

การพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรม: กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา

Development of Indicators and a Scale for Measuring Innovativeness: A Case Study of Small and Medium Enterprises in Songkhla Province

อนุวัต สงสม^{1*}

Anuwat Songsom^{1*}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างคือตัวแทนของผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 390 ราย ซึ่งได้มาจากสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง ด้วยโปรแกรม LISREL ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ 8 ตัวบ่งชี้ คือ (1) องค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้ พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และการยอมรับฟังความคิดเห็น (2) องค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พิจารณาจาก 2 ตัวบ่งชี้ คือ ความกล้าเสี่ยงและการดำเนินงานเชิงรุกและ (3) องค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน โดยโมเดลการวัดมีความตรงเชิงเนื้อหาและเชิงโครงสร้าง ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับสอง พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ABSTRACT

The purpose of this research was to develop indicators and a scale for measuring the innovativeness of SMEs in Songkhla province. The samples were 390 SMEs' entrepreneur from the multi-stage sampling. The research tools were a specialist interview form and questionnaires. The second order confirmatory factor analysis was performed to determine the construct validity by using LISREL. The results indicated that the SMEs innovativeness indicators consisted of 3 factors covering 8 indicators. (1) Learning orientation factors were measured using 3 indicators: shared vision, commitment to learning, and open mindedness. (2) Entrepreneurial orientation factors were measured using 2 indicators: risk taking and pro-activeness. (3) Market orientation factors were measured using 3 indicators: customer orientation, competitor orientation, and inter-functional coordination. The scales had content and construct validity. The result of second order confirmatory factor analysis of the measurement model was fit to the empirical data.

Key Words: innovativeness, small and medium enterprises, measurement model

* Corresponding author; e-mail address: sanuwat52@gmail.com

¹ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

¹ Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla 90000

คำนำ

การแข่งขันของธุรกิจยุคปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรต่างๆ ต้องมีการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ผู้บริหารขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อนำความรู้และแนวคิดใหม่มาสร้างสรรค์และปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการของตนเอง (นรวัฒน์ ชุตินวงศ์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, 2554) โดยจุดเริ่มต้นอันสำคัญคือการพัฒนา “ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)” ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ (Suliyanto and Rahab, 2012; Tutar, Nart, and Bingol, 2015) ทั้งในรูปแบบของกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น (Suliyanto and Rahab, 2012) และบรรลุความสำเร็จในระยะยาว (Noble, Sinha, and Kumar, 2002; Tutar, Nart, and Bingol, 2015)

เมื่อพิจารณาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย พบว่า กิจกรรมประเภทวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นกิจการที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีผู้ประกอบการกว่า 2.82 ล้านกิจการ คิดเป็นร้อยละ 99.7 ของธุรกิจทั้งหมดของประเทศ สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกว่าร้อยละ 37.8 รวมถึงการจ้างงานเกือบ 9 ล้านคน (มะลิสุวรรณ ราชนันย์, 2554) จากจำนวนกิจการที่ค่อนข้างสูงดังกล่าว ทำให้การแข่งขันสูงตามไปด้วย การปรับตัวของ SMEs ให้สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม จึงจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรม สำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการ

จากบทบาทและความสำคัญของความสามารถทางนวัตกรรมที่จำเป็นสำหรับธุรกิจ SMEs ดังกล่าว งานวิจัยฉบับนี้จึงต้องการพัฒนาตัวบ่งชี้และการวัดความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่จะสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs และเชื่อมโยงไปยังการสร้างสรรค์นวัตกรรมของ SMEs ทั้งในรูปแบบของกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการ รวมถึงการดำเนินธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ โดยเลือกศึกษาในพื้นที่จังหวัดสงขลา เพราะเป็นจังหวัดที่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงถึง 49,214 ราย และมีการจ้างแรงงานกว่า 219,238 คน ซึ่งสูงที่สุดในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันและกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้จะใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรม และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่กิจการ SMEs และมีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภาพรวมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดสงขลา
2. เพื่อวิเคราะห์ความตรง และความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของมาตรวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดสงขลา

กรอบแนวคิดการวิจัย

ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) คือ สิ่งตั้งต้นสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาความสามารถในการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆ ของบริษัท (Hult, Hurley and Knight, 2004) โดยความสามารถทางนวัตกรรมจะถูกละเลยว่าเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการ และการตลาดเพื่อการแข่งขันขององค์กร (North and Smallbone, 2000) โดยอาศัย แนวคิดที่ 2 สำคัญ คือแนวคิดด้านทรัพยากรขององค์กร (Resource Based View) และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถคัดเลือกองค์ประกอบความสามารถทางนวัตกรรมได้ 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นตลาด พร้อมทั้งตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) หรือตัวบ่งชี้จำนวน 8 ตัวแปร ดังภาพที่ 1 โดยมีรายละเอียดการวัดจากแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

(1) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ดัดแปลงจากแนวคิดของ Rhee, Park, and Lee (2010) และ Zehir, Can, and Karaboga (2015) โดยเลือกวัดจาก 2 องค์ประกอบ คือ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) และการดำเนินงานเชิงรุก (Pro Activeness)

(2) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นการเรียนรู้ บรูณาการจากแนวคิดของ Ferraresi, et al. (2012) และ Suliyanto and Rahab (2012) โดยวัดจาก 3 องค์ประกอบ คือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) และยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Open Mindedness)

(3) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด อาศัยแนวคิด Long (2013) ซึ่งวัดจาก 3 องค์ประกอบ คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน (Inter-Functional Coordination)

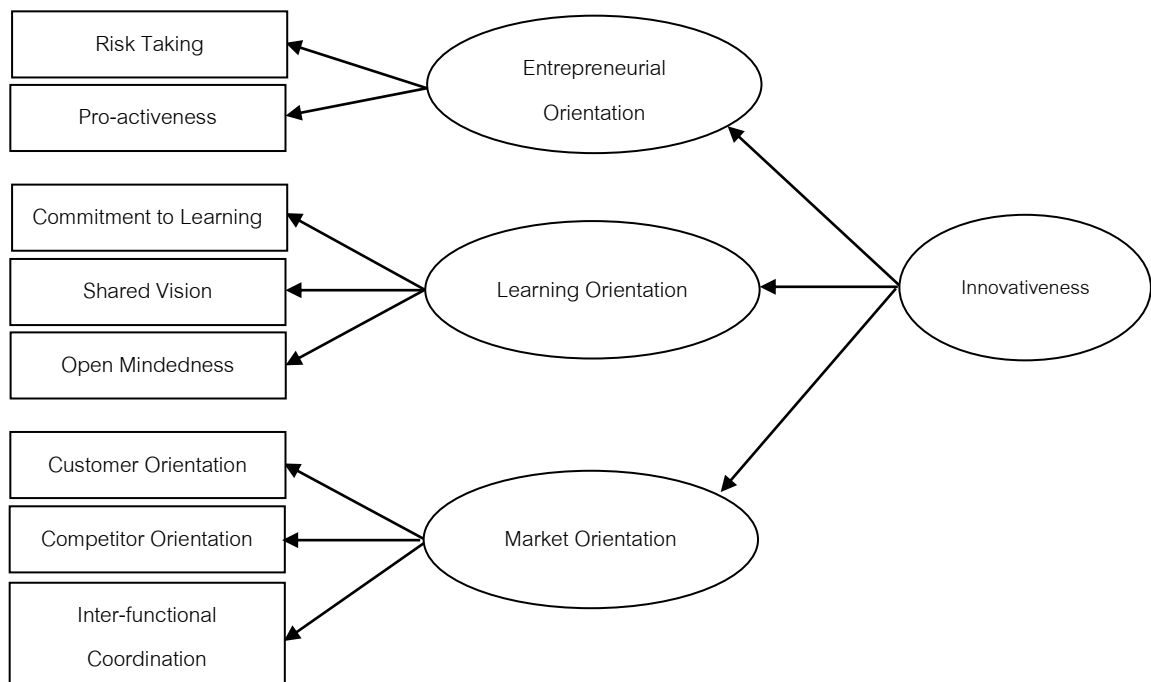


Figure 1 Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนากรอบแนวคิดและแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรม

การพัฒนากรอบแนวคิดและแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรมประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 เป็นการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางนวัตกรรม ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน แล้วได้คัดเลือกตัวบ่งชี้ความสามารถทางนวัตกรรม ส่วนขั้นตอนที่ 2 เป็นการตรวจสอบกรอบแนวคิดเบื้องต้นโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 ท่าน โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อขอข้อสนับสนุนและคำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวบ่งชี้ความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังภาพที่ 1 ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ และ 8 ตัวบ่งชี้ และขั้นตอนที่ 3 สร้างและพัฒนาแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรมตามกรอบแนวคิดในการวิจัย และตรวจสอบคุณภาพแบบวัดดังกล่าว โดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ความตรงเชิงโครงสร้าง และความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ตัวแทนของผู้ประกอบการ SMEs ในจังหวัดสงขลา ซึ่งได้มาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 390 ราย ซึ่งผ่านเกณฑ์ตามแนวคิดของ Hair, et al. (2010) ที่เสนอว่าควรพิจารณาจากค่าพหามิตอร์ที่ ต้องการประมาณค่าในโมเดล โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 5-10 คน ต่อ 1 ค่าพหามิตอร์ สำหรับการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) ซึ่งเริ่มต้นจากการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Sampling) โดยแบ่งผู้ประกอบการออกเป็นสองกลุ่ม คือ ขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกำหนดโควตาจำนวนตัวอย่างในแต่ละขนาดกิจการ 195 ราย แบ่งเป็นกิจการประเภทการผลิต บริการ และค้าส่งค้าปลีก ประเภทละเท่าๆ กัน จำนวน ราย 65 หลังจากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกให้ได้จำนวนตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาตัวบ่งชี้ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จำนวน 1 ฉบับ และแบบสอบถามสำหรับการวิเคราะห์ความสามารถทางนวัตกรรมอีก จำนวน 1 ฉบับ โดยแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรม แบ่งเป็น 2 ตอน กล่าวคือ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง และตอนที่ 2 เป็นแบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จำนวน 32 ข้อ ซึ่งมีเนื้อหาของข้อคำถามครอบคลุมทั้ง 3 องค์ประกอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย 3 ตอน โดยตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดความสามารถทางนวัตกรรม และการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบคุณภาพของแบบวัด ด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยพิจารณาจากค่าดัชนี IOC และตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) โดยการวิเคราะห์ความเที่ยงแบบสอดคล้องภายใน (Internal Consistency of Reliability) ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ส่วนตอนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สัมประสิทธิ์การกระจาย

(Coefficient of Variation) ความเบ้ (Skewness) และความโด่ง (Kurtosis) เพื่ออธิบายลักษณะการกระจายของตัวแปร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows และตอนที่ 3 เป็นการตรวจสอบความตรงหรือความสอดคล้องของโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรม ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second Order Confirmatory Factor Analysis) ด้วยโปรแกรม LISREL

ผลและการอภิปรายผล

ผลการพัฒนาตัวบ่งชี้และแบบวัดสมรรถนะข้ามวัฒนธรรม

จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่าความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ จำนวน 8 ตัวบ่งชี้ กล่าวคือ (1) องค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้ พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (2) องค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พิจารณาจาก 2 ตัวบ่งชี้ คือ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก และ (3) องค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

ผลการวิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา พบว่า มีค่าดัชนี IOC ของข้อคำถามแต่ละข้อตั้งแต่ 0.6 – 1.0 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความตรงเชิงเนื้อหา คือ ค่าดัชนี IOC ที่คำนวณได้ควรมีมากกว่า 0.50 ขึ้นไป จึงถือว่าข้อความนั้นสอดคล้องกับตัวแปรที่ต้องการวัด (ศิริชัย กาญจนวาสี, 2552) ขณะที่การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของโมเดลการวัดแต่ละองค์ประกอบหลัก พบว่าทั้ง 3 โมเดลการวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง และการวิเคราะห์ความเที่ยงแบบความสอดคล้องภายใน ด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค พบว่า แบบวัดความสามารถทางนวัตกรรมมีความเที่ยงสูง โดยมีค่าความเที่ยงของแต่ละตัวบ่งชี้อยู่ระหว่าง 0.763-0.937

ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 65.5) อายุอยู่ในช่วง 40-49 ปี (ร้อยละ 36.5) การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 70.0) ตำแหน่งเป็นหุ้นส่วนกิจการหรือกรรมการผู้มีอำนาจ (ร้อยละ 32.5) มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 6-10 ปี (ร้อยละ 37.4) เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของกิจการ พบว่า อุตสาหกรรมด้านการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตยางพาราแปรรูป และอาหารแปรรูป (ร้อยละ 54.6) ขณะที่การค้าส่งและค้าปลีกส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภค (ร้อยละ 68.5) สำหรับผลการวิเคราะห์ความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า ในภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง โดยค่าเฉลี่ยของตัวแปรแต่ละด้านมีค่าอยู่ระหว่าง 3.74-4.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาเป็นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ตามลำดับ

ผลการตรวจสอบความตรงของโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs ในจังหวัดสงขลา โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

ผลการวิเคราะห์ พบว่า โมเดลการวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาได้จากค่าสถิติ $\chi^2=16.54$, $df=9$, $p>0$ นั่นคือ ค่าไค-สแควร์แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดง

ว่าไม่ปฏิเสธสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนค่าเข้าใกล้หนึ่ง (GFI=0.97, AGFI=0.98) และค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ (RMR=0.021, RMSEA=0.013) ซึ่งค่าสถิติดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นว่าโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ขณะเดียวกันค่าความเชื่อมั่นเชิงโครงสร้างของมาตรวัด (Construct Reliability) มากกว่า 0.60 และค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted) มากกว่า 0.50 แสดงว่าองค์ประกอบมีค่าความเชื่อมั่นสูง และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในองค์ประกอบได้ดี (Hair, et al., 2010) หรือกล่าวง่าย ๆ คือ ตัวแปรแฝงที่นำมาพัฒนาเป็นโมเดลในการวัดความสามารถทางนวัตกรรมของ SMEs ในจังหวัดสงขลาของการวิจัยนี้ รวมถึงข้อคำถามในแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปรสังเกตได้มีความเหมาะสม

จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่หนึ่ง ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์โมเดลแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง 3 องค์ประกอบ (ตัวแปรแฝง) กับ 8 ตัวบ่งชี้ (ตัวแปรสังเกตได้) ตามกรอบแนวคิด พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 8 ตัวนี้ เป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญขององค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.65-0.94 ซึ่งตัวบ่งชี้ที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ($\beta = 0.94$) รองลงมา คือ การดำเนินงานเชิงรุกและการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ที่มีค่าน้ำหนักเท่ากัน ($\beta = 0.88$) รายละเอียดดังภาพที่ 2

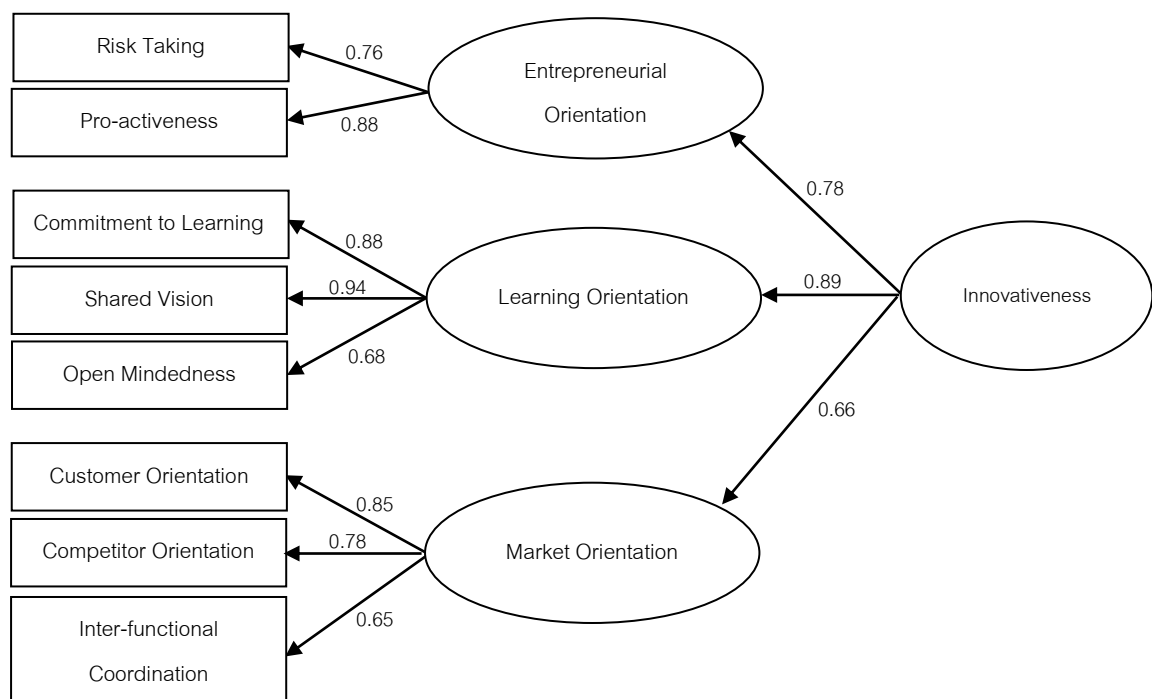


Figure 2 The Measurement Model of Innovativeness

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.66 ถึง 0.89 ซึ่งองค์ประกอบที่มีน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ($\beta = 0.89$) รองลงมาคือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\beta = 0.78$) และการมุ่งเน้นตลาด ($\beta = 0.66$) โดยองค์ประกอบในแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูง มีค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ตั้งแต่ 0.68-0.87 แสดงว่าองค์ประกอบแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ดังนั้น ความสามารถทางนวัตกรรมจะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อกิจการ SMEs มีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นตลาด

การอภิปรายผล

จากผลการศึกษาที่พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมขึ้นอยู่กับ 3 องค์ประกอบที่สำคัญ คือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นตลาด ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้มีค่าความเชื่อมั่นสูง และสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในองค์ประกอบได้นั้น สามารถอธิบายด้วยแนวคิดหรือมุมมองด้านทรัพยากรขององค์กร ซึ่งถือว่าทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเป็นพื้นฐานกลยุทธ์ธุรกิจ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อมโยงกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ การค้นหาความเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุกมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (พินดา สัตยโสภา ชัยยุทธ เลิศพาชิน และสุริยจรัส เตชะตันนีนสกุล, 2557; Huang and Wang, 2011) ขณะที่การมุ่งเน้นตลาดเป็นการรวบรวมข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งอย่างเป็นระบบ นำมาใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม (วัชรพันธ์ ผาสุข, 2557; Rahab, 2012) นอกจากนี้ สามารถอธิบายด้วยแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งมองว่าการพัฒนาและเคลื่อนย้ายความรู้ไปสู่การสร้างความรู้ได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาและเคลื่อนย้ายความรู้เป็นส่วนหนึ่งของการมุ่งเน้นด้านนวัตกรรม ความรู้ใหม่เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อองค์กร และมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (วัชรพันธ์ ผาสุข, 2557; Hana, 2013; Suliyanto and Rahab, 2012)

ขณะเดียวกันจากผลการวิจัยที่พบว่า ตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักความสำคัญมากที่สุด คือ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน สามารถอธิบายได้ว่า การสร้างทัศนคติร่วมของบุคลากรในกิจการ SMEs เป็นการมองเห็นภาพและต้องการมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน และนำวิสัยทัศน์มาเป็นเป้าหมายของการกำหนดแผนกลยุทธ์ และทำให้วิสัยทัศน์เป็นจริงด้วยแผนการปฏิบัติต่อไป วิสัยทัศน์ร่วมดังกล่าวจึงมีความสำคัญกับองค์กร SMEs จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพราะส่งผลต่อการอยู่รอดขององค์กรในสภาวะที่มีการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงเป็นรากฐานสำคัญกับการเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลธิชา มธุระเมธา (2557) ซึ่งกล่าวได้ว่า หากบุคลากรในองค์กรมีวิสัยทัศน์ร่วม ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้หนึ่งของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ถือเป็นการสร้างทุนทางปัญญา องค์กรจะเกิดความสามารถทางนวัตกรรม และเกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่จะทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวัดความสามารถทางนวัตกรรมในบริบทของ SMEs จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบจำนวน 8 ตัวบ่งชี้ กล่าวคือ (1) องค์ประกอบการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (2) องค์ประกอบผู้ประกอบการ พิจารณาจาก 2 ตัวบ่งชี้ คือ ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก และ (3) องค์ประกอบตลาด พิจารณาจาก 3 ตัวบ่งชี้ คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานความร่วมมือ

ระหว่างหน่วยงาน โดยองค์ประกอบที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด คือ การมีวิสัยทัศน์ร่วม ดังนั้น องค์กร SMEs ในจังหวัดสงขลา ควรพัฒนาวิสัยทัศน์ส่วนบุคคลให้เป็นวิสัยทัศน์ร่วมกันขององค์กร รวมถึงการสร้างบรรยากาศการทำงานที่มีช่องทางให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกัน ระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอก เพื่อนำไปสู่การพัฒนาและสร้างเป็นฐานความรู้ที่เข้มแข็ง (Core Competence) ขององค์กร เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรม ทั้งในรูปแบบของกระบวนการทำงาน สินค้าและบริการต่างๆ อันจะส่งผลให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น และบรรลุความสำเร็จในระยะยาว

สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป อาจนำโมเดลการวัดความสามารถทางนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้ ไปพัฒนาเป็นโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ แล้วนำไปทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทของกิจการ SMEs หรือบริบทใกล้เคียงอื่นๆ เพื่อพิจารณาเส้นทางและขนาดอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมระหว่างตัวแปรแฝงต่างๆ ในโมเดล รวมถึงค่าน้ำหนักองค์ประกอบต่างๆ ของแต่ละตัวแปรสังเกตได้ เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยมาเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ หรือแนวปฏิบัติต่างๆ สำหรับการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของกิจการเหล่านั้นได้ดีมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ชลธิชา มธุรมธา.2557 . แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีทางปัญญาเพื่อความรู้ได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร. **วารสาร**

วิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 3 ,34: 127-135.

นรวัฒน์ ชุตินวงศ์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี .2554. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม

ในประเทศไทย .**วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** 34, 130: 47-58.

พนิดา สัตโยภาส ชัยยุทธ เลิศพาชิน และสุริยจรัส เตชะต้นมีนสกุล. 2557. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่าง

ภาวะการประกอบการ ความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อ

ความรู้ได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มล้านนาของไทย.

วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง 7, 1: 11-29.

มะลิสุวรรณค์ ราชันย์. 2554. การขับเคลื่อนนวัตกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรม และ SMEs. **อุตสาหกรรมสาร** 54,

4: 5-7.

วัชรพันธ์ ผาสุข. 2557. การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง. **วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน**

21, 2: 102-126.

ศิริชัย ภาณุจนวาสี. 2552. **ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม: Classical Test Theory**. พิมพ์ครั้งที่ 6. โรงพิมพ์

แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม .2556. **รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและ**

ขนาดย่อม ปี 2556. สืบค้น 12 มีนาคม 2558, จาก <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=2095>.

- Ferraresi, A. A., et al. 2012. Knowledge management, market Orientation, innovativeness and organizational outcomes: A study of companies operating in Brazil. **Journal of Information Systems and Technology Management** 9, 1: 89-108.
- Hair., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. 2010. **Multivariate Data Analysis: A Global Perspective**. 7th ed. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hana, U. 2013. Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. **Journal of Competitiveness** 5, 1: 82-96.
- Huang, S. K., and Wang, Y. L. 2011. Entrepreneurial orientation, learning orientation and innovation in small and medium enterprises. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 24: 563-570.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., and Knight, G. A. 2004. Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. **Industrial Marketing Management** 33, 5: 429-438.
- Long , H. C. 2013. The relationship among learning orientation, market orientation, entrepreneurship orientation and firm performance of Vietnam marketing communications firms." **Philippine Management Review** 20, 1: 37-46.
- Noble, C. H., Sinha, R. K., and Kumar, A. 2002. Market orientation and alternative strategic orientation: A longitudinal assessment of performance implications. **Journal of Marketing** 66: 25-39.
- North, D., and Smallbone, D. 2000. The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s. **Regional Studies** 34: 145-157.
- Rahab, R. 2012. Innovativeness model of small and medium enterprises based on market orientation and learning orientation: Testing moderating effect of business operation mode. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 4: 97-109.
- Rhee, J., Park, T., and Lee, D.H. 2010. Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation." **Technovation** 30, 1: 65-75.
- Suliyanto, S., and Rahab, R. 2012. The role of market orientation and learning orientation in improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. **Asian Social Science** 8, 1: 134-145.
- Tutar, H., Nart, S., and Bingol, D. 2015. The effect of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 207: 709-719.
- Zehir, C., Can, E., and Karaboga, T. 2015. Linking entrepreneurial to firm performance: The role of differentiation strategy and innovation performance. **Procedia-Social and Behavioral Sciences** 210: 358-367.