และ การทดลองมาใช้ในการทำงาน
Does your firm properly invest in new technology, R&D, and continuous improvement?	บริษัทของท่านลงทุนใน เทคโนโลยีใหม่ มีการวิจัยและ พัฒนา และมีการปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่องหรือไม่	บริษัทของท่านมีการลงทุนใน เทคโนโลยีใหม่ มีการวิจัยและ พัฒนา และมีการปรับปรุงอย่าง ต่อเนื่อง อย่างเพียงพอ
Are your firm's innovative initiatives hard for competitors to successfully imitate?	การริเริ่มนวัตกรรมของบริษัท ยากสำหรับคู่แข่งที่จะเลียนแบบ สำเร็จหรือไม่	นวัตกรรมของบริษัทท่านเป็นสิ่งที่ ยากสำหรับคู่แข่งที่จะเลียนแบบ สำเร็จ
Does your firm "safeguard" investments in R&D during	บริษัทของท่านมีสิ่งคุ้มกันการ ลงทุนในการวิจัยและพัฒนาช่วง	บริษัทของท่านมีข้อกำหนดการ ลงทุน ที่จะลดความสำคัญในการ

<p>difficult economic periods or are they generally the first area where significant cuts are made?</p>	<p>เศรษฐกิจฝืดเคือง หรือจะถูกลดความสำคัญเป็นลำดับแรกหรือไม่ บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจน ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ แยกเป็นอีกหนึ่งคำถามเพื่อความชัดเจนงบประมาณทางด้านการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนาจะถูกปรับลดลงเป็นอย่างแรกเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ</p>	<p>ทำวิจัยและพัฒนาเป็นลำดับแรก ในช่วงที่ธุรกิจแย่ บริษัทของท่านมีการกำหนดนโยบายการลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาวิจัยไว้อย่างชัดเจน ในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ แยกเป็นอีกหนึ่งคำถามเพื่อความชัดเจนงบประมาณทางด้านการลงทุนทางด้านการวิจัยและพัฒนาจะถูกปรับลดลงเป็นอย่างแรกเมื่อเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ</p>
---	---	---

Proactiveness การทำงานเชิงรุก

<p>Does your firm continuously monitor trends and identify future needs of customers and/or anticipate future demand conditions?</p>	<p>บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มอย่างต่อเนื่อง และระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้าและ/หรือคาดการณ์เงื่อนไขความต้องการในอนาคตหรือไม่</p>	<p>บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง มีการระบุความต้องการในอนาคตของลูกค้าและคาดการณ์เงื่อนไขความต้องการของลูกค้าในอนาคต บริษัทของท่านมีการตรวจสอบแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่อง</p>
<p>Does your firm strive to be a “first mover” to capture the benefits of being an industry pioneer?</p>	<p>บริษัทของท่านมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้เคลื่อนไหวคนแรก” เพื่อรับประโยชน์จากการเป็นผู้บุกเบิกอุตสาหกรรมหรือไม่</p>	<p>บริษัทของท่านมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้ออกตัวคนแรก” เพื่อรับประโยชน์จากการเป็นผู้บุกเบิกในอุตสาหกรรม บริษัทของท่านมีความมุ่งมั่นที่จะเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการในการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม</p>
<p>Is your firm aware of the downside of being a first mover, such as customer resistance to novel ideas and bearing the costs associated with unforeseen technological problems?</p>	<p>บริษัทของท่านตระหนักถึงข้อเสียของการเป็นผู้เคลื่อนไหวคนแรก เช่น การต่อต้านลูกค้าต่อแนวคิดแปลกใหม่และแบกรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางเทคโนโลยีที่ไม่คาดคิดหรือไม่</p>	<p>บริษัทของท่านตระหนักถึงข้อเสียของการเป็นผู้ริเริ่มรายแรก เช่น การต่อต้านลูกค้าต่อแนวคิดแปลกใหม่และการแบกรับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางเทคโนโลยี</p>

		บริษัทของท่านได้ตระหนักถึงข้อเสียที่เกิดขึ้นจากการเป็น “ผู้คิดค้นรายแรก” เช่น สินค้าที่ล้าสมัยมาก อาจจะไม่ได้รับการยอมรับจากลูกค้า เนื่องจากความกังวลถึงค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต
Does your firm effectively use the following methods to act proactively: introducing new products and technologies ahead of the competition and continuously seeking out new product or service offerings?	บริษัทของท่านใช้วิธีการต่อไปนี้ในการดำเนินการเชิงรุก: แนะนำผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ก่อนการแข่งขันและค้นหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องหรือไม่	บริษัทของท่านใช้วิธีการต่อไปนี้ในการดำเนินการเชิงรุก: แนะนำผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีใหม่ก่อนการแข่งขันและค้นหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง บริษัทของท่านมีการใช้นโยบายการทำงานในเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การนำเสนอสินค้าใหม่ก่อนคู่แข่ง

Competitive Aggressiveness ความก้าวร้าวในการแข่งขัน

Does your firm effectively use an aggressive posture to combat industry trends that may threaten your survival or competitive position?	บริษัทของท่านมีความมั่นใจสูงในการต่อสู้กับแนวโน้มของอุตสาหกรรมที่อาจคุกคามความอยู่รอดหรือตำแหน่งการแข่งขันของท่านหรือไม่	บริษัทของท่านมีความมั่นใจสูงกับการต่อสู้ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มคุกคามความอยู่รอดในธุรกิจ หากเกิดภัยคุกคามต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทของท่านจะมีการใช้นโยบายในการตอบโต้กับภัยคุกคามดังกล่าวอย่างดุเดือด
Does your firm enhance its competitive position by entering markets with drastically lower prices, copying the business practices or techniques of successful competitors, or making timely announcements of new products or technologies?	บริษัทของท่านปรับปรุงตำแหน่งการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วยราคาที่ต่ำลงอย่างมาก เลียนแบบแนวทางการดำเนินธุรกิจหรือเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือประกาศผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ อย่างทันเวลาหรือไม่	บริษัทของท่านมุ่งปรับปรุงตำแหน่งการแข่งขันโดยการเข้าสู่ตลาดด้วย ราคาที่ต่ำลงอย่างมาก, เลียนแบบแนวทางการดำเนินธุรกิจของคู่แข่ง หรือเทคนิคของคู่แข่งที่ประสบความสำเร็จ หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่หรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ก่อนคู่แข่ง บริษัทของท่านเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการใช้นโยบายการตั้งราคาสินค้าให้ต่ำ

		กว่าคู่แข่ง การลอกเลียนแบบ วิธีการปฏิบัติงานของคู่แข่งที่ ประสบความสำเร็จ หรือมีการใช้ นโยบายออกสินค้าใหม่ตัดหน้า คู่แข่ง
Does your firm know when it is in danger of acting overly aggressive and avoid such actions which can lead to erosion of firm reputation and retaliation by competitors?	บริษัทของท่านตระหนักหรือไม่ว่าเมื่อใดที่มีอันตรายจากการแข่งขันเชิงรุก และหลีกเลี่ยงการกระทำดังกล่าวซึ่งอาจนำไปสู่การพังทลายของชื่อเสียงของบริษัท	บริษัทของท่านตระหนักถึงอันตรายจากการแข่งขันที่ก้าวร้าว และหลีกเลี่ยงการกระทำดังกล่าวซึ่งอาจนำไปสู่ความสัมพันธ์แย่ ๆ กับคู่แข่ง บริษัทของท่านทราบว่าการใช้นโยบายทางการแข่งขันอย่างดุเดือดว่าจะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียง และการรักษาความสัมพันธ์กับผู้เล่นรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม

Risk-taking การยอมรับความเสี่ยง

Does your firm foster and encourage a proper level of business, financial, and personal risk-taking?	บริษัทของท่านส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการเงินและความเสี่ยงส่วนบุคคลในระดับที่เหมาะสมหรือไม่	บริษัทของท่านส่งเสริมและสนับสนุน กิจกรรมทางธุรกิจ กิจกรรมทางการเงิน และสนับสนุนความเสี่ยงระดับบุคคลใน ในองค์กร บริษัทของท่านส่งเสริมให้เกิดการยอมรับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสมทั้งในทางด้านการดำเนินงาน การเงิน และระดับระดับบุคคล
Does your firm enhance its competitive risk position by researching and assessing risk factors in order to minimize uncertainty?	บริษัทของท่านปรับปรุงสถานะความเสี่ยงในการแข่งขันโดยทำการวิจัยและประเมินปัจจัยความเสี่ยงเพื่อลดความไม่แน่นอนหรือไม่	บริษัทของท่านปรับระดับความเสี่ยงในการแข่งขันโดยทำการวิจัยและประเมินปัจจัยความเสี่ยงเพื่อลดความไม่แน่นอน บริษัทของท่านมีการวิจัย และประเมินปัจจัยเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เพื่อลดความไม่แน่นอนในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลทำให้มีความเสี่ยงในการดำเนินงานลดลง

Does your firm enhance its competitive risk position by applying techniques and processes that have worked in other domains?	บริษัทของท่านพัฒนาความเสี่ยงในการแข่งขันโดยใช้เทคนิคและกระบวนการที่ทำงานในหน่วยงานอื่นหรือไม่	บริษัทของท่านจัดการความเสี่ยงในการแข่งขันโดยใช้เทคนิคและกระบวนการที่ได้ผลในหน่วยงานอื่น บริษัทของท่านมีการบริหารจัดการความเสี่ยงด้วยนำเทคนิคและวิธีการดำเนินงานที่ได้ผลกับองค์กรอื่นมาใช้
Overall, does your firm carefully manage risks and avoid taking actions without sufficient forethought, research, and planning?	โดยรวมแล้ว บริษัทของท่านมีการจัดการความเสี่ยงอย่างรอบคอบและหลีกเลี่ยงการดำเนินการโดยไม่มีการพิจารณาล่วงหน้าการวิจัยและการวางแผนอย่างเพียงพอหรือไม่	โดยรวมแล้ว บริษัทของท่านมีการวิจัย มีการวางแผน และพิจารณาล่วงหน้าอย่างเพียงพอ เพื่อการจัดการความเสี่ยงอย่างรอบคอบ โดยรวมแล้วองค์กรของท่านมีการบริหารจัดการกับความเสี่ยงอย่างรอบคอบด้วยการดำเนินงานอยู่บนพื้นฐานของการมีข้อมูลที่เพียงพอ การวิจัย และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า

Social Capital ทูทางสังคม

หมายถึง ลักษณะขององค์กรในเชิงสังคม เช่น เครือข่าย บรรทัดฐานและความไว้วางใจในสังคม ที่อำนวยความสะดวกและความประสานงานและการร่วมมือเพื่อผลประโยชน์ซึ่งกันและกันทั้งภายในและภายนอกองค์กร ในการแบ่งปันและทำงานร่วมกันในการได้รับความรู้การแบ่งปันและการแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่ายของพนักงาน ซัพพลายเออร์ ลูกค้า และพันธมิตรนั้น ๆ มิติของทุนทางสังคมมี 3 ด้าน

มิติโครงสร้าง (Structural dimension) ประกอบไปด้วย

1. Social interaction ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

มิติการรับรู้ (Cognitive dimension) ประกอบไปด้วย

1. Shared culture วัฒนธรรมร่วม
2. Shared norms บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน

และมิติความสัมพันธ์ (Relational dimension) ประกอบไปด้วย

1. Density (the degree of a substance) ระดับความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งในเครือข่าย
2. Trust ความไว้วางใจ

ตามแนวคิด (Putnam et al., 1993)

มิติโครงสร้าง (Structural dimension)

1. Social interaction ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

ข้อความภาษาอังกฤษ	คำแปลข้อความภาษาไทย	หมายเหตุความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา
We are in contact frequently with our contacts.	เราอยู่ในการติดต่อกับคนของเราบ่อยๆ	บริษัทท่านมีตัวตนอยู่ในการติดต่อกับเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า, และพันธมิตร) ของท่านเสมอ บริษัทของท่านมีการติดต่อสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างสม่ำเสมอ
We know our contacts on a personal level.	เรารู้จักผู้คนที่เราจะติดต่อในระดับส่วนตัว	ท่านและพนักงานรู้จักผู้คนที่อยู่ในเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) ที่บริษัทท่านติดต่อในระดับส่วนตัว บริษัทของท่านมีความรู้จักกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า, และพันธมิตร) ในระดับปัจเจกบุคคล
We maintain close social relationships with our contacts.	เรารักษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่ใกล้ชิดกับผู้ติดต่อของเรา	บริษัทท่านรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมที่ใกล้ชิดกับผู้คนที่อยู่ในเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) ของท่านเสมอ บริษัทของท่านมีการรักษาความสัมพันธ์ทางสังคมกับผู้มีส่วนได้เสีย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) อย่างใกล้ชิด

มิติการรับรู้ (Cognitive dimension)

1. Shared culture วัฒนธรรมร่วม

The business practices and operational mechanisms of your contacts are very similar to your firm.	แนวทางปฏิบัติทางธุรกิจและกลไกการดำเนินงานของผู้ติดต่อของท่านคล้ายกับบริษัทของท่านมาก	แนวทางปฏิบัติทางธุรกิจและกลไกการดำเนินงานของเครือข่ายของบริษัทท่าน (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า, และพันธมิตร) มีความคล้ายกับบริษัทของท่านมาก บริษัทคู่ค้า ของท่านมีแนวทางในการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกับบริษัทของท่าน
The corporate culture and management style of your partner is very similar to your firm.	วัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบการจัดการของคู่ค้าคุณคล้ายกับบริษัทของท่าน	วัฒนธรรมองค์กรและรูปแบบการจัดการของเครือข่ายของบริษัทท่าน (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า, และพันธมิตร) มีความคล้ายกับบริษัทของท่านมาก วัฒนธรรมองค์กร และรูปแบบการบริหารจัดการ ของบริษัทคู่ค้า มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมองค์กร และแนวทางการบริหารจัดการของบริษัทของท่าน

2. Shared norms วัฒนธรรมร่วม **บรรทัดฐานร่วม**

We share the same ambition and vision as our contacts.	เรามีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์เดียวกันกับผู้ติดต่อของเรา	บริษัทท่านและเครือข่าย มีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายกัน บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีความทะเยอทะยานและวิสัยทัศน์ที่คล้ายคลึงกัน
The firm is enthusiastic about pursuing the collective goals and missions of our relationships.	บริษัทมีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและภารกิจโดยรวมของความสัมพันธ์ของเรา	บริษัทท่านและเครือข่าย มีความกระตือรือร้นในการติดตามเป้าหมายและติดตามภารกิจในความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน

<p>We share our goals and objectives with our contacts.</p>	<p>เรามีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เดียวกันกับผู้ติดต่อของเรา</p>	<p>บริษัทท่านและเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) มีเป้าหมายและวัตถุประสงค์เดียวกัน</p> <p>บริษัทของท่านและคู่ค้ามีเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกัน</p>
<p>We understand our contacts' strategy and needs.</p>	<p>เราเข้าใจกลยุทธ์และความต้องการของผู้ติดต่อ</p>	<p>บริษัทท่าน เราเข้าใจกลยุทธ์และความต้องการของเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร)</p> <p>บริษัทของท่านเข้าใจถึงกลยุทธ์และเป้าหมายในการดำเนินงานของคู่ค้า</p>
<p>My firm's employees and my contacts' employees have positive attitudes toward a cooperative relationship.</p>	<p>พนักงานของบริษัท และพนักงานของผู้ติดต่อ มีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม</p>	<p>พนักงานของบริษัทท่านและพนักงานของบริษัทเครือข่ายมีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์แบบมีส่วนร่วม</p> <p>พนักงานของบริษัทของท่าน และพนักงานของบริษัทคู่ค้ามีทัศนคติที่ดีต่อความสัมพันธ์ในการดำเนินธุรกิจร่วมกัน</p>
<p>My firm and my contacts tend to agree on how to make the relationship work.</p>	<p>บริษัทและผู้ติดต่อของฉันทันมักจะเห็นด้วยกับวิธีการทำให้ความสัมพันธ์ทำงานได้</p>	<p>บริษัทท่านและบริษัทเครือข่ายมักจะเห็นด้วยกับวิธีการสร้างความสัมพันธ์ในการทำงาน</p> <p>บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีแนวโน้มที่จะเห็นด้วยกับวิธีการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีให้คงอยู่</p>

มิติความสัมพันธ์ (Relational dimension)

1. Density (the degree of compactness of a substance) ระดับความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งในบริษัท

The exchanges of resources and information among our contacts usually have a similar content.	การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูลระหว่างผู้ติดต่อของเรามักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน	การแลกเปลี่ยนทรัพยากรและข้อมูลระหว่างบริษัทท่านและเครือข่าย มักจะมีเนื้อหาที่คล้ายกัน
The contacts with whom we maintain frequent relationships, in general, know each other.	ผู้ติดต่อที่เรารักษาความสัมพันธ์บ่อยครั้ง ส่วนมากจะรู้จักกันอยู่แล้ว	ในเครือข่ายของบริษัทท่านที่ท่านรักษาความสัมพันธ์ไว้ ส่วนมากมักจะรู้จักกันอยู่แล้ว ในแวดวงธุรกิจ คู่ค้าของบริษัทของท่านส่วนมากมักจะรู้จักกัน
The contacts from whom we receive advice and information for making important decisions know each other.	ผู้ติดต่อที่เราได้รับคำแนะนำและข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่สำคัญเป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว	ผู้ที่ให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่สำคัญต่อบริษัทท่านมักจะเป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว คู่ค้าที่คอยให้คำแนะนำและข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจกับบริษัทของท่านมักจะรู้จักกัน

2. Trust ความไว้วางใจ

There are personal relationships with our contacts.	มีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้ติดต่อของเรา	บริษัทท่านมีความสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้คนในเครือข่าย (พนักงาน, ซัพพลายเออร์, ลูกค้า และพันธมิตร) ของท่าน บริษัทของท่านมีความสัมพันธ์กันเป็นการส่วนบุคคลกับคู่ค้าของท่าน
The relationships are characterized by mutual respect between the parties.	ความสัมพันธ์มีลักษณะโดยการเคารพซึ่งกันและกันระหว่างทั้งสองฝ่าย	บริษัทท่านและเครือข่าย มีความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเคารพซึ่งกันและกันทั้งสองฝ่าย บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีความสัมพันธ์กันในลักษณะของการให้เกียรติซึ่งกันและกัน

The relationships are characterized by mutual trust between the parties.	ความสัมพันธ์มีลักษณะความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างทั้งสองฝ่าย	บริษัทท่านและเครือข่าย มีความสัมพันธ์ที่มีลักษณะความไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างทั้งสองฝ่าย บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความไว้วางใจซึ่งกันและกัน
The relationships are characterized by high reciprocity between the parties.	ความสัมพันธ์มีลักษณะโดยการแลกเปลี่ยนสูงระหว่างทั้งสองฝ่าย	บริษัทท่านและเครือข่าย มีความสัมพันธ์ที่มีลักษณะการแลกเปลี่ยนสูง(เช่น ข้อมูล, ทรัพยากร, ผลประโยชน์อื่นนอกจากสินค้า/บริการ) ระหว่างทั้งสองฝ่าย บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีความสัมพันธ์กันในลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน
The relationships are characterized by personal friendship between the parties.	ความสัมพันธ์มีลักษณะเป็นมิตรภาพส่วนบุคคลระหว่างทั้งสองฝ่าย	บริษัทท่านและเครือข่ายมีความสัมพันธ์ที่มีลักษณะเป็นมิตรภาพส่วนบุคคล บริษัทของท่าน และคู่ค้ามีความสัมพันธ์กันในลักษณะของความเป็นมิตร

Dynamic Capability ความสามารถเชิงพลวัต

หมายถึง ความสามารถหรือสมรรถนะ ในการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อม และการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการปรับตัวอย่างเหมาะสม ทั้งทางทักษะ การจัดการทรัพยากร และสมรรถนะการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ประกอบไปด้วย ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability), ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability), และความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability) ตามแนวคิด Rodrigo-Alarcón (2017) และ Teece (2007)

Adaptive capacity ความสามารถในการปรับตัว

ข้อความภาษาอังกฤษ	คำแปลข้อความภาษาไทย	หมายเหตุความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา
Our employees are encouraged to develop alternative ways to do their work and challenge outmoded traditions.	พนักงานของเราได้รับการสนับสนุนให้พัฒนาวิธีการเลือกในการทำงานและท้าทายการทำงานที่ล้าสมัย	พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้สามารถพัฒนาทางเลือกในการทำงานที่ท้าทายต่อการทำงานที่ล้าสมัย (แบบเดิม ๆ) พนักงานของท่านถูกกระตุ้นให้พัฒนาแนวทางใหม่ในการทำงานอยู่ตลอดเวลา
We are flexible enough to allow our firm to respond quickly to changes in our markets.	เรามีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะทำให้บริษัทของเราสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดของเราได้อย่างรวดเร็ว	บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะทำให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาด บริษัทของท่านมีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานในระดับที่เหมาะสมทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดได้อย่างรวดเร็ว
We evolve rapidly in response to shifts in our business priorities.	เราพัฒนาอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในทางของเรา	บริษัทของท่านปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการทำธุรกิจตาม ลำดับความสำคัญ บริษัทของท่านมีการพัฒนาวิธีการดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของเป้าหมายทางธุรกิจ

Absorptive capacity ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้

<p>The search for relevant information concerning our industry is everyday business in our firm.</p>	<p>การค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมของเรา คือ ภาระหน้าที่ประจำวันในบริษัทของเรา</p>	<p>การค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมคือภาระหน้าที่ประจำวันในบริษัทของท่าน</p> <p>การสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานถือเป็นภาระงานที่สำคัญที่ต้องทำในทุกวัน</p>
<p>Our management motivates the employees to use information sources within our industry.</p>	<p>การจัดการของเรากระตุ้นให้พนักงานใช้แหล่งข้อมูลในอุตสาหกรรมของเรา</p>	<p>กระบวนการทำงานในบริษัทของท่านกระตุ้นให้พนักงานใช้แหล่งข้อมูลในอุตสาหกรรม</p> <p>ผู้บริหารของบริษัทกระตุ้นให้พนักงานภายในบริษัทรู้จักที่จะใช้แหล่งข้อมูลต่าง ๆ ในอุตสาหกรรม</p>
<p>Our management expects that the employees deal with information beyond our industry.</p>	<p>ผู้บริหารของเราคาดหวังว่าพนักงานจะจัดการกับข้อมูลทีนอกเหนือจากอุตสาหกรรมของเราได้เป็นอย่างดี</p>	<p>ผู้บริหารของบริษัทท่านคาดหวังว่าพนักงานจะจัดการกับข้อมูลทีนอกเหนือจากอุตสาหกรรมของเราได้</p> <p>ผู้บริหารบริษัทคาดหวังที่จะให้พนักงานสามารถที่จะจัดการกับข้อมูลที่อยู่นอกเหนือจากข้อมูลภายในอุตสาหกรรม</p>
<p>In our firm, ideas and concepts are communicated cross-departmentally.</p>	<p>ในบริษัทของเรา ความคิดและแนวคิดมีการสื่อสารข้ามแผนก</p>	<p>ในบริษัทของท่าน ความคิดและแนวคิดมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้ามแผนก</p> <p>บริษัทของท่านมีการสื่อสารข้ามแผนกงานเพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิดต่าง ๆ</p>
<p>Our management emphasizes cross-departmental support to solve problems.</p>	<p>ฝ่ายบริหารของเราเน้นการสนับสนุนข้ามแผนกเพื่อแก้ปัญหา</p>	<p>ฝ่ายบริหารของบริษัทท่าน เน้นการสนับสนุนกันระหว่างแผนกเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น</p> <p>ผู้บริหารบริษัทของท่านให้การสนับสนุนการทำงานข้ามสายงานเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น</p>

<p>In our firm, there is a quick information flow, e.g., if a business unit obtains important information it communicates this information promptly to all other business units or departments.</p>	<p>ในบริษัทของเรามีการไหล/ ถ่ายทอดข้อมูลอย่างรวดเร็ว เช่น หากหน่วยธุรกิจได้รับข้อมูลสำคัญ ก็มักจะสื่อสารข้อมูลนี้ไปยังหน่วยธุรกิจหรือแผนกอื่น ๆ ทั้งหมดทันที</p>	<p>ในบริษัทของท่านมีการถ่ายทอดข้อมูลอย่างรวดเร็ว เช่น หากแผนกใดได้รับข้อมูลสำคัญ ก็มักจะสื่อสารข้อมูลนี้ไปยังแผนกอื่น ๆ ทั้งหมดทันที</p> <p>บริษัทของท่านมีการถ่ายทอดข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น เมื่อแผนกใดแผนกหนึ่งได้รับข้อมูลที่มีความสำคัญก็จะมีการถ่ายทอดกันภายในแผนกอย่างรวดเร็ว</p>
<p>Our management demands periodical cross-departmental meetings to interchange new.</p>	<p>ฝ่ายบริหารของเราต้องการการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะเพื่อแลกเปลี่ยนใหม่</p>	<p>ฝ่ายบริหารของบริษัทท่านมีการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะเพื่อแลกเปลี่ยนใหม่</p> <p>*ผู้บริหารบริษัทของท่านมักจะมีการประชุมข้ามแผนกเป็นระยะเพื่อแลกเปลี่ยนใหม่</p>
<p>Our employees have the ability to structure and use collected knowledge.</p>	<p>พนักงานของเรามีความสามารถในการจัดโครงสร้างและใช้ความรู้ที่รวบรวมได้</p>	<p>พนักงานของท่านมีความสามารถในการจัดโครงสร้างข้อมูลและใช้ความรู้ที่รวบรวมมาได้</p> <p>พนักงานของบริษัทท่านมีความสามารถในการจัดการข้อมูลและนำไปใช้ได้เหมาะสม</p>
<p>Our employees are used to absorb new knowledge and prepare it for further purposes and to make it available.</p>	<p>บริษัทใช้พนักงานเพื่อให้ดูดซับความรู้ใหม่และเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงานใหม่</p>	<p>พนักงานในบริษัทท่านเรียนรู้และดูดซับความรู้ใหม่ เพื่อใช้เป็นแนวทางเตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน</p> <p>พนักงานของบริษัทท่านสามารถเรียนรู้และดูดซับความรู้ใหม่ เพื่อใช้เตรียมความพร้อมสำหรับการทำงาน</p>
<p>Our employees successfully link existing knowledge with new insights.</p>	<p>พนักงานของเราประสบความสำเร็จในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับข้อมูลเชิงลึกใหม่</p>	<p>พนักงานของท่านประสบความสำเร็จในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่กับข้อมูลใหม่ๆ เชิงลึก</p>

		พนักงานของบริษัทท่านมีความสามารถในการเชื่อมโยงความรู้ที่มีอยู่ให้เข้ากับข้อมูลใหม่ ๆ
Our employees are able to apply new knowledge in their practical work.	พนักงานของเราสามารถใช้ความรู้ใหม่ในการทำงาน	พนักงานของท่านสามารถใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำงาน พนักงานของบริษัทท่านสามารถใช้ความรู้ใหม่ ๆ ในการทำงาน
Our management supports the development of new products.	การบริหารจัดการของเรารองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่	การบริหารจัดการของบริษัทท่านรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผู้บริหารบริษัทของท่านสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่
Our firm regularly reconsiders technologies and adapts them accordant to new knowledge.	บริษัทของเรามีการทบทวนเทคโนโลยีอย่างสม่ำเสมอและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่	บริษัทของท่านมีการตระหนักถึงเทคโนโลยีที่มีอย่างสม่ำเสมอและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่ ๆ บริษัทของท่านตระหนักถึงเทคโนโลยีและปรับให้เข้ากับความรู้ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ
Our firm has the ability to work more effective by adopting new technologies.	บริษัทของเรามีความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้	บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพการทำงานมากขึ้นโดยการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ บริษัทของท่านนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน

Innovative capacity ความสามารถทางนวัตกรรม

We have an organizational culture that support innovation.	เรามีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรม	บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนนวัตกรรม บริษัทของท่านมีวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนการมีนวัตกรรม
We are able to use knowledge from different resources for product development activities efficiently and rapidly.	เราสามารถใช้ความรู้จากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันสำหรับกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว	บริษัทของท่านสามารถใช้ความรู้จากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันสำหรับกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว

		บริษัทของท่านใช้ความรู้จากหลายแหล่งเพื่อใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว
Our firm is able to reflect changes at market conditions to own products and processes as soon as possible.	บริษัทของเราสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงตามสภาวะตลาดเพื่อให้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์และกระบวนการโดยเร็วที่สุด	บริษัทของท่านสามารถรับรู้การเปลี่ยนแปลงสภาวะตลาดเพื่อให้เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการที่เร็วที่สุดเท่าที่จะทำได้ บริษัทของท่านมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือกระบวนการทำงานใหม่ๆจากการรับรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาดที่รวดเร็ว
Our employees are supported and encouraged to participate in activities such as product development and innovation process improvement, and to produce new ideas.	พนักงานของเราได้รับการสนับสนุนและสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงกระบวนการนวัตกรรมและเพื่อสร้างแนวคิดใหม่	พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการปรับปรุงกระบวนการทางนวัตกรรมและเพื่อสร้างแนวคิดใหม่ พนักงานของท่านได้รับการสนับสนุนให้มีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การสร้างนวัตกรรมหรือสร้างแนวคิดใหม่ในการทำงาน
We are able to evaluate continuously new ideas that come from customers, suppliers, etc. and try to use these ideas into product development activities.	เราสามารถประเมินความคิดใหม่ๆ ที่มาจากลูกค้า ผู้ผลิตปัจจัยการผลิต และอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง และมีการทดลองใช้ความคิดเหล่านี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ ที่มาจากลูกค้า ผู้ผลิตปัจจัยการผลิต และอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง และมีการทดลองใช้ความคิดเหล่านี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริษัทของท่านสามารถประเมินความคิดใหม่ ๆ จากลูกค้า ซัพพลายเออร์ และแหล่งข้อมูลอื่น ๆ และนำไปใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

Competitive Advantage ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

หมายถึง การสร้างความสามารถ ที่แตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง และส่งผลให้องค์กรมีข้อได้เปรียบทางธุรกิจเหนือคู่แข่ง โดยการนำเสนอสิ่งที่มีคุณค่าแก่ลูกค้าและเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบหรือทำได้ดีกว่า ประกอบไปด้วย Market Responsiveness และ Product Cost Efficiency ตามแนวคิด (Porter, 1980) (Adapted from Nidumolu and Knotts 1998)

Product Cost Efficiency

ข้อความภาษาอังกฤษ	คำแปลข้อความภาษาไทย	หมายเหตุความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา
My organization has the ability to produce products/services at a lower cost compared to our competitors	บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า / บริการในราคาที่ถูกกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีความสามารถในการผลิตสินค้า/บริการในต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
My organization has the ability to charge competitive prices for products/services compared to our competitors..	บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาสินค้า / บริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของเรา	บริษัทของท่านมีความสามารถในการเสนอราคาขายสินค้า/บริการที่ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งของท่าน
My organization has higher efficiency in producing products/services compared to our competitors.	บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีประสิทธิภาพสูงกว่าในการผลิตสินค้า / บริการเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

Market Responsiveness

ข้อความภาษาอังกฤษ	คำแปลข้อความภาษาไทย	หมายเหตุความคิดเห็นอาจารย์ที่ปรึกษา
My organization has the ability to respond quickly to new customer needs compared to our competitors.	บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีความสามารถในการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้าใหม่เมื่อเทียบกับคู่แข่ง
My organization has the ability to better tailor products/services to individual customer needs compared to our competitors.	บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีความสามารถในการปรับแต่งผลิตภัณฑ์ / บริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าเป็นรายบุคคลมากกว่าคู่แข่ง

My organization has the ability to quickly enter new product/service markets compared to our competitors.	บริษัทของท่านมีความสามารถในการเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์ / บริการใหม่ได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีความสามารถในการส่งสินค้าหรือบริการใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
My organization has a better rate of introduction of new products/services compared to our competitors.	บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์ / บริการใหม่ที่ดีมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง	บริษัทของท่านมีจำนวนการแนะนำผลิตภัณฑ์/บริการใหม่ที่ดีมากกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

สร้างแบบสอบถามและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถาม

สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความผูกพัน ที่มีผลต่อความตั้งใจที่จะคงอยู่ของพนักงานในธุรกิจร้านสะดวกซื้อของประเทศไทยและตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาและมีผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาจำนวน 6 ท่าน ดังต่อไปนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุระ
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจิมขวัญ รัชชุตานติ
3. อาจารย์ ดร.วินยาภรณ์ พรหมณโชติ
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภนิช จันทร์สอง
6. คุณกฤษณะ ธรรมวิมล

นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความตรง (Validity) โดยใช้วิธีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา (content validity index –CVI) ดังนี้

(1) การหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (item content validity index , I-CVI) จากสูตร

$$I-CVI = N_c/N$$

เมื่อ N_c หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ประเมินความสอดคล้องในระดับ 3 และ 4
 N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

(2) การหาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ ((content validity for scale , S -CVI) โดยวิธีคำนวณหาค่าเฉลี่ยของดัชนีความตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (S-CVI/Ave) จากสูตร

$$S-CVI/Ave = S(S-CVI)/p$$

เมื่อ S(S-CVI)หมายถึง ผลรวมของค่า I-CVI

P หมายถึง จำนวนข้อคำถามทั้งหมด

เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหา Polity et al. (2007) เสนอว่า ค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาที่ถือได้ว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาดีเยี่ยม ควรมีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหารายข้อ (I-CVI) 0.78ขึ้นไป และมีค่าดัชนีความตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (S-CVI/Ave) 0.90 ขึ้นไป

สรุปผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content validity Index: CVI) แบบสอบถามเรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย”

ตารางผนวกที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา

ข้อที่	สรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ						เห็นสอดคล้อง	I-CVI รายข้อ	ผลการพิจารณา	
	1	2	3	4	5	6				รวม
1	3	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
2	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
3	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
4	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
5	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
6	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
7	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
8	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
9	3	4	4	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
10	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
11	4	4	2	4	4	4	22	4	0.92	ใช้ได้
12	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
13	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
14	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
15	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อที่	สรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ							เห็นสอดคล้อง	I-CVI รายข้อ	ผลการพิจารณา
	1	2	3	4	5	6	รวม			
16	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
17	4	4	4	2	4	4	22	5	0.92	ใช้ได้
18	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
19	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
20	4	4	3	3	2	4	20	5	0.83	ใช้ได้
21	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
22	4	4	4	4	2	4	22	5	0.92	ใช้ได้
23	4	4	4	2	4	4	22	4	0.92	ใช้ได้
24	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
25	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
26	4	4	3	4	3	4	22	5	0.92	ใช้ได้
27	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
28	4	4	3	3	4	4	22	5	0.92	ใช้ได้
29	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
30	4	4	2	3	4	4	21	4	0.88	ใช้ได้
31	4	4	4	3	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
32	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
33	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
34	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
35	4	2	3	4	4	4	21	4	0.88	ใช้ได้
36	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
37	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
38	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
39	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
40	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
41	4	3	2	4	4	4	21	4	0.88	ใช้ได้
42	3	4	3	4	4	3	21	5	0.88	ใช้ได้
43	3	4	4	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
44	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
45	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อที่	สรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ							เห็นสอดคล้อง	I-CVI รายข้อ	ผลการพิจารณา
	1	2	3	4	5	6	รวม			
46	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
47	3	2	3	4	4	4	20	4	0.83	ใช้ได้
48	4	4	4	3	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
49	3	4	3	3	4	4	21	5	0.88	ใช้ได้
50	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
51	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
52	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
53	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
54	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
55	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
56	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
57	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
58	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
59	4	4	4	3	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
60	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
61	4	4	3	4	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
62	4	4	3	2	4	4	21	4	0.88	ใช้ได้
63	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
64	4	4	3	4	2	4	21	5	0.88	ใช้ได้
65	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
66	4	3	2	4	4	4	21	4	0.88	ใช้ได้
67	4	4	4	3	4	4	23	5	0.96	ใช้ได้
68	4	4	4	2	4	4	22	5	0.92	ใช้ได้
69	4	4	4	4	4	4	24	5	1.00	ใช้ได้
รวม	270	270	251	260	269	275			66.50	
ร้อยละ รายบุคคล	0.98	0.98	0.91	0.94	0.97	1.00			S-CVI รวมทั้งฉบับ =0.964	

ผลทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยทำการทดสอบค่า Cronbrash's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือไม่น้อยกว่า 0.75 ถือว่ายอมรับได้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

ทำการทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อ

ตารางผนวกที่ 2 การทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	Cronbach's Alpha
ความเป็นอิสระในการบริหาร(Autonomy)	.726
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)	.750
การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	.775
ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)	.802
การยอมรับความเสี่ยง (Risk Taking)	.774
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	.778

ตารางผนวกที่ 3 การทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็นทุนทางสังคม

ทุนทางสังคม	Cronbach's Alpha
ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social interaction)	.845
ความไว้วางใจ (Trust)	.863
การแบ่งปันทางวัฒนธรรม (Shared culture)	.788
ความเอาใจใส่กันเต็มที่ (Density)	.807
บรรทัดฐานที่ใช้ร่วมกัน (Shared norms)	.855
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นทุนทางสังคม	.679

ตารางผนวกที่ 4 การทดสอบค่า Cornbrash's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น
ความสามารถเชิงพลวัต

ความสามารถเชิงพลวัต	Cronbach's Alpha
ความสามารถด้านการปรับตัว (Adaptive Capability)	.780
ความสามารถด้านการดูดซับองค์ความรู้ (Absorptive Capability)	.927
ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative Capability)	.907
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นความสามารถเชิงพลวัต	.870

ตารางผนวกที่ 5 การทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือแยกรายข้อประเด็น
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Cronbach's Alpha
ประสิทธิภาพในต้นทุนผลิตภัณฑ์ (Products Cost advantage)	.843
ความได้เปรียบด้านความแตกต่างในสินค้าหรือบริการ (Differentiation)	.688
ความได้เปรียบด้านความรวดเร็วในการตอบสนองต่อตลาด (Speed of Market response)	.872
ค่าความน่าเชื่อถือประเด็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.686

การทดสอบค่า Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือทั้งฉบับของแบบสอบถามการวิจัย
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ทักษะทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความ
ได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย

ความน่าเชื่อถือ	Cronbach's Alpha
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	.778
ทักษะทางสังคม	.679
ความสามารถเชิงพลวัต	.870
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.686
ค่าความน่าเชื่อถือทั้งฉบับ	.751

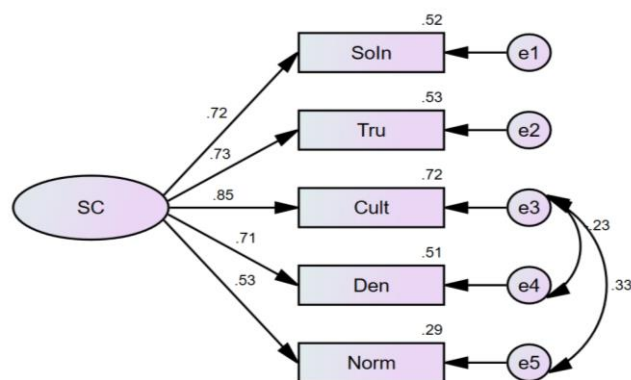




ภาคผนวก ค

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด
ทุนทางสังคม (Social Capital)



Chi-square=4.823,df=4,p-value=.306,
Chi-square/df=1.206,CFI=.999,GFI=.995

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SoIn <--- SC	1.000				
Tru <--- SC	.972	.071	13.648	***	par_1
Cult <--- SC	.987	.071	13.845	***	par_2
Den <--- SC	.928	.074	12.535	***	par_3
Norm <--- SC	.711	.076	9.358	***	par_4

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SoIn <--- SC	<u>.765</u>
Tru <--- SC	.777
Cult <--- SC	.793
Den <--- SC	.710
Norm <--- SC	.550

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e3 <--> e5	.176	.037	4.723	***	par_5

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
e3 <--> e5	.355

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SC	.603	.077	7.821	***	par_6
e1	.428	.044	9.737	***	par_7
e2	.375	.040	9.453	***	par_8
e3	.350	.039	9.013	***	par_9
e4	.511	.048	10.727	***	par_10
e5	.704	.059	11.839	***	par_11

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

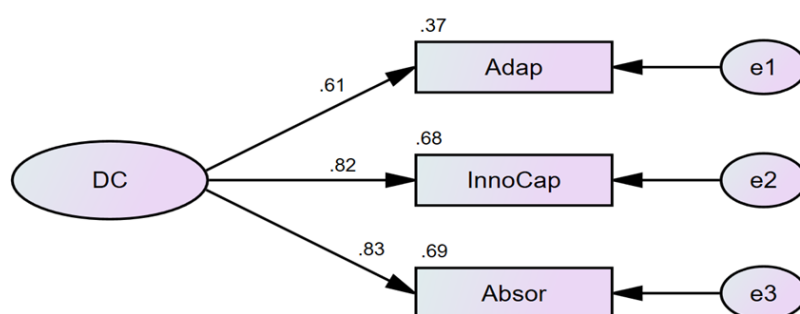
	Estimate
Norm	.302
Den	.504
Cult	.628
Tru	.604
SoIn	.585

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	Norm	Den	Cult	Tru	SoIn
SC	.031	.164	.240	.234	.211

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด ความสามารถเชิงพลวัต
(Dynamic Capability)



Chi-square=.001,df=1,p-value=.970,
Chi-square/df=.001,CFI=1.000,GFI=1.000

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model) Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Adap	<---	DC	1.000				
Absor	<---	DC	1.402	.121	11.611	***	par_1
InnoCap	<---	DC	1.158	.104	11.096	***	par_2

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Adap	<---	DC	.618
Absor	<---	DC	.828
InnoCap	<---	DC	.840

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
DC	.365	.062	5.870	***	par_3
e2	.330				
e1	.591	.051	11.527	***	par_4
e3	.204	.029	7.035	***	par_5

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
InnoCap	.706
Absor	.685
Adap	.382

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	InnoCap	Absor	Adap
DC	.335	.250	.100

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC
InnoCap	1.158
Absor	1.402
Adap	1.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC
InnoCap	.840
Absor	.828
Adap	.618

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC
InnoCap	1.158
Absor	1.402

	DC
Adap	1.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

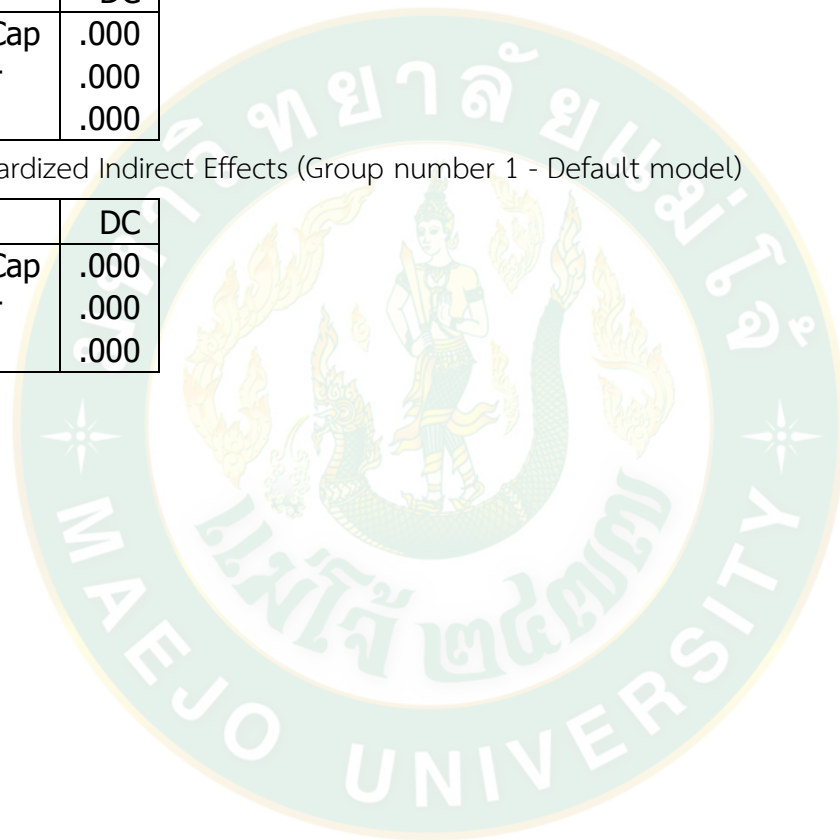
	DC
InnoCap	.840
Absor	.828
Adap	.618

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	DC
InnoCap	.000
Absor	.000
Adap	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	DC
InnoCap	.000
Absor	.000
Adap	.000



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด
คุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Auto	<---	EO	1.000				
Inno	<---	EO	.784	.050	15.518	***	par_1
Pro	<---	EO	1.004	.069	14.484	***	par_2
Compet	<---	EO	1.033	.071	14.609	***	par_3
Risk	<---	EO	.639	.075	8.504	***	par_4

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
Auto	<---	EO	.768
Inno	<---	EO	.828
Pro	<---	EO	.775
Compet	<---	EO	.790
Risk	<---	EO	.485

Covariances: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e4	<-->	e5	-.146	.039	-3.699	***	par_5

Correlations: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
e4	<-->	e5	-.238

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EO	.663	.082	8.079	***	par_6
e1	.461	.044	10.565	***	par_7
e2	.187	.020	9.146	***	par_8
e3	.445	.043	10.444	***	par_9
e4	.425	.043	9.778	***	par_10
e5	.883	.071	12.416	***	par_11

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
Risk	.235
Compet	.625
Pro	.600
Inno	.686
Auto	.590

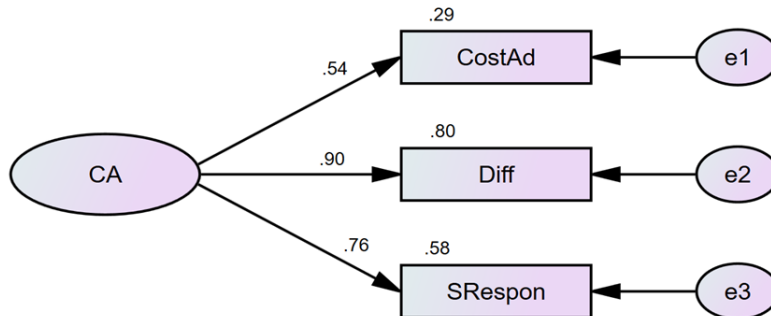
Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	Risk	Compet	Pro	Inno	Auto
EO	.092	.220	.175	.325	.168



ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวัด
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน Competitive Advantage



Chi-square=.015,df=1,p-value=.901,
Chi-square/df=.015,CFI=1.000,GFI=1.000

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CostAd	<--- CA	.659	.065	10.088	***	par_1
Diff	<--- CA	1.110	.074	15.025	***	par_2
SRespon	<--- CA	1.000				

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate
CostAd	<--- CA	.556
Diff	<--- CA	.899
SRespon	<--- CA	.780

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
CA	.714	.087	8.190	***	par_3
e3	.460				
e1	.695	.058	12.062	***	par_4
e2	.209	.050	4.180	***	par_5

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

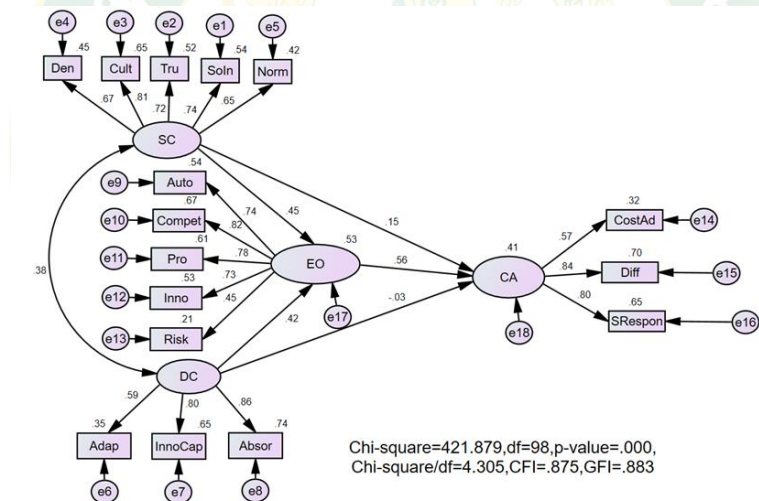
	Estimate
SRespon	.608
Diff	.808
CostAd	.309

Matrices (Group number 1 - Default model)

Factor Score Weights (Group number 1 - Default model)

	SRespon	Diff	CostAd
CA	.215	.527	.094

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง ตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ก่อนปรับแก้)



Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EO <--- SC	.508	.063	8.021	***	par_17
EO <--- DC	.439	.059	7.375	***	par_18
CA <--- DC	-.038	.079	-.485	.628	par_12
CA <--- SC	.174	.085	2.038	.042	par_13
CA <--- EO	.621	.102	6.099	***	par_16

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Den	<---	SC	.915	.068	13.372	***	par_1
InnoCap	<---	DC	.885	.061	14.575	***	par_2
Absor	<---	DC	1.000				
CostAd	<---	CA	.659	.062	10.560	***	par_3
Diff	<---	CA	.992	.068	14.602	***	par_4
SRespon	<---	CA	1.000				
Tru	<---	SC	.934	.065	14.388	***	par_5
Cult	<---	SC	1.000				
SoIn	<---	SC	.985	.068	14.552	***	par_6
Compet	<---	EO	.955	.064	14.847	***	par_7
Inno	<---	EO	.764	.046	16.751	***	par_8
Auto	<---	EO	.956	.064	14.942	***	par_9
Pro	<---	EO	1.000				
Norm	<---	SC	.855	.068	12.506	***	par_10
Risk	<---	EO	.620	.069	8.942	***	par_11
Adap	<---	DC	.713	.065	10.906	***	par_14

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
EO	<---	SC	.471
EO	<---	DC	.429
CA	<---	DC	-.035
CA	<---	SC	.153
CA	<---	EO	.589
Den	<---	SC	.703
InnoCap	<---	DC	.873
Absor	<---	DC	.803
CostAd	<---	CA	.583
Diff	<---	CA	.844
SRespon	<---	CA	.819
Tru	<---	SC	.748
Cult	<---	SC	.805
SoIn	<---	SC	.756
Compet	<---	EO	.754
Inno	<---	EO	.833
Auto	<---	EO	.758
Pro	<---	EO	.797
Norm	<---	SC	.663
Risk	<---	EO	.485
Adap	<---	DC	.599

Covariances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SC <--> DC	.272	.046	5.959	***	par_15

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SC <--> DC	.424

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SC	.607	.071	8.595	***	par_19
DC	.676	.082	8.201	***	par_20
e17	.299	.041	7.213	***	par_21
e18	.427	.058	7.361	***	par_22
e4	.521	.046	11.270	***	par_23
e3	.329	.034	9.541	***	par_24
e2	.416	.039	10.678	***	par_25
e1	.443	.042	10.560	***	par_26
e8	.165	.030	5.495	***	par_27
e7	.373	.045	8.222	***	par_28
e6	.613	.052	11.894	***	par_29
e12	.489	.044	11.096	***	par_30
e11	.407	.039	10.419	***	par_31
e10	.181	.019	9.564	***	par_32
e9	.478	.043	11.043	***	par_33
e14	.663	.056	11.948	***	par_34
e15	.314	.046	6.779	***	par_35
e16	.387	.050	7.706	***	par_36
e5	.565	.049	11.646	***	par_37
e13	.882	.069	12.695	***	par_38

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
EO	.577
CA	.458
Risk	.236
Norm	.440
SRespon	.671
Diff	.712
CostAd	.340
Auto	.575
Inno	.695

	Estimate
Pro	.635
Compet	.569
Adap	.359
Absor	.645
InnoCap	.763
SoIn	.571
Tru	.560
Cult	.649
Den	.494

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.439	.508	.000	.000
CA	.234	.490	.621	.000
Risk	.272	.315	.620	.000
Norm	.000	.855	.000	.000
SRespon	.234	.490	.621	1.000
Diff	.233	.486	.616	.992
CostAd	.155	.323	.410	.659
Auto	.420	.486	.956	.000
Inno	.335	.388	.764	.000
Pro	.439	.508	1.000	.000
Compet	.419	.485	.955	.000
Adap	.713	.000	.000	.000
Absor	1.000	.000	.000	.000
InnoCap	.885	.000	.000	.000
SoIn	.000	.985	.000	.000
Tru	.000	.934	.000	.000
Cult	.000	1.000	.000	.000
Den	.000	.915	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.429	.471	.000	.000
CA	.217	.430	.589	.000
Risk	.208	.229	.485	.000
Norm	.000	.663	.000	.000
SRespon	.178	.352	.482	.819
Diff	.183	.363	.497	.844
CostAd	.127	.251	.344	.583

	DC	SC	EO	CA
Auto	.325	.357	.758	.000
Inno	.358	.392	.833	.000
Pro	.342	.375	.797	.000
Compet	.324	.355	.754	.000
Adap	.599	.000	.000	.000
Absor	.803	.000	.000	.000
InnoCap	.873	.000	.000	.000
SoIn	.000	.756	.000	.000
Tru	.000	.748	.000	.000
Cult	.000	.805	.000	.000
Den	.000	.703	.000	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.439	.508	.000	.000
CA	-.038	.174	.621	.000
Risk	.000	.000	.620	.000
Norm	.000	.855	.000	.000
SRespon	.000	.000	.000	1.000
Diff	.000	.000	.000	.992
CostAd	.000	.000	.000	.659
Auto	.000	.000	.956	.000
Inno	.000	.000	.764	.000
Pro	.000	.000	1.000	.000
Compet	.000	.000	.955	.000
Adap	.713	.000	.000	.000
Absor	1.000	.000	.000	.000
InnoCap	.885	.000	.000	.000
SoIn	.000	.985	.000	.000
Tru	.000	.934	.000	.000
Cult	.000	1.000	.000	.000
Den	.000	.915	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.429	.471	.000	.000
CA	-.035	.153	.589	.000
Risk	.000	.000	.485	.000
Norm	.000	.663	.000	.000
SRespon	.000	.000	.000	.819
Diff	.000	.000	.000	.844

	DC	SC	EO	CA
CostAd	.000	.000	.000	.583
Auto	.000	.000	.758	.000
Inno	.000	.000	.833	.000
Pro	.000	.000	.797	.000
Compet	.000	.000	.754	.000
Adap	.599	.000	.000	.000
Absor	.803	.000	.000	.000
InnoCap	.873	.000	.000	.000
SoIn	.000	.756	.000	.000
Tru	.000	.748	.000	.000
Cult	.000	.805	.000	.000
Den	.000	.703	.000	.000

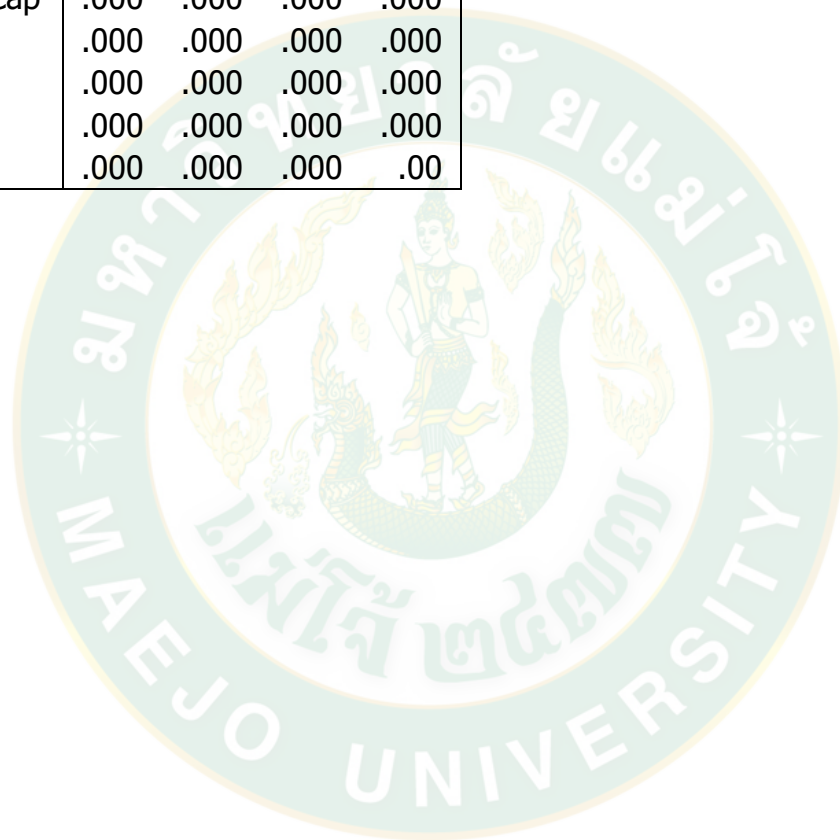
Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.000	.000	.000	.000
CA	.273	.316	.000	.000
Risk	.272	.315	.000	.000
Norm	.000	.000	.000	.000
SRespon	.234	.490	.621	.000
Diff	.233	.486	.616	.000
CostAd	.155	.323	.410	.000
Auto	.420	.486	.000	.000
Inno	.335	.388	.000	.000
Pro	.439	.508	.000	.000
Compet	.419	.485	.000	.000
Adap	.000	.000	.000	.000
Absor	.000	.000	.000	.000
InnoCap	.000	.000	.000	.000
SoIn	.000	.000	.000	.000
Tru	.000	.000	.000	.000
Cult	.000	.000	.000	.000
Den	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

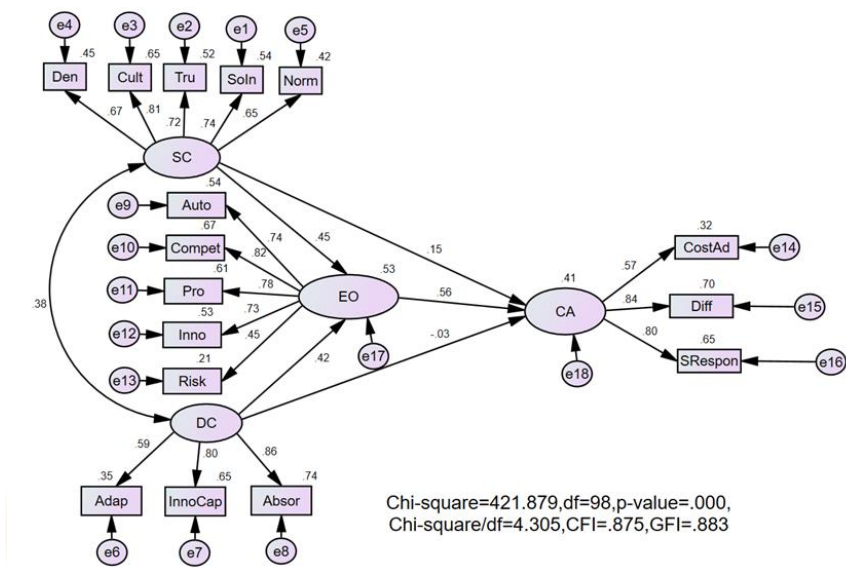
	DC	SC	EO	CA
EO	.000	.000	.000	.000
CA	.253	.277	.000	.000
Risk	.208	.229	.000	.000
Norm	.000	.000	.000	.000
SRespon	.178	.352	.482	.000

	DC	SC	EO	CA
Diff	.183	.363	.497	.000
CostAd	.127	.251	.344	.000
Auto	.325	.357	.000	.000
Inno	.358	.392	.000	.000
Pro	.342	.375	.000	.000
Compet	.324	.355	.000	.000
Adap	.000	.000	.000	.000
Absor	.000	.000	.000	.000
InnoCap	.000	.000	.000	.000
SoIn	.000	.000	.000	.000
Tru	.000	.000	.000	.000
Cult	.000	.000	.000	.000
Den	.000	.000	.000	.00

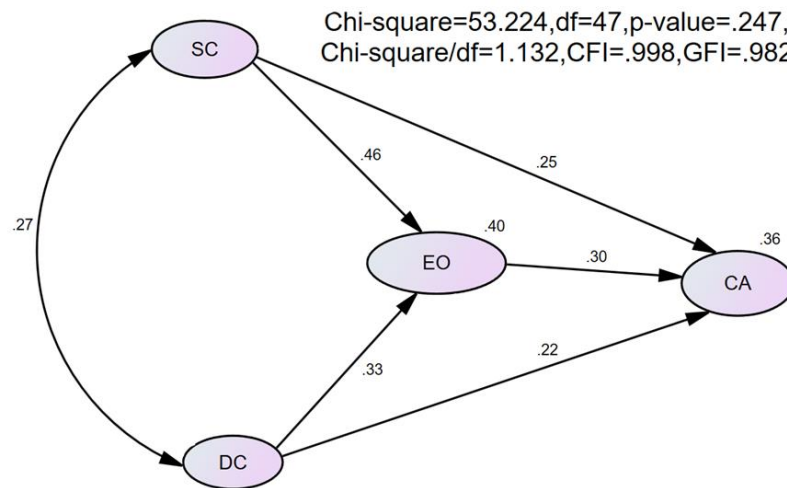


ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลอง ตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม ความสามารถเชิงพลวัต ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (หลังปรับแก้)

ภาพเต็มแบบจำลอง



ภาพแบบจำลองเส้น Covariances



ภาพแบบจำลองแสดงเฉพาะ Standardized Regression Weights

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
EO	<--- SC	.508	.083	6.082	***	par_63
EO	<--- DC	.329	.081	4.075	***	par_64
CA	<--- EO	.345	.096	3.600	***	par_6
CA	<--- SC	.335	.093	3.594	***	par_59
CA	<--- DC	.264	.073	3.599	***	par_60
Den	<--- SC	.947	.072	13.214	***	par_1
InnoCap	<--- DC	.919	.119	7.741	***	par_2
Absor	<--- DC	1.000				
CostAd	<--- CA	.705	.063	11.210	***	par_3
Diff	<--- CA	.834	.065	12.929	***	par_4
SRespon	<--- CA	1.000				
Cult	<--- SC	1.000				
SoIn	<--- SC	1.060	.082	12.855	***	par_5
Compet	<--- EO	1.004	.093	10.828	***	par_7
Inno	<--- EO	.764	.073	10.503	***	par_8
Auto	<--- EO	1.025	.102	10.021	***	par_9

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Pro	<---	EO	1.000				
Norm	<---	SC	.722	.061	11.864	***	par_10
Risk	<---	EO	.669	.087	7.650	***	par_11
Adap	<---	DC	.724	.065	11.190	***	par_62
Tru	<---	SC	1.033	.079	13.006	***	par_65

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
EO	<---	SC	.473
EO	<---	DC	.328
CA	<---	EO	.291
CA	<---	SC	.263
CA	<---	DC	.222
Den	<---	SC	.701
InnoCap	<---	DC	.885
Absor	<---	DC	.786
CostAd	<---	CA	.668
Diff	<---	CA	.766
SRespon	<---	CA	.890
Cult	<---	SC	.778
SoIn	<---	SC	.787
Compet	<---	EO	.764
Inno	<---	EO	.801
Auto	<---	EO	.781
Pro	<---	EO	.769
Norm	<---	SC	.544
Risk	<---	EO	.504
Adap	<---	DC	.597
Tru	<---	SC	.801

Covariances: (Group number 1 - Default model)

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SC	<-->	DC	.208	.045	4.658	***	par_58
e3	<-->	e18	-.079	.028	-2.836	.005	par_12
e8	<-->	e10	.044	.021	2.119	.034	par_13
e7	<-->	e11	.136	.031	4.411	***	par_14
e5	<-->	DC	.217	.042	5.211	***	par_15
e5	<-->	e17	.182	.034	5.341	***	par_16
e13	<-->	e18	.332	.056	5.964	***	par_17
e3	<-->	e5	.188	.034	5.535	***	par_18
e12	<-->	e13	-.145	.037	-3.936	***	par_19

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
e2 <--> e12	-.149	.033	-4.565	***	par_20
e2 <--> e16	-.119	.028	-4.236	***	par_21
e3 <--> e12	-.078	.027	-2.934	.003	par_22
e2 <--> e10	-.072	.021	-3.396	***	par_23
e4 <--> DC	.263	.094	2.795	.005	par_24
e4 <--> e6	-.034	.078	-.435	.663	par_25
e11 <--> e18	.120	.033	3.631	***	par_26
e4 <--> e14	-.112	.034	-3.244	.001	par_27
e14 <--> e16	-.171	.045	-3.786	***	par_28
e9 <--> e14	.089	.035	2.535	.011	par_29
e6 <--> e18	-.087	.037	-2.389	.017	par_30
e1 <--> e11	.072	.030	2.398	.017	par_31
e8 <--> e16	-.061	.024	-2.513	.012	par_32
e2 <--> e17	.069	.030	2.282	.022	par_33
e10 <--> e9	-.042	.027	-1.543	.123	par_34
e15 <--> e17	.046	.026	1.763	.078	par_35
e1 <--> e8	-.024	.026	-.913	.361	par_36
e1 <--> e12	.069	.031	2.205	.027	par_37
e6 <--> e14	.065	.038	1.691	.091	par_38
e4 <--> e8	-.151	.076	-1.988	.047	par_39
e3 <--> e6	-.025	.032	-.789	.430	par_40
e11 <--> DC	.051	.042	1.213	.225	par_41
e16 <--> e13	-.067	.046	-1.460	.144	par_42
e2 <--> e8	.035	.026	1.346	.178	par_43
e11 <--> SC	-.019	.051	-.377	.706	par_44
e2 <--> e6	.033	.032	1.028	.304	par_45
e4 <--> e7	-.127	.094	-1.345	.179	par_46
e3 <--> e7	.029	.030	.972	.331	par_47
e12 <--> e14	.070	.036	1.968	.049	par_48
e8 <--> e5	-.022	.042	-.528	.597	par_49
e12 <--> e15	.044	.028	1.580	.114	par_50
e10 <--> e13	-.030	.026	-1.169	.242	par_51
e12 <--> e9	.048	.041	1.164	.245	par_52
e7 <--> e6	.039	.064	.604	.546	par_53
e8 <--> e17	.034	.038	.907	.364	par_54
e11 <--> e9	-.027	.036	-.738	.460	par_55
e14 <--> e5	.039	.032	1.214	.225	par_56
e2 <--> e1	-.061	.036	-1.695	.090	par_57
e10 <--> DC	.083	.026	3.228	.001	par_61

Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
SC <--> DC	.343
e3 <--> e18	-.174
e8 <--> e10	.273
e7 <--> e11	.322
e5 <--> DC	.320
e5 <--> e17	.356
e13 <--> e18	.481
e3 <--> e5	.367
e12 <--> e13	-.228
e2 <--> e12	-.373
e2 <--> e16	-.415
e3 <--> e12	-.186
e2 <--> e10	-.299
e4 <--> DC	.450
e4 <--> e6	-.059
e11 <--> e18	.243
e4 <--> e14	-.205
e14 <--> e16	-.462
e9 <--> e14	.178
e6 <--> e18	-.149
e1 <--> e11	.174
e8 <--> e16	-.317
e2 <--> e17	.195
e10 <--> e9	-.151
e15 <--> e17	.116
e1 <--> e8	-.096
e1 <--> e12	.161
e6 <--> e14	.110
e4 <--> e8	-.534
e3 <--> e6	-.053
e11 <--> DC	.096
e16 <--> e13	-.148
e2 <--> e8	.156
e11 <--> SC	-.039
e2 <--> e6	.072
e4 <--> e7	-.275
e3 <--> e7	.076
e12 <--> e14	.136

	Estimate
e8 <--> e5	-.067
e12 <--> e15	.099
e10 <--> e13	-.079
e12 <--> e9	.106
e7 <--> e6	.078
e8 <--> e17	.144
e11 <--> e9	-.061
e14 <--> e5	.061
e2 <--> e1	-.168
e10 <--> DC	.250

Variances: (Group number 1 - Default model)

	Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
SC	.568	.071	7.954	***	par_66
DC	.651	.107	6.065	***	par_67
e17	.369	.061	6.040	***	par_68
e18	.554	.074	7.443	***	par_69
e4	.525	.048	11.047	***	par_70
e3	.371	.040	9.211	***	par_71
e2	.338	.046	7.437	***	par_72
e1	.393	.050	7.882	***	par_73
e8	.153	.068	2.232	.026	par_74
e7	.403	.084	4.769	***	par_75
e6	.617	.067	9.189	***	par_76
e12	.471	.046	10.339	***	par_77
e11	.439	.043	10.102	***	par_78
e10	.171	.022	7.698	***	par_79
e9	.440	.062	7.091	***	par_80
e14	.565	.058	9.813	***	par_81
e15	.424	.046	9.186	***	par_82
e16	.242	.060	4.039	***	par_83
e5	.705	.056	12.614	***	par_84
e13	.861	.070	12.309	***	par_85

Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)

	Estimate
EO	.437
CA	.397
Risk	.254
Norm	.296
SRespon	.791

	Estimate
Diff	.611
CostAd	.447
Auto	.610
Inno	.713
Pro	.604
Compet	.584
Adap	.356
Absor	.618
InnoCap	.783
SoIn	.619
Tru	.641
Cult	.605
Den	.492

Matrices (Group number 1 - Default model)

Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.329	.508	.000	.000
CA	.377	.510	.345	.000
Risk	.220	.340	.669	.000
Norm	.000	.722	.000	.000
SRespon	.377	.510	.345	1.000
Diff	.315	.426	.288	.834
CostAd	.266	.360	.243	.705
Auto	.337	.520	1.025	.000
Inno	.251	.388	.764	.000
Pro	.329	.508	1.000	.000
Compet	.330	.510	1.004	.000
Adap	.724	.000	.000	.000
Absor	1.000	.000	.000	.000
InnoCap	.919	.000	.000	.000
SoIn	.000	1.060	.000	.000
Tru	.000	1.033	.000	.000
Cult	.000	1.000	.000	.000
Den	.000	.947	.000	.000

Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.328	.473	.000	.000
CA	.318	.401	.291	.000
Risk	.165	.238	.504	.000

	DC	SC	EO	CA
Norm	.000	.544	.000	.000
SRespon	.283	.357	.259	.890
Diff	.243	.307	.223	.766
CostAd	.212	.268	.195	.668
Auto	.256	.369	.781	.000
Inno	.263	.379	.801	.000
Pro	.252	.363	.769	.000
Compet	.250	.361	.764	.000
Adap	.597	.000	.000	.000
Absor	.786	.000	.000	.000
InnoCap	.885	.000	.000	.000
SoIn	.000	.787	.000	.000
Tru	.000	.801	.000	.000
Cult	.000	.778	.000	.000
Den	.000	.701	.000	.000

Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.329	.508	.000	.000
CA	.264	.335	.345	.000
Risk	.000	.000	.669	.000
Norm	.000	.722	.000	.000
SRespon	.000	.000	.000	1.000
Diff	.000	.000	.000	.834
CostAd	.000	.000	.000	.705
Auto	.000	.000	1.025	.000
Inno	.000	.000	.764	.000
Pro	.000	.000	1.000	.000
Compet	.000	.000	1.004	.000
Adap	.724	.000	.000	.000
Absor	1.000	.000	.000	.000
InnoCap	.919	.000	.000	.000
SoIn	.000	1.060	.000	.000
Tru	.000	1.033	.000	.000
Cult	.000	1.000	.000	.000
Den	.000	.947	.000	.000

Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.328	.473	.000	.000
CA	.222	.263	.291	.000
Risk	.000	.000	.504	.000
Norm	.000	.544	.000	.000
SRespon	.000	.000	.000	.890
Diff	.000	.000	.000	.766
CostAd	.000	.000	.000	.668
Auto	.000	.000	.781	.000
Inno	.000	.000	.801	.000
Pro	.000	.000	.769	.000
Compet	.000	.000	.764	.000
Adap	.597	.000	.000	.000
Absor	.786	.000	.000	.000
InnoCap	.885	.000	.000	.000
SoIn	.000	.787	.000	.000
Tru	.000	.801	.000	.000
Cult	.000	.778	.000	.000
Den	.000	.701	.000	.000

Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.000	.000	.000	.000
CA	.113	.175	.000	.000
Risk	.220	.340	.000	.000
Norm	.000	.000	.000	.000
SRespon	.377	.510	.345	.000
Diff	.315	.426	.288	.000
CostAd	.266	.360	.243	.000
Auto	.337	.520	.000	.000
Inno	.251	.388	.000	.000
Pro	.329	.508	.000	.000
Compet	.330	.510	.000	.000
Adap	.000	.000	.000	.000
Absor	.000	.000	.000	.000
InnoCap	.000	.000	.000	.000
SoIn	.000	.000	.000	.000
Tru	.000	.000	.000	.000
Cult	.000	.000	.000	.000
Den	.000	.000	.000	.000

Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)

	DC	SC	EO	CA
EO	.000	.000	.000	.000
CA	.096	.138	.000	.000
Risk	.165	.238	.000	.000
Norm	.000	.000	.000	.000
SRespon	.283	.357	.259	.000
Diff	.243	.307	.223	.000
CostAd	.212	.268	.195	.000
Auto	.256	.369	.000	.000
Inno	.263	.379	.000	.000
Pro	.252	.363	.000	.000
Compet	.250	.361	.000	.000
Adap	.000	.000	.000	.000
Absor	.000	.000	.000	.000
InnoCap	.000	.000	.000	.000
SoIn	.000	.000	.000	.000
Tru	.000	.000	.000	.000
Cult	.000	.000	.000	.000
Den	.000	.000	.000	.000



ภาคผนวก จ

ตัวอย่างหนังสือขอความอนุเคราะห์



ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุเคราะห์ตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุระ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดัชนีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดัชนีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๒๙๓๒ ๓๖๕๔ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

ขอแสดงความนับถือ

วค สย

(อาจารย์ ดร.ปียวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๘๗ ๓๕๖๙



ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุเคราะห์ตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจิมขวัญ รัชชานันติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดัชนีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดัชนีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๒๙๓๒ ๓๖๕๔ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

ว.ค. ส.ป

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๖๙



ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุเคราะห์ตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน อาจารย์ ดร.วินยาภรณ์ พราหมณโชติ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขออนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดัชนีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดัชนีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๒๙๓๒ ๓๖๕๔ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

รศ. สย

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๖๙

ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘



คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุเคราะห์ตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดัชนีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดัชนีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๒๙๓๒ ๓๖๕๔ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๖๙



ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุเคราะห์ตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ศุภนิช จันทร์สอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดัชนีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดัชนีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๑๔๕๒ ๘๗๙๑ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

ขอแสดงความนับถือ

๖๐ สร

(อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๖๙

ที่ อว ๖๙.๔.๑.๑/ว ๕๕๘



คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
63 หมู่ 4 ตำบลหนองหาร
อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่
๕๐๒๙๐

๑๐ มิถุนายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตตอบแบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน คุณกฤษณะ ธรรมวิมล

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

ด้วยนายวรมรรณ นามวงศ์ รหัส ๕๙๐๖๕๐๑๐๐๔ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ มีความประสงค์ขออนุญาตจากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ตอบแบบแสดงความคิดเห็นที่มีต่อแบบสอบถามตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้ เพื่อประกอบการทำดุษฎีนิพนธ์เรื่อง “บทบาทการเป็นตัวแปรส่งผ่านของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ในแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ระหว่างทุนทางสังคม และความสามารถเชิงพลวัต ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ในธุรกิจนวัตกรรมและวิสาหกิจเริ่มต้นในประเทศไทย” โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภัสสร วรณสถิต เป็นที่ปรึกษาหลัก

ในการทำดุษฎีนิพนธ์เรื่องนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องขอข้อมูลจากท่าน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขออนุญาตขอข้อมูลดังกล่าว โดยนักศึกษาจะเป็นผู้ติดต่อประสานงานในรายละเอียดกับท่าน ทั้งนี้ หากผลการพิจารณาเป็นประการใด ขอโปรดแจ้งให้นักศึกษาทราบที่หมายเลขโทรศัพท์ ๐๘ ๒๙๓๒ ๓๖๕๔ ด้วยจะขอบพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้อีกครั้ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์)

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สำนักงานเลขานุการ

โทรศัพท์ ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๕๐ - ๑

โทรสาร ๐ ๕๓๘๗ ๓๕๖๙

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นายวรมรรณ นามวงศ์
เกิดเมื่อ	7 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2520
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546 ปริญญาตรี สาขาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2548 ปริญญาโท สาขาการเป็นผู้ประกอบการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2554 ประกาศนียบัตรวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยพาร์อีสเทอร์น จังหวัดเชียงใหม่
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2548 เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป 3 สำนักปลัด กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2549-2552 พนักงานธุรการ มูลนิธิโครงการหลวง พ.ศ. 2555-2561 อาจารย์ประจำ หลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่