



แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการ
มุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของ
ประเทศไทย

โดย

นางสาวธนพร ทองณรงค์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร



แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้น
ตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งใน
เขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION
MARKET ORIENTATION AND LEARNING ORIENTATION INFLUENCE OF
BUSINESS PERFORMANCE OF TRANSPORTATION IN THE EASTERN REGION OF
THAILAND



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Science ENGINEERING BUSINESS
Department of MECHANICAL ENGINEERING
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2022
Copyright of Silpakorn University

630920041 : ธุรกิจวิศวกรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ, การมุ่งเน้นตลาด, การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ

นางสาว ธนพร ทองณรงค์: แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อาจารย์ ดร. จงรัก ปรีวัตรนานนท์

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพของผลการดำเนินงานของธุรกิจ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลขององค์ประกอบที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และ (3) เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเจ้าของธุรกิจหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมาย 300 บริษัท ด้วยวิธีการสุ่มแบบโควต้า คำนวณตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model-SEM) โดยใช้โปรแกรม Amos (Analysis Moment of Structure)

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า สภาพของผลการดำเนินงานอยู่ในระดับมากโดยมุมมองด้านลูกค้ามีค่าสูงสุดช่วยให้ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการ ทุกองค์ประกอบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (TE=0.850) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด (TE=0.817) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (TE=0.765) การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (TE=0.590) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (TE=0.423) และการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (TE=0.349) สอดคล้องกับข้อสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

630920041 : Major ENGINEERING BUSINESS

Keyword : entrepreneurial orientation market orientation learning orientation and business performance

MISS THANAPORN THONGNARONG : A CAUSAL RELATIONSHIP MODEL OF ENTREPRENEURIAL ORIENTATION MARKET ORIENTATION AND LEARNING ORIENTATION INFLUENCE OF BUSINESS PERFORMANCE OF TRANSPORTATION IN THE EASTERN REGION OF THAILAND THESIS ADVISOR : DR. CHONGRUG PARIWATNANONT

In this thesis, the researcher examines (1) the conditions of business performance; investigates (2) the influence of components on business performance; and constructs (3) a causal relationship model of business performance of transportation in the eastern region of Thailand.

The Quantitative research approach was employed. Data were collected from members of the sample population who were business owners or the persons assigned from 300 companies using the method of quota sampling based on the concept of Comrey and Lee (1992). A questionnaire was used to collect data. The statistics used in data analysis were percentage, mean, and standard deviation. The technique of structural equation modeling (SEM) with AMOS program (Analysis of Moment Structures) was employed.

Findings are as follows:

Quantitative research findings showed that the conditions of performance was at a high level. The aspect of customer exhibited the highest value that help customer satisfaction with services. All components exhibited a positive influence on business performance. All components correlated at the statistically significant level of 0.05.

The analysis of the structural equation modeling found that entrepreneurial orientation exhibited an influence on performance (TE = 0.850), entrepreneurial orientation exhibited an influence on market orientation (TE = 0.817), entrepreneurial orientation exhibited an influence on learning orientation (TE=0.765), learning orientation exhibited an influence on performance (TE = 0.590), market orientation

exhibited an influence on performance (TE=0.423) and market orientation exhibited an influence on learning orientation (TE=0.349). These were in consonance with the hypotheses at the statistically significant level of 0.05.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความกรุณาของ อาจารย์ ดร.จรงค์ ปรีวัตรนานนท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำปรึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ จนกระทั่งวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้บริหารและบุคลากรของบริษัทในธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทยทุกท่านที่ให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะในการตอบแบบสอบถาม และเพื่อน ๆ ปริญญาโท สาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรมมหาบัณฑิต รุ่นที่ 1 ทุกท่านที่ให้ความสนใจในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ และครอบครัวที่คอยห่วงใยและให้กำลังใจตั้งแต่เริ่มศึกษา จนกระทั่งทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้าย ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศิลปากร ที่เป็นแหล่งให้เรียนรู้ชีวิตและสังคมของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระดับปริญญาโท ทั้งนี้ เพราะเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้การศึกษาสำเร็จลงอย่างสมบูรณ์ในทุก ๆ ด้าน

นางสาว ธนพร ทองณรงค์



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ซ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ท
บทที่ 1.....	1
บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	8
3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
4. สมมติฐานของการวิจัย.....	9
5. ขอบเขตของการวิจัย.....	10
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
บทที่ 2.....	15
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
1. ธุรกิจบริการขนส่งในประเทศไทย.....	15
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	22
2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	23
ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View Theory: RBV).....	23

ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory: DC)	26
2.2 แนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	31
2.3 แนวคิดการมุ่งเน้นตลาด.....	37
2.4 แนวคิดการมุ่งเน้นการเรียนรู้.....	43
2.5 แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ	49
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	54
งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด.....	60
งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้.....	65
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	69
บทที่ 3.....	71
วิธีดำเนินการวิจัย.....	71
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	71
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	74
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	74
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	79
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	81
6. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	82
บทที่ 4.....	85
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	85
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียง ประเทศไทย.....	87
2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ	90
3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง	101

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation).....	102
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation).....	104
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation).....	107
ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance).....	110
4. การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานของตัวแบบจำลอง เชิงสาเหตุ	114
บทที่ 5	122
สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	122
1. สรุปผลการวิจัย.....	123
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	123
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียง ประเทศไทย	123
ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขต ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	124
ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	125
2. การอภิปรายผลการวิจัย	126
3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย	130
ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ	130
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ.....	131
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาคเอกชน	132
ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี.....	133

4. ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต.....	134
รายการอ้างอิง.....	135
ภาคผนวก ก	144
ภาคผนวก ข	146
ภาคผนวก ค	155
ประวัติผู้เขียน	162

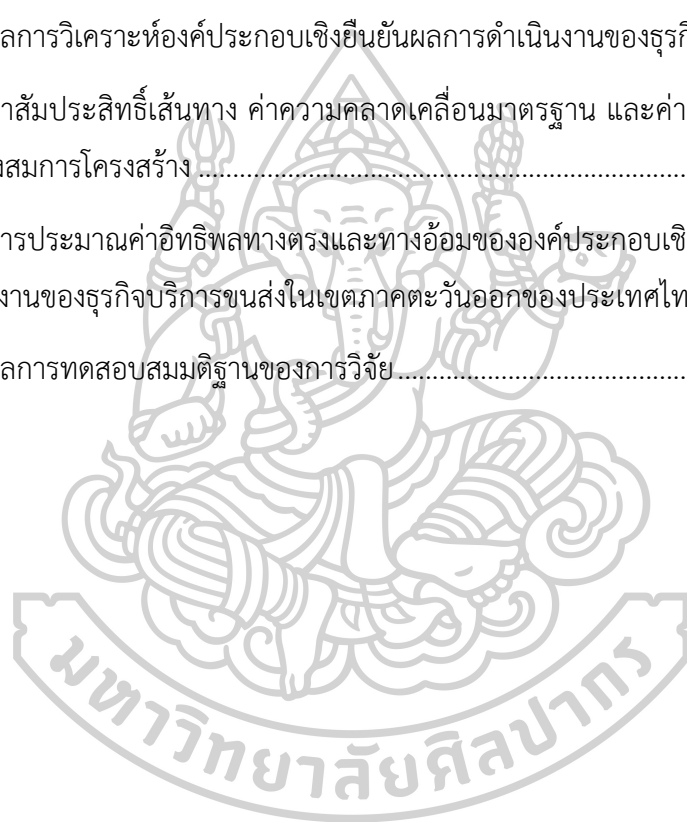


สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศในแต่ละประเภทการขนส่งต่าง ๆ	4
ตารางที่ 2 ปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในแต่ละประเภทการขนส่งต่าง ๆ	5
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคุณลักษณะการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ	21
ตารางที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)	33
ตารางที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation)	45
ตารางที่ 6 สรุปลักษณ์ประกอบ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	68
ตารางที่ 7 จำนวนตัวอย่างและความเหมาะสม	72
ตารางที่ 8 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	73
ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นของข้อมูล	76
ตารางที่ 10 สรุปลักษณ์ความสอดคล้องของแบบจำลอง	84
ตารางที่ 11 ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของประชากร	87
ตารางที่ 12 ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่ง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	89
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	90
ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด	92
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้	94
ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบผลการดำเนินงานของธุรกิจ	96

ตารางที่ 17	ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย.....	99
ตารางที่ 18	เมทริกค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างตัวแปร	100
ตารางที่ 19	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	103
ตารางที่ 20	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นตลาด	105
ตารางที่ 21	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นการเรียนรู้.....	108
ตารางที่ 22	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันผลการดำเนินงานของธุรกิจ	112
ตารางที่ 23	ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่า CR (t value) ของตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง	116
ตารางที่ 24	การประมาณค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย.....	118
ตารางที่ 25	ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	121



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 โครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์.....	2
ภาพที่ 2 ภาพรวมปริมาณการขนส่งสินค้า	3
ภาพที่ 3 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของธุรกิจโลจิสติกส์	6
ภาพที่ 4 อัตราการเติบโตของรายได้ในภาคตะวันออก.....	7
ภาพที่ 5 สัดส่วนปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศ	21
ภาพที่ 6 แนวคิดบ้านแห่งความสามารถเชิงพลวัต.....	29
ภาพที่ 7 องค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดตามแนวคิดของ Kohli and Jaworski.....	39
ภาพที่ 8 องค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดตามแนวคิดของ Narver and Slater.....	41
ภาพที่ 9 การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)	51
ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model)	70
ภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	102
ภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นตลาด	105
ภาพที่ 13 ผลการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นการเรียนรู้.....	108
ภาพที่ 14 ผลการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยันผลการดำเนินงานของธุรกิจ.....	111
ภาพที่ 15 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผล การดำเนินงานของธุรกิจ.....	115
ภาพที่ 16 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผล การดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย	118

บทที่ 1

บทนำ

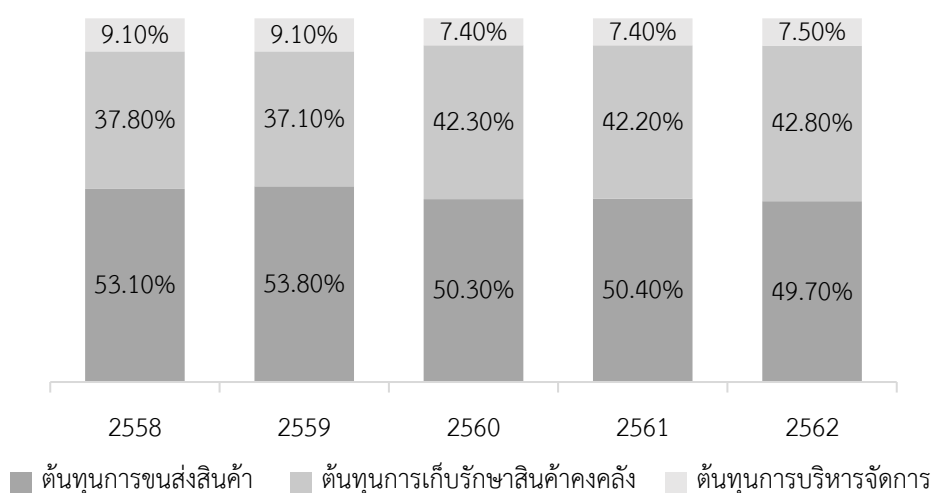
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การขนส่งสินค้าเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต่อการกระจายสินค้าสู่ตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ เนื่องจากผู้ผลิตและผู้บริโภคไม่ได้อยู่ในพื้นที่เดียวกัน การขนส่งจึงเข้ามามีบทบาททางการค้า โดยผู้ให้บริการขนส่งจะเคลื่อนย้ายสินค้าตั้งแต่วัตถุดิบ/สินค้าขั้นต้น สินค้าขั้นกลางและสินค้าสำเร็จรูป ไปยังแหล่งที่มีความต้องการสินค้านั้น ๆ โดยคำนึงถึงการขนส่งสินค้าที่รวดเร็ว ปลอดภัย และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการขนส่งต่างพัฒนาระบบการขนส่ง และคุณภาพการให้บริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทันท่วงทีภายใต้สภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจที่เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจจึงต้องเผชิญต่อปัญหาต่าง ๆ อาทิ การแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น ค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าระวางเรือ และค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องหาวิธีเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่า นอกจากนี้หากแนวโน้มความต้องการทางตลาดเพิ่มมากขึ้นธุรกิจขนส่งจะมีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากประเทศไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก โดยเฉพาะการส่งออกไปยังภูมิภาคอาเซียนกับปัจจุบันได้เปิดการค้าแบบเสรีมากขึ้น ทำให้แต่ละประเทศซื้อขายสินค้าอย่างเสรีส่งผลให้เกิดอัตราการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดในภาคตะวันออกของประเทศไทยที่เป็นจุดยุทธศาสตร์สำคัญของภูมิภาคอาเซียนที่สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศจีน และอินเดียที่มีประชากรจำนวนมาก และมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจขนส่งสินค้าจึงต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในองค์การของตนเองเพื่อให้ระบบการขนส่งมีประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ (ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี, 2562; สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร, 2554)

ในปัจจุบันเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่เริ่มระบาดตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 และขยายตัวไปในหลายประเทศ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างรุนแรงในทุกภาคส่วนรวมถึงการนำเข้าและส่งออกสินค้าของประเทศไทยที่เกิดจากประเทศคู่ค้าจำนวนมากปิดประเทศเพื่อป้องกันการแพร่ระบาด อีกทั้งธุรกิจขนส่งสินค้าในประเทศไทยที่มีบทบาทสูงต่อการสนับสนุนภาคการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ คือการขนส่งสินค้าทางถนน โดยเฉพาะ จังหวัด

ในภาคตะวันออกซึ่งเป็นจุดการค้าชายแดนที่ใกล้กรุงเทพฯ ก่อปรกัตั้งอยู่ในเส้นทางสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และเป็นจุดที่มีพรมแดนติดกับประเทศกัมพูชา-เวียดนาม ทำให้ผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงปัจจัยหลักที่ควรให้ความสำคัญคือ พนักงานขับรถที่นอกจากจะต้องบริหารเวลาในการเดินทาง รวมถึงระยะเวลาในการขนถ่ายสินค้าให้อยู่ในกำหนดเวลา พนักงานขับรถยังต้องมีแนวทางปฏิบัติที่ปลอดภัยในช่วงการระบาดของไวรัส COVID-19 และปฏิบัติตามกฎระเบียบของสถานที่รับสินค้า และกรณีต้องดำเนินการขนส่งทางถนนข้ามแดนต้องมีการเตรียมข้อมูลการปฏิบัติในประเทศต่าง ๆ ให้อีกต้อง นอกจากปัญหาการปิดชายแดนและด่านผ่อนปรนต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 นั้นยังส่งผลให้สินค้าหรือวัตถุดิบไม่สามารถส่งออกได้ทำให้เกิดค่าใช้จ่าย อาทิ รถบรรทุกค้างคืน ค่าล่วงเวลา เป็นต้น ซึ่งมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของต้นทุนการขนส่งสินค้ารวมถึงมีผลต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าของประเทศไทยที่ลดลง

สำหรับต้นทุนโลจิสติกส์ถือเป็นการประเมินต้นทุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วย ต้นทุนการบริหารจัดการ ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และต้นทุนการขนส่งสินค้า ซึ่งการขนส่งสินค้าถือเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญ และมีมูลค่าสูงที่สุดในกระบวนการโลจิสติกส์ โดยในปี พ.ศ. 2562 ต้นทุนการขนส่งสินค้า คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 49.70 ของต้นทุนกิจกรรมโลจิสติกส์ทั้งหมด รองลงมาคือ ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42.80 และต้นทุนการบริหารจัดการโลจิสติกส์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.50 ดังภาพที่ 1

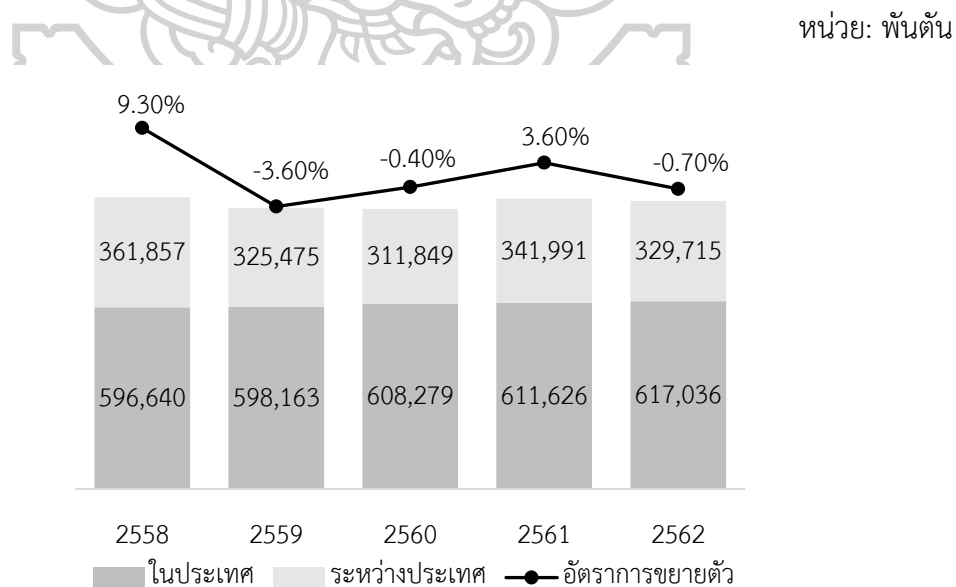


ภาพที่ 1 โครงสร้างต้นทุนโลจิสติกส์

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นว่าต้นทุนการขนส่งสินค้ามีสัดส่วนสูงเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้อาจขึ้นอยู่กับรูปแบบการขนส่งสินค้าอันเนื่องมาจากปัจจัยราคาที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ได้แก่ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ดัชนีค่าระวางเรือ ค่าจ้างแรงงาน และดัชนีค่าบริการขนส่งสินค้าทางถนน จากปัจจัยดังกล่าวจึงทำให้ต้นทุนการขนส่งเป็นสัดส่วนสำคัญในการกำหนดราคาสินค้า จึงกล่าวได้ว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพนอกจากจะส่งสินค้าตรงเวลา สินค้าสภาพคงเดิม ควรมีต้นทุนที่เหมาะสมด้วย ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนการขนส่งเหล่านี้ได้จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการลดต้นทุน และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศจากการขนส่งสินค้าให้กับธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่พึงกิจกรรมการขนส่ง เช่น กิจกรรมการขนส่งเพื่อการนำเข้าและส่งออก กิจกรรมการขนส่งเพื่อกระจายสินค้าไปยังลูกค้ารายย่อย หรือกิจกรรมการขนส่งเพื่อบริการ

สำหรับประเทศไทยภาพรวมปริมาณการขนส่งสินค้าในปี พ.ศ. 2562 ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศมีปริมาณรวมทั้งสิ้น 946,751 พันตัน ซึ่งลดลงเล็กน้อยจาก 953,617 พันตัน ในปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นอัตราส่วนที่ลดลงร้อยละ 0.70 จากการลดลงของปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก ในขณะที่ปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ภาพรวมปริมาณการขนส่งสินค้า

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

ปริมาณการขนส่งสินค้าในประเทศปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณรวม 617,036 พันตัน เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจาก 611,626 พันตันในปี พ.ศ. 2561 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศในแต่ละประเภทการขนส่งต่าง ๆ

หน่วย: พันตัน

รูปแบบการขนส่งสินค้า	2558	2559	2560	2561	2562
ทางถนน	482,358	484,884	482,596	483,760	483,168
ทางราง	11,388	11,937	11,695	10,232	10,262
ทางน้ำ	102,779	101,222	113,876	117,537	123,532
ทางอากาศ	115	120	112	97	74
รวม	596,640	598,163	608,279	611,626	617,036

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

สำหรับประเทศไทยการขนส่งทางถนนมีความสำคัญต่อการขนส่งภายในประเทศและนิยมใช้มากที่สุด จากตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนปริมาณการขนส่งสินค้าทางถนนมากกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น และยังแสดงให้เห็นว่าการขนส่งสินค้าทางถนนในปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณ 483,168 พันตัน ซึ่งลดลงเล็กน้อยจาก 483,760 พันตัน ในปี พ.ศ. 2561 แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงนิยมใช้รูปแบบการขนส่งสินค้าทางถนนเป็นหลักเพื่อกระจายสินค้าภายในประเทศ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการที่สามารถส่งสินค้าถึงมือผู้รับและเชื่อมโยงการขนส่งไปยังรูปแบบการขนส่งอื่น ๆ ที่ไม่สามารถกระจายสินค้าถึงมือผู้รับได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

นอกจากนี้การเปิดเสรีทางการค้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC: Asean Economic Community) ในปี พ.ศ. 2558 ทำให้การค้าและการขนส่งมีความเป็นเสรีมากขึ้นเนื่องจากประเทศสมาชิกได้ทำข้อตกลงด้านการค้าระหว่างกันโดยการกำจัดกีดกันทางการค้าทั้งในรูปแบบภาษีการค้า (Tariff Barriers) และที่ไม่อยู่ในรูปแบบภาษีการค้า (Non-Tariff barriers) ทำให้การขนส่งสินค้าทางถนน โดยเฉพาะประเทศที่มีพรมแดนติดกับประเทศไทยมีการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้นจากความร่วมมือการขนส่งทางถนนในระดับทวิภาคีและพหุภาคีภายใต้ความร่วมมือต่าง ๆ โดยพิจารณาจากปริมาณการขนส่งสินค้านี้ระหว่างประเทศ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในแต่ละประเภทการขนส่งต่าง ๆ

หน่วย: พันตัน

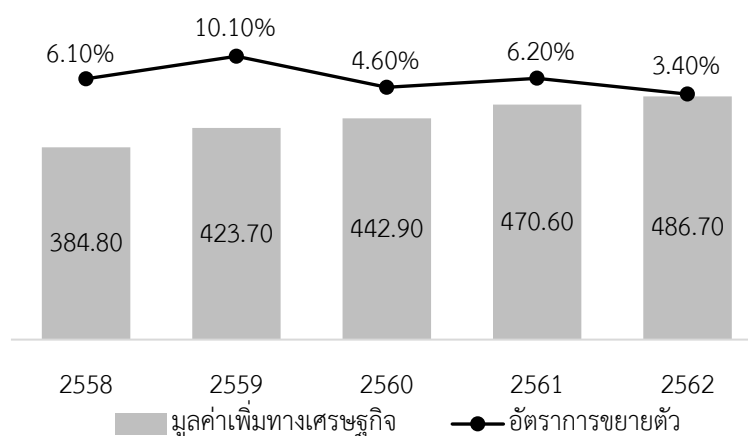
รูปแบบการขนส่งสินค้า	2558	2559	2560	2561	2562
ทางถนน	33,564	34,172	35,936	35,925	36,569
ทางราง	126	223	324	402	413
ทางน้ำ	327,650	290,570	275,045	305,029	291,948
ทางอากาศ	517	510	544	635	785
รวม	361,857	325,475	311,849	341,991	329,715

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

จากตารางที่ 2 การขนส่งสินค้าทางถนนในปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณ 36,569 พันตัน เพิ่มขึ้นจาก 35,925 พันตัน ในปี พ.ศ. 2561 เนื่องจากการขนส่งสินค้าทางถนนระหว่างประเทศไทยกับประเทศจีนตอนใต้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง กอปรกับความต้องการสินค้าไทยที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตัวและการพัฒนาเมืองของประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ สหภาพเมียนมาร์ ลาว และกัมพูชา ซึ่งได้รับอิทธิพลจากกลุ่มนักลงทุนจีนและต่างประเทศในการเข้าไปลงทุน อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงปริมาณการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศในปี พ.ศ. 2562 มีปริมาณรวม 329,715 พันตัน ลดลงเล็กน้อยจาก 341,991 พันตันในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับมูลค่าการนำเข้าและส่งออกสินค้าในภาพรวมที่ลดลง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

นอกจากนี้ภาพรวมของธุรกิจบริการขนส่งสินค้ายังมีความสัมพันธ์กับสถานะเศรษฐกิจค่อนข้างสูง เนื่องจากมีส่วนช่วยสนับสนุนการผลิต และการค้าระหว่างประเทศทั้งการนำเข้าและส่งออก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศที่สำคัญ ทั้งนี้ปัจจัยหลักที่สนับสนุนการเติบโตคือ ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ มูลค่าการนำเข้าและส่งออก รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) (เกษ ตวงทอง และเอกรินทร์ วงษ์ศิริ, 2563) ซึ่งในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมโลจิสติกส์มีแนวโน้มการเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหนุนการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นโยบายในการยกระดับโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ดในภาคตะวันออกให้กลายเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ และนโยบายส่งเสริมจากภาครัฐ ดังภาพที่ 3

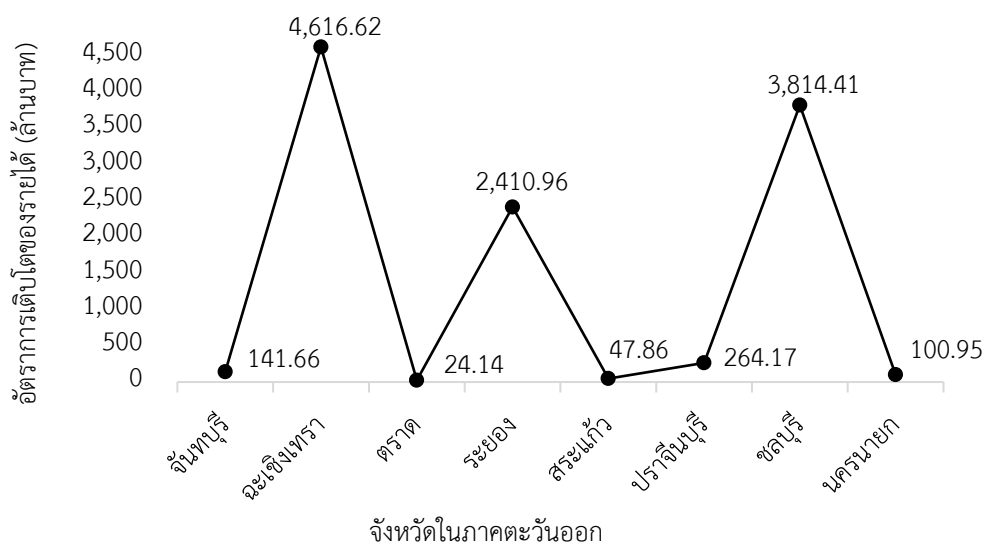
หน่วย: พันล้านบาท



ภาพที่ 3 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของธุรกิจโลจิสติกส์
ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

จากภาพที่ 3 ในปี พ.ศ. 2562 ธุรกิจโลจิสติกส์มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ 486.70 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 470.60 พันล้านบาทในปี พ.ศ. 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.40 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนารัฐกิจโลจิสติกส์ในการขนส่งสินค้าในปัจจุบันที่เน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สร้างความสามารถด้านการแข่งขัน รวมถึงการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความรวดเร็ว ปลอดภัย ตรงเวลา และต้นทุนค่าใช้จ่ายที่ยอมรับได้ที่ไม่จำเป็นต้องต่ำที่สุด เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า เพิ่มยอดขายและกำไรทางธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ และเตรียมพร้อมสู่การเป็นศูนย์กลางของโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562)

ปัจจุบันประเทศไทยได้พัฒนาพื้นที่ภาคตะวันออกให้เป็นจุดศูนย์กลางของโลจิสติกส์ในภูมิภาคอาเซียน และรองรับการกระจายตัวของอุตสาหกรรมจากกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล จึงมีโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก EEC (Eastern Economic Corridor) ซึ่งเป็นการขยายโครงการพัฒนาพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออก ESB (Eastern Seaboard Development Program) เพื่อส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง จึงส่งผลให้จังหวัดในภาคตะวันออกมีรายได้การขนส่งสินค้าที่เพิ่มขึ้น ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 อัตราการเติบโตของรายได้ในภาคตะวันออก

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564)

จากภาพที่ 4 แสดงให้เห็นอัตราการเติบโตของรายได้ในจังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยเฉพาะ 3 จังหวัดในเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ที่มีอัตราการเติบโตของรายได้มากที่สุดตามลำดับ ที่เกิดจากการเติบโตตามแนวการขยายตัวของตลาดการขนส่งสินค้า ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ประกอบการให้บริการ เพื่อให้สามารถบริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพให้สามารถเทียบเท่ากับคู่แข่งชั้นในตลาดขนส่งสินค้าที่มีเป้าหมายเดียวกันคือ ให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุดที่จะก่อให้เกิดกำไรตามมา โดยเน้นการให้บริการที่รวดเร็วทำให้องค์กรต้องมีการทำงานอย่างเป็นระบบภายใต้วิสัยทัศน์ในการทำงานร่วมกัน ตลอดจนการเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อวางแผนการตลาด รวมถึงการจับตอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความเข้าใจในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบริการและปฏิบัติต่อลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

แม้ว่าประเทศไทยจะมีการพัฒนาระบบการขนส่งอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงขาดการเชื่อมโยงในแต่ละประเภทการขนส่งสินค้า ขาดระบบเครือข่ายและระบบการจัดการโลจิสติกส์ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการรองรับการเป็นศูนย์กลางขนส่งสินค้าในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียที่ประเทศไทยมีสัดส่วนการส่งออกเป็นจำนวนมาก ซึ่งการเป็นศูนย์กลางการขนส่งสินค้าในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียได้นั้นต้องมีการเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์

อย่างเป็นระบบ แต่ปัจจุบันประเทศไทยยังคงได้รับผลกระทบจากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาการจราจรติดขัด การขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถด้านปฏิบัติและการวางแผน ขาดแรงงานที่ไร้ทักษะ อาทิ พนักงานขับรถขนส่งสินค้าไม่มีความชำนาญเส้นทาง มักประสบอุบัติเหตุระหว่างการขนส่งบ่อยครั้ง ส่งผลให้ไม่สามารถส่งสินค้าได้ทันเวลา ซึ่งปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดจากทั้งภายในและภายนอกองค์กรยังคงเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ และเป็นเหตุที่ทำให้ต้นทุนการขนส่งสินค้าสูงขึ้น ไม่ว่าจะเป็นค่าแรงพนักงาน ค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นเนื่องจากเงินบาทแข็งตัว คู่แข่งขันที่มีจำนวนมาก และมีความรุนแรงมากขึ้นยังคงเป็นอีกปัญหาที่ผู้ประกอบการต้องเผชิญจากการที่องค์การขาดทักษะในการทำการตลาด เนื่องจากการขาดประชาสัมพันธ์ ขาดกลยุทธ์ทางการตลาด และไม่นำเทคโนโลยีหรือความคิดใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจทำให้องค์กรติดต่อกับสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพมากพอ

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งการขนส่งสินค้าถือเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินงานของธุรกิจ ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการขนส่งมากขึ้น จากความเชื่อมั่นที่ว่าผู้ประกอบการขนส่งจะช่วยพัฒนาความสามารถ คุณภาพ และยกระดับการให้บริการที่ดีขึ้น อันเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน และรองรับกับความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าจึงควรตระหนัก และเรียนรู้ต่อการเปลี่ยนแปลงสำคัญที่กำลังเข้ามาพร้อมกับความเสี่ยงและการแข่งขันที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการสร้างความได้เปรียบในระดับอุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า เพื่อขับเคลื่อนทางด้านเศรษฐกิจของภาคตะวันออกในประเทศไทยได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

2. คำถามการวิจัย

จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว สามารถสรุปเป็นคำถามการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาดหรือไม่
2. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้หรือไม่

3. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหรือไม่
4. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้หรือไม่
5. การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหรือไม่
6. การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจหรือไม่

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
3. เพื่อสร้างแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่มีการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์

4. สมมติฐานของการวิจัย

- สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด
- สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้
- สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้
- สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- สมมติฐานที่ 6 การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

5. ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งประเด็นการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่เป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้ และการเจริญเติบโต ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model-SEM) โดยใช้โปรแกรม AMOS (Analysis Moment of Structure)

2. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มธุรกิจบริการขนส่งสินค้าในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) ของการวิจัยเป็นระดับองค์การ ตามรายชื่อของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development-DBD) จำนวน 900 บริษัท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564) โดยมีผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าของธุรกิจ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของธุรกิจ อาทิเช่น ผู้บริหารระดับสูง กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ หรือผู้จัดการฝ่าย

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาของการวิจัยเป็นระยะเวลา 18 เดือน ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 – ตุลาคม พ.ศ. 2565 โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 การศึกษาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ และการออกแบบสอบถาม ใช้เวลาตั้งแต่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2564 – ธันวาคม พ.ศ. 2564

ช่วงที่ 2 การเก็บข้อมูล ใช้เวลา 6 เดือน คือ เดือนมกราคม พ.ศ. 2565 – มิถุนายน พ.ศ. 2565

ช่วงที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลความหมายจากการประมวลผลข้อมูล ใช้เวลา 4 เดือน คือ กรกฎาคม พ.ศ. 2565 – ตุลาคม พ.ศ. 2565

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายคน สินค้า หรือวัตถุดิบ จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งอย่างถูกต้องและตรงต่อเวลา โดยเฉพาะการขนส่งสินค้า จะให้ความสำคัญในการเลือกรูปแบบการจัดส่งที่เหมาะสม

2. ภาคตะวันออก หมายถึง ภูมิภาคทางตะวันออกของประเทศไทย อยู่ติดชายฝั่ง อ่าวไทยด้านตะวันออก ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ประกอบด้วย 8 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว จันทบุรี นครนายก และตราด

3. ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal relationship) หมายถึง แบบจำลองแสดง โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous latent variable) และ ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous latent variable) แบบจำลองของแต่ละสมการโครงสร้างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent variable) กับตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) ภายในแบบจำลองการวัด

4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) หมายถึง บุคคลที่คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ในการจัดตั้งธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ พร้อมทั้งแสวงหาโอกาส ทางธุรกิจใหม่ ๆ ผ่านนวัตกรรม กระบวนการ แนวทางปฏิบัติ เพื่อให้สามารถเอาชนะคู่แข่งในเชิงรุก ซึ่งประกอบด้วย

4.1 ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง การดำเนินธุรกิจเพื่อคว้าโอกาส และเข้าสู่ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงทำให้เกิดการเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนมากมายที่อาจเกิดขึ้น

4.2 การมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง การออกแบบแนวคิดใหม่ ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งสะท้อนถึงกระบวนการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัย

4.3 การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง การแสวงหาโอกาสของธุรกิจ ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ก่อนคู่แข่ง โดยการติดตามแนวโน้มความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของตลาดเพื่อหาความเป็นไปได้สำหรับการเติบโตและการพัฒนา

5. การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) หมายถึง การดำเนินงานร่วมกันระหว่าง แผนกต่าง ๆ ในองค์กรให้สามารถเข้าถึงตลาดที่องค์กรดำเนินงานอยู่ โดยการมุ่งเน้นลูกค้า

การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย

5.1 การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) หมายถึง การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการให้บริการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าอย่างทั่วถึง

5.2 การมุ่งเน้น คู่ แข่งขัน (Competitor Orientation) หมายถึง การที่ผู้ประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งมาใช้ในองค์กรเพื่อนำข้อมูลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมถึงการแสวงหาโอกาสทางการแข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางธุรกิจ

5.3 ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (Inter-functional Coordination) หมายถึง ความร่วมมือในการปฏิบัติงานร่วมกันของแผนกต่าง ๆ ภายในองค์กร เพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดีและมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรร่วมกันเพื่อสร้างคุณค่าที่ดีให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

6. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) หมายถึง การเสริมสร้างให้องค์กรเกิดการเรียนรู้ผ่านการถ่ายโอนความรู้ของบุคลากรในองค์กรที่มีประสบการณ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งประกอบด้วย

6.1 การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) หมายถึง การที่องค์กรและบุคลากรมุ่งมั่นที่จะเรียนรู้ ยิงการเรียนรู้ในระดับองค์กรและบุคคลมีการพัฒนาความรู้มาก คุณภาพการปฏิบัติงานเพื่อแก้ปัญหาจะเพิ่มขึ้นตาม

6.2 การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) หมายถึง การสร้างทัศนคติร่วมของบุคลากรในองค์กร ให้สามารถมองเห็นภาพ เป้าหมาย และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร พร้อมกับการยอมรับในการทำงานภายใต้จุดหมายเดียวกัน

6.3 การยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) หมายถึง การเปิดใจกว้างเพื่อยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง และการยอมรับแนวคิดใหม่ เพื่อปรับเปลี่ยนตามการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางการตลาด

7. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานธุรกิจโดยวัดภาพรวมของผลประกอบการเพื่อประเมินความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย

7.1 มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ผลตอบแทนทางการเงินที่สะท้อนถึงผลการดำเนินงานที่นำมาซึ่งความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร

7.2 มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ตลอดจนสามารถรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างยาวนาน โดยธุรกิจต้องสามารถเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการได้

7.3 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง ความสมบูรณ์ของกระบวนการดำเนินงานภายในองค์กร เป็นการพัฒนากระบวนการดำเนินงานเพื่อสร้างคุณค่า และความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

7.4 มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การเรียนรู้และการพัฒนาของบุคลากรภายในองค์กร โดยบุคลากรต้องแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพสูงสุดทั้งในด้านของผู้นำ วัฒนธรรม การประยุกต์ใช้ความรู้ และทักษะ เพื่อพัฒนาขีดความสามารถของการเรียนรู้ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้นส่งผลต่อคุณภาพสินค้าและบริการที่ดีต่อลูกค้า

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ ธุรกิจบริการขนส่งสามารถนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากระบวนการดำเนินงานทางธุรกิจ การวางแผนกำหนดกลยุทธ์ เพื่อจัดสรรเครื่องมือและทรัพยากรให้เหมาะสม และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งเป็นแนวทางในการกำหนดองค์ประกอบที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

2. ประโยชน์ต่อภาครัฐ เป็นข้อมูลให้กับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ในการกำหนดแนวทางให้การสนับสนุนเชิงนโยบายหรือสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่ส่งเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ ซึ่งธุรกิจขนส่งเป็นการดำเนินงานเพื่อสนับสนุน และเป็นตัวแปรสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการกำหนดแนวทางการวางแผนนโยบายการสนับสนุนของภาครัฐเพื่อประโยชน์ต่อทั้งเศรษฐกิจและสังคม

3. ประโยชน์ทางวิชาการ เป็นการสร้างองค์ความรู้ให้กับงานทางวิชาการ และผลการศึกษานำไปเป็นข้อมูล และแนวทางในการศึกษาวิจัยในแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสร้างมาตรฐานวัดของตัวแปร โดยทำการทดสอบตามหลักวิชาการด้วยเทคนิคทางสถิติของการวิจัยขั้นสูง ดังนั้น มาตรฐานวัดตัวแปรของงานวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปปรับใช้กับงานทางวิชาการได้

4. ประโยชน์ด้านอื่น ๆ ของผลการศึกษาวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางแก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น ๆ นำไปปรับใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจ รวมทั้งผู้สนใจสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัยต่อไป



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยในอดีตที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานของการวิจัย ในครั้งนี้ เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานทางธุรกิจขององค์กร โดยมีเนื้อหารายละเอียดตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจบริการขนส่งในประเทศไทย
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย
 - 2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย
 - 2.1.1 ทฤษฎีฐานทรัพยากร
 - 2.1.2 ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต
 - 2.2 แนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
 - 2.3 แนวคิดการมุ่งเน้นตลาด
 - 2.4 แนวคิดการมุ่งเน้นการเรียนรู้
 - 2.5 แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. ธุรกิจบริการขนส่งในประเทศไทย

ความหมายธุรกิจบริการขนส่ง

ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ (2554) การขนส่ง (Transportation) หมายถึง การเคลื่อนย้ายสินค้า หรือผู้โดยสารจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง การเคลื่อนย้ายสินค้านี้ระหว่างสถานที่ก่อให้เกิด

การสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าที่เรียกว่าอรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place utility) และด้านเวลา (Time utility) เนื่องจากธุรกิจการขนส่งต้องใช้ความรวดเร็วและความแน่นอนในการขนส่งสินค้า และพัสดุภัณฑ์

นันทวรรณ พาณิชยจักรสกุล (2555) การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายบุคคลหรือผู้โดยสารรวมทั้งสินค้าและโภคภัณฑ์ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยพาหนะประเภทต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ในการเคลื่อนย้ายของมนุษย์ โดยการขนส่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) การขนส่งผู้โดยสาร (Passenger) และ 2) การขนส่งสินค้า (Freight) ซึ่งสามารถอธิบายลักษณะเด่นของการขนส่งแต่ละประเภท ดังนี้

1. การขนส่งผู้โดยสาร (Passenger) การขนส่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้เดินทาง หากผู้เดินทางมีวัตถุประสงค์เพื่อธุรกิจ ผู้โดยสารกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการบริการที่ตรงเวลา ทั้งของต้นทางและปลายทางเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ หากเป็นผู้โดยสารที่ต้องการท่องเที่ยว จะไม่ค่อยให้ความสำคัญเรื่องเวลามากนัก แต่จะให้ความสำคัญเรื่องราคาค่าโดยสารเป็นหลัก

2. การขนส่งสินค้า (Freight) การขนส่งขึ้นอยู่กับรูปแบบและความเหมาะสมของสินค้าแต่ละประเภท หากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงและเน่าเสียง่ายหรือมีความต้องการใช้เร่งด่วนอาจเลือกการขนส่งทางเครื่องบินเป็นหลัก หากเป็นสินค้าที่มีปริมาณการขนส่งไม่มากและเป็นการขนส่งระยะสั้นอาจเลือกการขนส่งทางถนนเป็นหลัก

ชาญวิทย์ ตันนวิจิตร (2559) การขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายวัตถุหรือสินค้าตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการบริโภค หรือการส่งคืนสินค้าผิดปกติกลับมายังคลังสินค้า รวมถึงการขนย้ายสินค้าเพื่อนำไปยังจุดที่ทำลาย ทำให้องค์การต้องคำนึงถึงรูปแบบลักษณะการเลือกวิธีการขนส่งประเภทต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับตัวสินค้า รวมถึงเส้นทางในการขนส่งด้วย เช่น ทางอากาศ ทางน้ำ ทางรถไฟ ทางท่อ ทางรถ เป็นต้น เพื่อให้ถูกต้องตามกฎระเบียบของภูมิภาคนั้น ๆ และเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้า องค์กรมีความจำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดส่งให้ถูกสถานที่ ถูกเวลา ในสภาพที่สมบูรณ์ รวมถึงการควบคุมต้นทุนที่จะเกิดขึ้นให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

จากความหมายของการขนส่งข้างต้น จึงสรุปได้ว่าการขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายคน สินค้า หรือวัตถุดิบ จากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งอย่างถูกต้องและตรงต่อเวลา โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าจะให้ความสำคัญในการเลือกรูปแบบการจัดส่งที่เหมาะสม

ประเภทผู้ทำธุรกรรมร่วมกัน

การทำการค้าต้องประกอบไปด้วยบุคคลอย่างน้อย 2 ฝ่าย คือ ฝ่ายผู้ซื้อหรือฝ่ายที่ขอรับบริการกับฝ่ายผู้ขายหรือฝ่ายผู้ให้บริการ เมื่อแบ่งตามการดำเนินการระหว่างบุคคลและองค์การ สามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้ (จุไรพร พินิจชอบ, 2560)

1. ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business: B2B) หรือผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการ คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ เช่น ผู้ผลิตกับผู้ผลิต ผู้ผลิตกับผู้ส่งออก ผู้ผลิตกับผู้นำเข้า เป็นต้น ส่วนใหญ่จะมีการสั่งซื้อสินค้าและมีมูลค่าการซื้อขายแต่ละครั้งจำนวนมาก
2. ธุรกิจกับลูกค้า (Business to Consumer: B2C) คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจระหว่างธุรกิจที่เป็นรูปแบบบริษัท ๆ หรือร้านค้ากับผู้บริโภคที่เป็นบุคคลทั่วไป ซึ่งเป็นการค้าแบบขายปลีกที่มีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนไม่มาก และมูลค่าการซื้อขายแต่ละครั้งมีจำนวนไม่สูงมาก
3. ลูกค้ากับลูกค้า (Consumer to Consumer: C2C) คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคด้วยกันเอง ในเรื่องการติดต่อระหว่างผู้บริโภคกับผู้บริโภคนั้น มีหลายรูปแบบและหลายวัตถุประสงค์ เช่น การติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มคนที่มีการบริโภคเหมือนกันหรืออาจทำการแลกเปลี่ยนสินค้ากันเอง การขายของมือสอง เป็นต้นที่ไม่ใช่รูปแบบของร้านค้าหรือธุรกิจ ซึ่งการซื้อขายอาจผ่านเว็บไซต์ที่จัดตั้งขึ้นมาเป็นการเฉพาะ
4. ธุรกิจกับภาครัฐ (Business to Government: B2G) คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจระหว่างธุรกิจเอกชนกับภาครัฐ การค้าลักษณะนี้ทางรัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องค่อนข้างมาก อาทิ การจัดซื้อจัดจ้างของหน่วยงานรัฐบาลต่าง ๆ เป็นต้น
5. ภาครัฐกับประชาชน (Government to Consumer: G2C) คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่เน้นการให้บริการประชาชน ไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อการค้าแต่เป็นเรื่องการให้บริการของภาครัฐผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งปัจจุบันในประเทศไทยมีการให้บริการหลายหน่วยงาน เช่น การคำนวณภาษีออนไลน์ การให้บริการข้อมูลประชาชน เป็นต้น
6. ภาครัฐกับภาครัฐ (Government to Government: G2G) คือ เป็นการติดต่อระหว่างภาครัฐกับภาครัฐในกระทรวงหรือระหว่างกระทรวง อาทิ การติดต่อเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกระทรวง เป็นต้น

ประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า

ประสิทธิภาพในการขนส่ง (Efficiency of Transportation) การพัฒนาให้การขนส่งมีคุณภาพมาตรฐานและประสิทธิภาพมากที่สุด สามารถวัดประสิทธิภาพการขนส่งได้จากความรู้สึกและความพึงพอใจของผู้ได้รับบริการ ซึ่งตามหลักของการขนส่งถือว่าการขนส่งที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วยคุณสมบัติดังต่อไปนี้ (จุไรพร พินิจชอบ, 2560)

1. ความรวดเร็ว (Speed) การขนส่งที่รวดเร็วทำให้สินค้าและบริการต่าง ๆ ไปสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว ทันต่อความต้องการของลูกค้า และสินค้ามีคุณภาพดีเทียบเท่าแหล่งผลิต ซึ่งความเร็วในการขนส่งสินค้านั้นถือเป็นสิ่งสำคัญของการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ

2. ประหยัด (Economy) การขนส่งที่มีประสิทธิภาพต้องมีความประหยัดทั้ง 2 ส่วนคือ ต้นทุนในการขนส่ง และค่าบริการ ผู้ประกอบการต้องมีการบริหารจัดการเพื่อให้ต้นทุนการขนส่งอยู่ในระดับต่ำจะนำมาซึ่งการกำหนดราคาค่าบริการที่ต่ำลง ทำให้มีโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้น

3. ความปลอดภัย (Safety) การที่สินค้าไม่ได้รับความเสียหายหรือสูญหายระหว่างดำเนินการขนส่งไปยังผู้รับสินค้า ตลอดจนยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่งต้องมีความปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับระบบการขนส่ง หากเกิดความเสียหายใด ๆ ในเบื้องต้นจะก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นต่อสินค้าและบริการด้วย

4. ความสะดวกสบาย (Convenient) เพื่อความสะดวกสบายในการเข้ารับบริการของผู้ใช้บริการขนส่ง การขนส่งจะต้องมีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ทั้งอุปกรณ์ ยานพาหนะในการขนส่งไว้อย่างครบถ้วนเพื่ออำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายได้อย่างทันถ่วงที ทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในการใช้บริการ

5. ความแน่นอนเชื่อถือได้และตรงต่อเวลา (Certainly and Punctuality) เพื่อความน่าเชื่อถือของผู้รับและผู้ส่ง การขนส่งที่มีประสิทธิภาพและเชื่อถือได้ต้องมีการกำหนดระยะเวลาในการเดินทางชัดเจนและมีเที่ยววิ่งตรงตามเวลาที่กำหนด โดยมีกรอบในการจัดส่งสินค้าที่ชัดเจนและเป็นระเบียบ

รูปแบบการขนส่งสินค้า

การขนส่งสินค้าสามารถจำแนกตามลักษณะของเส้นทางได้ 5 รูปแบบ คือ 1) การขนส่งทางถนน (Roads Transportation) 2) การขนส่งทางราง (Rail Transportation) 3) การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) 4) การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation) และ 5) การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (นันทวรรณ พาณิชยจิระสกุล, 2555)

1. การขนส่งทางถนน (Roads Transportation) การขนส่งโดยใช้รถยนต์ในการบรรทุกสินค้า การขนส่งรูปแบบนี้นิยมมากที่สุดในประเทศไทย โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าภายในประเทศเพราะบริษัทผู้ผลิตสินค้าสามารถขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าได้โดยตรง รวมถึงสามารถส่งสินค้าไปยังจุดหมายปลายทางที่แตกต่างกันได้สะดวกและทั่วถึงกอปรกับการขนส่งในรูปแบบอื่น ๆ มีข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการขนส่งได้อย่างเพียงพอ เนื่องจากการขนส่งทางถนนมีความได้เปรียบในการเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ ได้มากกว่าการขนส่งในรูปแบบอื่นในการขนส่งระยะสั้น ดังนั้นการขนส่งด้วยรถยนต์จึงมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วจากการสร้างและปรับปรุงถนนอยู่ตลอดเวลาทำให้ยานพาหนะทางถนน เช่น รถบรรทุกหรือรถโดยสารสามารถเข้าถึงพื้นที่ได้มากขึ้นทำให้การขนส่งสินค้าและการขนส่งผู้โดยสารมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มมากขึ้น และในปัจจุบันผู้ประกอบการที่ใช้การขนส่งทางถนนมักมีการติดตั้งระบบเชื้อเพลิง NGV (Natural Gas Vehicles) ในรถหัวลากทำให้ต้นทุนด้านเชื้อเพลิงลดลงอย่างมาก

2. การขนส่งทางราง (Rail Transportation) เป็นการขนส่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถขนส่งบุคคลและสินค้าได้ปริมาณมากต่อการขนส่งในแต่ละครั้งและสามารถส่งได้ในระยะทางไกลโดยมีต้นทุนที่ต่ำ เมื่อเทียบกับการขนส่งทางถนนนั้นการขนส่งทางรางมีข้อจำกัดมากกว่า เนื่องจากสถานที่ตั้งของตำแหน่งสถานีมีเฉพาะเท่าที่ภาครัฐของประเทศนั้น ๆ สร้างไว้ ซึ่งไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่แบบการขนส่งแบบถึงที่หมาย (Door to Door Service) แต่เป็นการขนส่งแบบสถานีถึงสถานีเท่านั้น ซึ่งในปัจจุบันทางภาครัฐได้พยายามพัฒนาระบบขนส่งทางรางให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งการขนส่งสินค้าและการขนส่งสาธารณะ โดยมีการศึกษาการลงทุนโครงการรถไฟรางคู่ (Double Track) รวมถึงโครงการรถไฟความเร็วสูง โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออก

3. การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) การขนส่งโดยใช้เครื่องบินในการขนส่งสินค้า ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากใช้ระยะเวลาในการขนส่งน้อยและปลอดภัยมากกว่า การขนส่งรูปแบบนี้มักเป็นการขนส่งสินค้าที่เน่าเสียง่าย มีมูลค่าสูง สินค้ามีขนาดเล็กน้ำหนักเบา หรือสินค้าที่ล้าสมัยรวดเร็ว อาทิ ชิ้นส่วนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เครื่องประดับ อัญมณี เป็นต้น อย่างไรก็ตามการขนส่งทางอากาศมีต้นทุนต่อหน่วยสูงกว่าการขนส่งประเภทอื่น และต้องอาศัยการขนส่งประเภทอื่นเพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ต่าง ๆ เพราะเส้นทางขนส่งทางอากาศขึ้นอยู่กับท่าอากาศยานเท่านั้น

4. การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation) เป็นการขนส่งที่มีความสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศเหมาะสมกับสินค้าที่มีน้ำหนักมากและขนาดใหญ่ เพราะมีค่าใช้จ่ายในการขนส่งต่ำกว่าการขนส่งประเภทอื่น เนื่องจากไม่ต้องสร้างเส้นทางใหม่แต่อาศัยเส้นทางที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ อาทิ คลอง แม่น้ำ ทะเล มหาสมุทร เป็นต้น แต่อาจมีการสร้างโครงสร้างพื้นฐานคือ ท่าเรือ การขนส่งทางน้ำใช้ระยะเวลาในการขนส่งนานกว่าการขนส่งประเภทอื่น จึงไม่เหมาะสมกับการขนส่งสินค้าที่เน่าเสียง่ายหรือทนความชื้นไม่ได้เพราะสินค้าอาจเกิดความเสียหายได้ง่าย แต่ในปัจจุบันมีการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งทางน้ำเพื่อรองรับการขยายตัวทางการค้าระหว่างประเทศผ่านทางการพัฒนาท่าเรือและการใช้เรือที่มีประสิทธิภาพ

5. การขนส่งทางท่อ (Pipeline Transportation) เป็นการขนส่งที่มีข้อจำกัดด้านความเหมาะสมของสินค้ามากกว่าการขนส่งรูปแบบอื่น มีการลงทุนสูงในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานนั่นคือ ท่อขนส่ง โดยทั่วไปการขนส่งทางท่อจะเหมาะสมกับสินค้าที่อยู่ในรูปของเหลวหรือก๊าซเท่านั้น เป็นการขนส่งทางเดียวจากแหล่งผลิตไปยังปลายทางไม่มีการขนส่งกลับ มีความคล่องตัวเส้นทางของการขนส่งน้อยกว่าการขนส่งแบบอื่นทำให้สินค้าที่ส่งต้องมีปริมาณมากและมีการขนส่งอย่างสม่ำเสมอ ในประเทศไทยมีสินค้าที่นิยมขนส่งผ่านทางท่อ ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เป็นต้น

จากรูปแบบการขนส่งสินค้านี้ดังกล่าว แต่ละรูปแบบการขนส่งมีความเหมาะสมกับประเภทสินค้าและลักษณะการขนส่งสินค้าที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของการขนส่งสินค้าในแต่ละรูปแบบ ดังตารางที่ 3

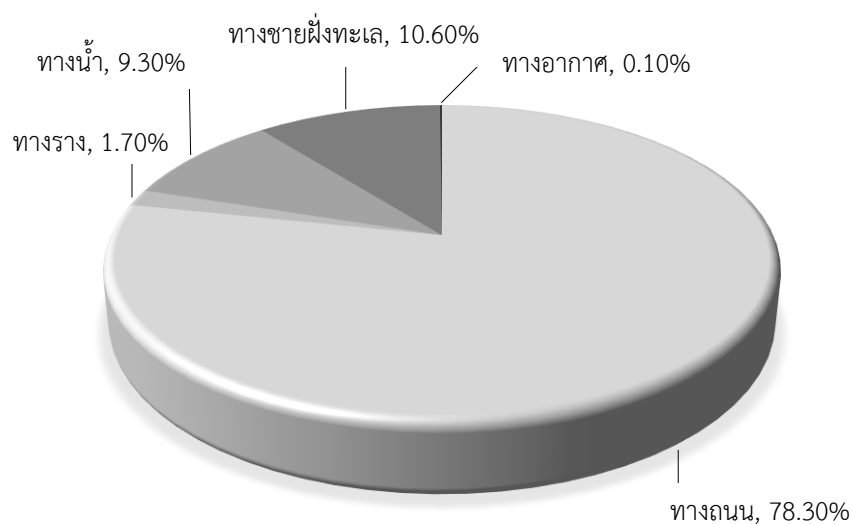
ตารางที่ 3 เปรียบเทียบคุณลักษณะการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ

คุณลักษณะ	ทางถนน	ทางราง	ทางน้ำ	ทางอากาศ	ทางท่อ
ความเร็วการขนส่ง	2	3	4	1	5
ความถี่พร้อมบริการ	1	2	4	3	5
ความเร็วของระเบียบขั้นตอน	2	3	4	5	1
ปริมาณที่ขนส่งได้	3	2	1	4	5
ความยืดหยุ่นตามความต้องการ	2	4	5	3	1
รวม	10	14	18	16	17

หมายเหตุ: 1 = ดีมาก, 2 = ดี, 3 = ปานกลาง, 4 = พอใช้, และ 5 = ไม่ดี

ที่มา: ภัตพร ไชยเสนา (2560)

จากตารางสรุปได้ว่า การขนส่งทางถนนเป็นการขนส่งที่สะดวกและดีที่สุด เนื่องจากสามารถส่งสินค้าได้ทุกพื้นที่ ถึงแม้จะมีต้นทุนการขนส่งสูงกว่ารูปแบบอื่น



ภาพที่ 5 สัดส่วนปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศ

ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2562)

จากภาพที่ 5 เป็นข้อมูลสัดส่วนปริมาณการขนส่งสินค้าภายในประเทศปี พ.ศ. 2562 ซึ่งปริมาณการขนส่งทางถนนมีสัดส่วนถึงร้อยละ 78.30 ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการขนส่งหลักภายในประเทศ เนื่องจากที่ผ่านมารัฐบาลไทยให้การสนับสนุนและพัฒนาโครงข่ายถนนมากกว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งอื่น ๆ ประกอบกับการขนส่งสินค้าทางถนนสามารถส่งตรงจากผู้ส่ง (หรือต้นทาง) ถึงผู้รับปลายทาง (Door to Door Transport) และยังเป็น การขนส่งที่เชื่อมโยงการขนส่งรูปแบบอื่นที่ไม่สามารถให้บริการขนส่งจากต้นทางถึงปลายทางได้อย่างสมบูรณ์ อาทิ ในกรณีการขนส่งสินค้าทางราง น้ำ และอากาศ ต้องใช้รถบรรทุกขนถ่ายสินค้าต่อไปยังผู้รับปลายทาง ด้วยเหตุนี้ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนจึงมีบทบาทสูงต่อภาคขนส่งรวมของประเทศ โดยเฉพาะการขนส่งสินค้าในภาคตะวันออกที่ติดกับชายฝั่งทะเลซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าของประเทศ ไทยที่ต้องพึ่งการขนส่งทางถนนในการขนถ่ายสินค้าจากท่าเรือสู่ผู้รับปลายทางทั้งภายในประเทศและตามแนวชายแดน

ปัจจุบันรัฐบาลไทยให้ความสำคัญกับระบบขนส่งมากขึ้น ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการลงทุนและสร้างเครือข่ายกับนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อขยายฐานการตลาดในการรองรับลูกค้า ซึ่งจากการขยายตัวของธุรกิจขนส่งสินค้าส่งผลให้ผู้ประกอบการและบุคลากรในองค์กรต่างต้องมีการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ และมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่นเพื่อนำมาซึ่งการวางแผนทางการตลาดให้กับองค์กรอันเป็นผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสร้างความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาผ่านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนน ในรูปแบบการทำการค้าระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ในเขตภาคตะวันออกซึ่งเป็นศูนย์รวมอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้เป็นกรอบในการอธิบายแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 1) ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย 2) แนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 3) แนวคิดการมุ่งเน้นตลาด 4) แนวคิดการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และ

5) แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ จากแนวคิดและทฤษฎีตามที่กล่าวมาผู้วิจัยได้นำมาเป็นการรอบในการสังเคราะห์กรอบแนวความคิด โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย

ทฤษฎีพื้นฐานซึ่งเป็นทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบในการอธิบายแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของการวิจัยในครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ทฤษฎี คือ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Base View Theory: RBV) เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นปัจจัยภายในองค์กร คือ ทรัพยากรภายในองค์กรที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้มาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในความสามารถได้เปรียบด้านการแข่งขันที่แตกต่างกันของผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ในตลาดธุรกิจ และ 2) ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) ความสามารถขององค์กรในการสร้าง การเรียนรู้ การบูรณาการทรัพยากรและความสามารถต่าง ๆ ที่องค์กรมีทั้งหมดให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View Theory: RBV)

แนวคิดและทฤษฎีฐานทรัพยากรจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายในองค์กร เพื่ออธิบายว่าทำไมองค์กรหนึ่งสามารถทำงานได้ดีกว่าองค์กรอื่นและค้นหากระบวนการภายในองค์กรเพื่อสร้างการรวมกันของทรัพยากร (Resource Bundles) และให้ความสำคัญในการใช้ทรัพยากร เพื่อขับเคลื่อนผลการดำเนินงานในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง (อนูวัต สงสม, 2560)

Barney (1991) ได้จำแนกทรัพยากรภายในองค์กรออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ทรัพยากรทางด้านกายภาพ (Physical Resource) ประกอบด้วย เทคโนโลยี ทรัพย์สินต่าง ๆ วัตถุดิบ โรงงาน อุปกรณ์เครื่องจักร สถานที่ตั้ง เป็นต้น
2. ทรัพยากรด้านกิจการ (Organizational Resource) ประกอบด้วย โครงสร้าง องค์กร กระบวนการวางแผน วัฒนธรรมภายในกิจการ ฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศ เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร เป็นต้น
3. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) ประกอบด้วย พนักงาน ความรู้ความสามารถ การทำงานเป็นทีม การจัดอบรม ประสิทธิภาพ เป็นต้น

ทั้งนี้จากการศึกษาของ Barney (1991) พบว่า การสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ภายใต้การแข่งขันของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตามสภาพแวดล้อมที่มีการเติบโตของอุปสงค์หรือการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อให้เกิดศักยภาพในความได้เปรียบทางการแข่งขันจำเป็นต้องมีคุณสมบัติ 4 ประการ หรือปัจจัย 4 ลักษณะของทรัพยากรที่เรียกว่า VRIN ดังนี้

1. ทรัพยากรที่มีคุณค่า (Valuable Resources) ทรัพยากรขององค์กรสามารถเป็นแหล่งความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อมีคุณค่า โดยการนำทรัพยากรมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร ทั้งในด้านป้องกันและยับยั้งอุปสรรคและความสามารถในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อสร้างความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์และความสามารถทางเทคโนโลยี ซึ่งทรัพยากรจะมีคุณค่าเมื่อสามารถนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ที่จะพัฒนาให้องค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นอกจากนี้องค์กรอาจมีลักษณะเฉพาะอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น ทรัพยากรที่หายาก ลอกเลียนแบบได้ยาก และไม่สามารถทดแทนได้

2. ทรัพยากรที่หาได้ยาก (Rare Resources) เป็นทรัพยากรที่มีผลต่อการสร้างความได้เปรียบเพราะองค์กรส่วนใหญ่ไม่สามารถจัดสรรมาได้หรือยากต่อการสรรหา หากองค์กรมีผู้แข่งขันที่มีทรัพยากรเหมือนกันจำนวนมากและองค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในลักษณะเดียวกันนั้นทรัพยากรขององค์กรจะมีค่าน้อยลง เนื่องจากการใช้กลยุทธ์ร่วมกันที่ไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจะต้องมีกลยุทธ์ที่ผสมผสานระหว่างทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรขององค์กร เพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จ โดยสิ่งสำคัญในการดำเนินงานคือความสามารถด้านการบริหารจัดการ หากองค์กรจำนวนมากมีการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าเหมือนกันก็สามารถสร้างความเท่าเทียมในอุตสาหกรรมได้ภายใต้เงื่อนไขความเท่าเทียมกันทางการแข่งขัน ถึงแม้จะไม่มีองค์กรใดได้เปรียบในการแข่งขันแต่ก็เพิ่มความสามารถในการอยู่รอดทางเศรษฐกิจ

3. ทรัพยากรที่ลอกเลียนแบบได้ยาก (Imperfectly Imitable Resources) ทรัพยากรขององค์กรที่มีคุณค่าและหายากเป็นแหล่งความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ทำให้องค์กรมีต้นทุนการลอกเลียนแบบที่สูงส่งผลให้องค์กรอื่นไม่สามารถพัฒนาได้โดยง่าย เนื่องจากองค์กรที่มีทรัพยากรดังกล่าวมักเป็นผู้ริเริ่มเชิงกลยุทธ์ ทำให้เข้าใจและสามารถดำเนินงานทางกลยุทธ์ที่องค์กรอื่นไม่สามารถคิดหรือดำเนินการได้ แต่หากองค์กรมีคู่แข่งที่มีความสามารถมากพอที่จะ

ลอกเลียนแบบหรือพัฒนาให้เท่าทันก็จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันเพียงชั่วคราวเท่านั้น อย่างไรก็ตามทรัพยากรจะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืนได้ก็ต่อเมื่อองค์การอื่นลอกเลียนแบบได้ยาก ซึ่งอาจเกิดจากเหตุผลดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยในอดีต คือ ความสามารถขององค์การในการได้มาซึ่งทรัพยากรที่เกิดจากการพัฒนาตั้งแต่อดีต ทำให้การลอกเลียนแบบต้องใช้ระยะเวลาเกิดความไม่คุ้มค่าแก่ผู้ประกอบการรายอื่นที่เข้ามาแข่งขัน

3.2 แหล่งที่มาคลุมเครือ คือ ผู้ประกอบการรายอื่นไม่ทราบถึงแหล่งที่มาของทรัพยากรที่ชัดเจน ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

3.3 ความซับซ้อนทางสังคม คือ บริบทของวัฒนธรรมองค์การที่มีความสามารถและมีทรัพยากรที่แตกต่าง ซึ่งรวมถึงความผูกพันของบุคคลในองค์การ

4. ทรัพยากรที่ไม่สามารถหาทดแทนได้ (Non-substitutable Resources) ความสามารถทางกลยุทธ์ที่ทำให้ทรัพยากรในองค์การ ไม่สามารถนำสิ่งอื่นมาทดแทนได้ โดยมีปัจจัยทั้ง 4 ลักษณะของทรัพยากรเรียกว่า VRIN ซึ่งทรัพยากรทั้ง 4 ลักษณะ ทำให้คู่แข่งต้องเจออุปสรรคส่งผลให้องค์การมีกำไรเพิ่มขึ้นในอนาคต และนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน

แนวคิดฐานทรัพยากรดังที่กล่าวมายังจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ คือ ทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capabilities) ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองจะสนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนมากขึ้น การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับทรัพยากรที่องค์การครอบครองอยู่ องค์การต้องทำหน้าที่จัดหาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน และใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการใช้ทรัพยากรให้เหมาะสมต้องประกอบด้วยทักษะและกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างคุณค่าไปสู่ลูกค้า ทั้งนี้การสร้างคุณค่าองค์การต้องสร้างอุปสรรคเพื่อป้องกันความสามารถของคู่แข่งในการลอกเลียนแบบด้วย ดังนั้นทรัพยากรและความสามารถจึงมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็วยังส่งผลให้ความสามารถขององค์การแบบดั้งเดิม (Capabilities) อาจไม่เพียงพอ ความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability) จึงได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขันมากขึ้น (พรสวรรค์ มงคลชัยอรัญญา และนวพร ประสมทอง, 2551)

ระบิล พันภัย (2557) กล่าวโดยสรุปว่าทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีค่าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่องค์กรได้ ในอดีตมุมมองด้านการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นค่าใช้จ่ายขององค์กรทำให้พยายามใช้จ่ายอย่างจำกัดหรือลดค่าใช้จ่ายทางด้านทรัพยากรมนุษย์ลงแต่ปัจจุบันการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ก่อให้เกิดสินทรัพย์ที่มีค่าต่อองค์กร โดยการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์มีหลายรูปแบบ เช่น การฝึกอบรม การศึกษาดูงาน ตลอดจนการให้ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ที่เกิดจากประสบการณ์การทำงานจริงของพนักงานในองค์กร นอกจากนี้ความรู้ที่เกิดขึ้นภายในองค์กรยังมีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีฐานทรัพยากรทั้ง 4 ประการ

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีฐานทรัพยากร หมายถึง ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนขององค์กร โดยมุ่งเน้นการสร้างแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่น ซึ่งประกอบไปด้วยทรัพยากรที่มีคุณค่า ทรัพยากรที่หาได้ยาก ทรัพยากรที่ลอกเลียนแบบได้ยาก และทรัพยากรที่ไม่สามารถหาทดแทนได้ ดังนั้น องค์กรมีทรัพยากรที่สำคัญคือ องค์กรความรู้ ประสิทธิภาพขององค์กรจึงขึ้นอยู่กับความสามารถของการถ่ายทอดความรู้จากบุคคลหนึ่งไปสู่บุคคลหนึ่งรวมถึงการสะสมความรู้ โดยความรู้จะฝังอยู่ในตัวบุคคลแต่ละคน และถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นต่อไปเรื่อย ๆ (Kogut and Zander, 1992) ผ่านทางนโยบาย วัฒนธรรม และการมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร การเรียนรู้จึงเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กร เนื่องจากความรู้เป็นเรื่องยากต่อการลอกเลียนแบบและมีความซับซ้อน ซึ่งความรู้ที่สะสมในตัวบุคคลแต่ละคนจะแตกต่างกันตามความรู้ที่สะสม ทักษะ และประสบการณ์ ตลอดจนรูปแบบการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน ทำให้ความรู้ความสามารถของบุคลากรในองค์กรไม่สามารถทดแทนกันได้ (Nonaka et al., 2000) ดังนั้น ความรู้และความสามารถที่แตกต่างกันจึงเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง

ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory: DC)

ความสามารถเชิงพลวัตถูกกล่าวถึงเริ่มแรกในงานวิจัยของ David J. Teece, Gary Pisano and Amy Shuen เมื่อปี ค.ศ. 1990 และแนวคิดนี้ถูกนำเสนอในปี ค.ศ. 1994 ในงานวิจัยชื่อ The Dynamic Capabilities of Firms: an Introduction (Pisano and Teece, 1994) กล่าวว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรเกิดจากความสามารถเชิงพลวัตซึ่งเป็นรากฐานการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูง เนื่องจากความสามารถบางอย่างไม่สามารถหาซื้อได้ เช่น ค่านิยม

วัฒนธรรม และประสบการณ์ สิ่งเหล่านี้จะถูกสร้างขึ้นโดยใช้ระยะเวลาหลายปีทำให้องค์การต้องมีการสะสมความรู้ นอกจากนี้ความสำเร็จในการแข่งขันขององค์กรยังเกิดขึ้นได้จากการที่องค์กรมีกระบวนการ โครงสร้าง และมีประสบการณ์ที่เคยได้รับในอดีตส่งผลให้แต่ละองค์กรมีความแตกต่าง

ความสามารถเชิงพลวัต เป็นความสามารถขององค์กรในการบูรณาการ สร้าง และกำหนดค่าความสามารถทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถเชิงพลวัตประกอบด้วยส่วนสำคัญ 2 ส่วน คือ 1) พลวัต (Dynamic) หมายถึง ความสามารถที่ก่อให้เกิดการสร้างความสามารถใหม่ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป และ 2) ความสามารถ (Capability) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการจัดการกลยุทธ์ที่เหมาะสมรวมถึงการปรับตัว การบูรณาการ และการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์ ความสามารถเชิงพลวัตจึงมุ่งเน้นไปที่การจัดการความสามารถและทรัพยากรขององค์กรทั้งหมด โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัจจัยให้องค์การมีการปรับปรุงและพัฒนาทรัพยากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง (Teece et al., 1997)

Eisenhardt and Martin (2000) กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัตเป็นสิ่งที่ทำให้องค์การมีความได้เปรียบทางการแข่งขันภายใต้สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่สามารถคาดเดาได้ แต่อย่างไรก็ตามความสามารถเชิงพลวัตไม่ได้ทำให้องค์การได้เปรียบทางการแข่งขันโดยตรง แต่เป็นการปรับตัวขององค์กรอย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งในตลาด และเป็นการใช้ความสามารถเชิงพลวัตอย่างชาญฉลาดมากขึ้น ตลอดจนการพึ่งพาความรู้ใหม่อย่างกว้างขวาง เพื่อให้องค์การสามารถปรับตัวได้ทัน และคู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้

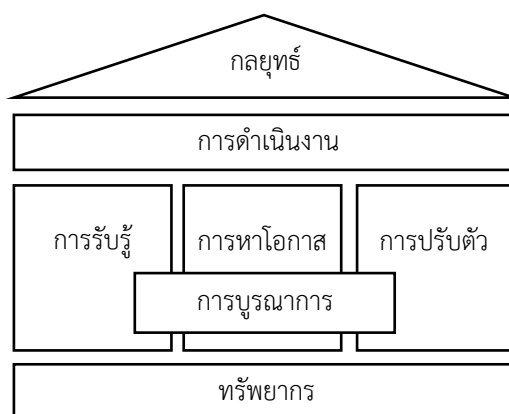
Teece (2007) กล่าวว่า ทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่เป็นแหล่งกำเนิดความสามารถขององค์กรในการนำมาพัฒนา ปรับเปลี่ยน และการบูรณาการให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังได้ลงรายละเอียดเพิ่มเติมจากงานวิจัยปี ค.ศ. 1997 ที่ว่าความสามารถในการปฏิบัติงานในปัจจุบันเป็นความสามารถเชิงพลวัตได้นั้นแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ความสามารถในการรับรู้ (Sensing Capability) คือ การรับรู้การเปลี่ยนแปลงเชิงโอกาสเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจถึงการเรียนรู้ผ่านไปสู่การพัฒนาความสามารถ ซึ่งอาจทำให้เกิดโอกาสใหม่ทางธุรกิจหรืออาจเกิดภัยคุกคามใหม่ได้

2. ความสามารถในการหาโอกาส (Seizing capability) คือ ความสามารถในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่เลือกให้ตรงกับการเปลี่ยนแปลงของโอกาส เมื่อองค์กรรับรู้ว่ามีโอกาสเกิดขึ้นใหม่องค์กรต้องมีการจัดการกับโอกาสเกี่ยวกับการรักษาและปรับปรุงความสามารถทางเทคโนโลยีและทรัพย์สินผ่านกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองตลาดใหม่ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ให้สามารถตอบสนองแบบจำลองทางธุรกิจและกระบวนการตัดสินใจ เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์และได้เลือกความรู้ที่สอดคล้องกับโอกาสที่เปลี่ยนแปลง

3. ความสามารถในการปรับตัว (Reconfiguring capability) คือ ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับเวลาผ่านการจัดการทรัพยากรและความสามารถให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และเป็นการหลีกเลี่ยงไม่ให้องค์กรยึดติดกับสิ่งที่เคยปฏิบัติที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ นอกจากนี้ยังเป็นการพัฒนาสร้างสรรค์ความสามารถใหม่ภายในองค์กรให้มีทักษะสอดคล้องกับงานนั้น ๆ ซึ่งเป็นทักษะในการยกระดับการทำงานและนำไปสู่การเรียนรู้อย่างไม่หยุดนิ่งต่อไป

Wilden et al. (2016) กล่าวว่า ความสามารถเชิงพลวัต เป็นศักยภาพขององค์กรในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบผ่านการกำหนดค่าความสามารถในการปฏิบัติงานใหม่ ด้วยเหตุนี้ความสามารถเชิงพลวัตที่มีต่อประสิทธิภาพขององค์กรจึงเป็นสื่อกลางความสามารถในการดำเนินงานของธุรกิจที่ถูกกำหนดให้เป็นกลไกขององค์กรและหน่วยธุรกิจที่ส่งผลต่อกลยุทธ์และประสิทธิภาพขององค์กร นอกจากนี้ Wilden et al. (2016) ยังได้ทำการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบโดยรวบรวมแนวคิดและผลการวิจัยและได้นำเสนอแบบจำลองของความสามารถเชิงพลวัตที่มีชื่อว่า “บ้านแห่งความสามารถเชิงพลวัต (House of DC)” ซึ่งระบุว่าความสามารถเชิงพลวัตประกอบด้วย 3 ความสามารถหลัก ได้แก่ ความสามารถในการรับรู้ (Sensing Capability) ความสามารถในการหาโอกาส (Seizing capability) และความสามารถในการปรับตัว (Reconfiguring capability) ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 แนวคิดบ้านแห่งความสามารถเชิงพลวัต

ที่มา: Wilden et al. (2016)

จากภาพที่ 6 ความสามารถเชิงพลวัตเหมาะสมกับองค์การที่มีการแข่งขันในปัจจุบัน โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้องค์การปรับตัว หาความรู้ โอกาส และบูรณาการ เพื่อสร้างประโยชน์จากทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และนอกจากความสามารถหลัก 3 ประการที่กล่าวมาข้างต้น การที่องค์กรจะดำเนินงานให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้นต้องมีกลยุทธ์ (Strategy) ที่ครอบคลุมทั่วทั้งองค์กร และต้องสามารถนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปดำเนินงาน (Operations) ด้านต่าง ๆ ได้ อาทิ ความสามารถด้านเทคโนโลยี ด้านการผลิต ด้านการตลาด เป็นต้น ด้วยการรับรู้ (Sense) การทำโอกาส (Seize) และการปรับตัว (Reconfig) ให้เกิดความสามารถในการบูรณาการ (Integrate) ในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน แผนก หรือบุคลากรภายในองค์กรและ ความสามารถในการทำงานร่วมกันระหว่างบริษัท อาทิ บริษัทผู้กระจายสินค้า บริษัทผู้ส่งวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้องค์กรต้องมีทรัพยากร (Resources) ที่มีประสิทธิภาพเพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยแบ่งออกเป็นทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible Resources) ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่หาได้ง่ายในทั่วไป อาทิ ที่ดิน อาคาร โรงงาน เครื่องจักร และบุคลากร เป็นต้น และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Resources) หรือทรัพยากรที่มองไม่เห็นจับต้องไม่ได้ยากที่จะประเมินคุณค่า แต่องค์กรเป็นเจ้าของ เช่น ความรู้ สิทธิบัตร ความภักดีของลูกค้า ประสบการณ์ ด้านการผลิต ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี เป็นต้น (อนุวัต สงสม, 2560)

กล่าวโดยสรุป ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต หมายถึง ความสามารถในการดำเนินงานร่วมกันทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการบริหารจัดการ การสร้าง บุคลากร และการปรับปรุง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ จากทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต เป็นกระบวนการสร้างพื้นฐานทรัพยากรอันมีความรู้เป็นสิ่งที่ไหลเข้าองค์กรตลอดเวลา และองค์กรมีหน้าที่สะสมความรู้เพื่อนำไปพัฒนาหรือสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ (Nielsen, 2006) เพื่อนำไปสู่ผลประกอบการที่ดีกว่าคู่แข่งชั้นในตลาดระยะยาว การมุ่งเน้นความสามารถเชิงพลวัตจึงมุ่งไปที่กระบวนการภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกันของบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่แตกต่างกันซึ่งก่อให้เกิดการระดมความคิดเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ขึ้นมา ส่วนในด้านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรกับหน่วยงานต่าง ๆ ค่อยข้างมาก ซึ่งการมีหัวหน้างานหรือผู้ประกอบการที่มีภาวะความเป็นผู้นำจะเป็นประโยชน์ต่อการประสานงานและการกำหนดวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น (Eisenhardt and Martin, 2000) โดยกระบวนการดังกล่าวผู้ประกอบการจะผสมผสานทักษะ ประสบการณ์ ตลอดจนการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ เพื่อเชื่อมโยงการจัดการความรู้ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นอกจากนี้ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัตนั้นยังมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจขนส่งสินค้า เนื่องจากตลาดในต่างประเทศมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และเต็มไปด้วยการแข่งขันทางการตลาดที่มีความรุนแรง การตอบสนองต่อตลาดต่างประเทศจึงต้องดำเนินการผ่านการบูรณาการ การเปลี่ยนแปลง การริเริ่ม และการสร้างสรรค์ทรัพยากร (Ambrosini and Bowman, 2009) ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ด้วยความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรเพื่อพัฒนากระบวนการดำเนินงานขององค์กรซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีคือ ประสิทธิภาพในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจในสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

2.2 แนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาและให้ความหมายของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไว้ ดังนี้

Lumpkin and Dess (2005) กล่าวว่า องค์การที่ต้องการมีส่วนร่วมในการเป็นผู้ประกอบการองค์การที่ประสบความสำเร็จต้องมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งหมายถึงแนวทางปฏิบัติในการกำหนดกลยุทธ์ที่ธุรกิจใช้ในการระบุและเปิดตัวกิจการ แสดงถึงกรอบความคิดและมุมมองเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่สะท้อนให้เห็นในกระบวนการที่ดำเนินอยู่ขององค์การ และวัฒนธรรมองค์การ

Subagja et al. (2017) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง ความพยายามในการสร้างมูลค่าผ่านการรับรู้โอกาสทางธุรกิจ ด้วยการจัดการความกล้าเสี่ยงให้เหมาะสมกับโอกาส โดยผ่านทักษะการสื่อสารและการจัดการเพื่อระดมทรัพยากรบุคคล การเงิน และวัสดุที่จำเป็นเพื่อทำให้ธุรกิจบรรลุผล

Rahmati (2019) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการขององค์การ โดยองค์การรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่และสร้างทางเลือกใหม่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับนำเข้าสู่ตลาดและให้บริการใหม่แก่ลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้องค์การอยู่รอดในการแข่งขันและมีประสิทธิภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน

ปรารธนา หลีกภัย และเกิตศิริ เจริญวิศาล (2555) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง การมุ่งเน้นการดำเนินธุรกิจผ่านกระบวนการ การปฏิบัติ และกิจกรรมการตัดสินใจที่นำไปสู่ธุรกิจแบบใหม่ด้วยการค้นคว้าสิ่งใหม่ ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานด้วยตนเอง การกำกับและการทำงานเชิงรุกมากขึ้น

ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ (2558) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจด้วยตนเองสามารถรองรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ทั้งหมด แสวงหาโอกาสทางธุรกิจและส่งมอบสินค้าหรือบริการไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างผลกำไรให้กับธุรกิจของตนเอง

ชุตติกาญจน์ ทัพเจริญ และคณะ (2562) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการแสดงศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีผลจากการวิจัย พัฒนาและเน้นการผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์การทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้ทั้งผลประกอบการทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินขององค์กรสูงขึ้น

ภัทริกา ชินช่วง (2563) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นลักษณะเชิงรุกขององค์กรทั้งด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในการแสวงหานวัตกรรมใหม่ ๆ ด้วยการลงทุนที่มีความเสี่ยงสูง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานทางธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้เงื่อนไขที่ไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงสูง นอกจากนี้ยังเป็นการรักษาความต่อเนื่องและการเติบโตขององค์กรอีกทั้งยังสามารถเชื่อมโยง ไปถึงการพัฒนาเศรษฐกิจให้แข็งแกร่ง

จากความหมายของผู้ประกอบการข้างต้น จึงสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ในการจัดตั้งธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นได้ แสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ผ่านนวัตกรรม กระบวนการ แนวทางปฏิบัติ เพื่อให้สามารถเอาชนะคู่แข่งในเชิงรุก

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นแนวคิดที่ยอมรับโดยทั่วไปในหลายปีที่ผ่านมาเกิดขึ้นพร้อมกับการพัฒนาการจัดการเชิงกลยุทธ์และเกี่ยวข้องกับกิจกรรมและกระบวนการของผู้ประกอบการในระดับองค์กร (Zehir et al., 2016)

โดยมี Miller (1983) เป็นผู้ริเริ่มวิจัยคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและได้พิจารณาว่าพฤติกรรมของผู้ประกอบการประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) การมีนวัตกรรม (Innovativeness) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ซึ่งมีความสัมพันธ์อย่างมากต่อความมั่นคงขององค์กรและได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย

หลังจาก Miller ได้ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 3 ลักษณะนั้น Covin and Slevin (1989) ได้นำแนวคิดของ Miller ไปศึกษาพัฒนาต่อและมีนักวิจัยหลายท่านนำหลักของ Miller ไปใช้งาน แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษาภายหลัง Lumpkin and Dess (1996) ได้นำเสนอคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มอีก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ ความกล้าที่จะแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) และการมีอิสระในการบริหารงาน (Autonomy)

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ พบว่านักวิจัยได้ศึกษา
ปัจจัยตัวชี้วัดคุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน สรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

ผู้ศึกษา	ตัวชี้วัด				
	ความกล้า เสี่ยง (Risk taking)	การมีนวัตกรรม (Innovativeness)	การทำงานเชิงรุก (Proactiveness)	ความกล้าแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)	การมีอิสระ ในการบริหารงาน (Autonomy)
Miller (1983)	✓	✓	✓		
Covin and Slevin (1989)	✓	✓	✓		
Lumpkin and Dess (1996)	✓	✓	✓	✓	✓
Yang and Dess (2007)	✓	✓	✓		
Long (2013)	✓	✓	✓	✓	✓
Amin et al. (2016)	✓	✓	✓		
Mantok et al. (2019)	✓	✓	✓		
Rahmati (2019)	✓	✓	✓		
Kadam et al. (2019)	✓	✓	✓		
Cho and Lee (2020)	✓	✓			
Effendi et al. (2020)	✓	✓	✓	✓	
Shaher and Ali (2020)	✓	✓	✓		

ที่มา: ผู้วิจัย

จากการรวบรวมงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 3 ด้าน คือ ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) การมีนวัตกรรม (Innovativeness) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) คือ แนวโน้มที่จะดำเนินการเพื่อคว้าโอกาสและเข้าสู่ธุรกิจที่มีความเสี่ยงสูงแม้จะไม่ทราบว่าผลของการลงทุนจะประสบความสำเร็จหรือไม่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ (Ali et al., 2020) แนวทางทั้งหมดในการพัฒนาองค์การอาจมีความเสี่ยง ซึ่งก่อนการเปิดตัวกลยุทธ์ผู้ประกอบการต้องทราบถึงความเสี่ยงว่ามีความเสี่ยงมากน้อยเพียงใดโดยไม่ทราบถึงผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น ซึ่งความเสี่ยงที่องค์การต้องเผชิญมี 3 ประเภท ดังนี้

1.1 ความเสี่ยงทางธุรกิจ เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่ธุรกิจที่แปลกใหม่ โดยไม่รู้ถึงความน่าจะเป็นที่จะประสบความสำเร็จ สิ่งนี้คือความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเข้าสู่ตลาดที่ยังไม่ผ่านการทดลองหรือเทคโนโลยีที่ยังไม่ผ่านการพิสูจน์

1.2 ความเสี่ยงทางการเงิน การให้องค์การทำการกู้ยืมเงินจำนวนมากหรือใช้ทรัพยากรจำนวนมากเพื่อที่จะเติบโต ความเสี่ยงถูกใช้ในบริบทนี้เพื่ออ้างถึงความเสี่ยง/ผลตอบแทนการแลกเปลี่ยนที่พบอยู่ในการวิเคราะห์ทางการเงิน

1.3 ความเสี่ยงส่วนบุคคล ความเสี่ยงที่ผู้บริหารมีส่วนในการสนับสนุนแนวทางการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ ผู้บริหารที่รับความเสี่ยงดังกล่าวมีอิทธิพลต่อแนวทางของทั้งองค์การและการตัดสินใจของผู้บริหารมีผลอย่างมากต่อธุรกิจ (Lumpkin and Dess, 2005)

Miller (1983) ชี้ให้เห็นว่าความกล้าเสี่ยงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเริ่มต้นธุรกิจ ทั้งในเรื่องของความเสี่ยงต่อเงินทุนจากการลงทุนจำนวนมากในช่วงเวลาหนึ่งและความเสี่ยงด้านทรัพยากรทำให้เกิดการเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนมากมายที่อาจเกิดขึ้น

แม้ความกล้าเสี่ยงจะเกี่ยวข้องกับการได้รับโอกาส อย่างไรก็ตามองค์การที่มีการดำเนินงานที่ดีจะต้องตรวจสอบผลที่ตามมาของโอกาสต่าง ๆ และสร้างสถานการณ์ของผลลัพธ์ที่เป็นไปได้เพื่อประเมินโอกาสในการประสบความสำเร็จก่อนที่จะดำเนินการที่มีความเสี่ยง ยิ่งองค์การมีข้อมูลจำนวนมากจะสามารถสร้างความมั่นใจและรวบรวมดุลยพินิจในการคำนวณความเสี่ยงได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพในการรับความเสี่ยงระดับองค์การจึงยังเป็นสิ่งที่ควรพัฒนาและให้ความสำคัญในอนาคต (Yang and Dess, 2007)

2. การมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การค้นหาโอกาสเพื่อสนับสนุนแนวคิดใหม่ ๆ ความแปลกใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการหรือกระบวนการทางเทคโนโลยีที่ทันสมัย (Ali et al., 2020) การมีนวัตกรรมเป็นความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่ง สะท้อนให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมขององค์การในกระบวนการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่อาจเกิดขึ้นพร้อมกับความต่อเนื่องจากการลงสายผลิตภัณฑ์ใหม่หรือทดลองสถานที่โฆษณาใหม่ ตลอดจนความมุ่งมั่นที่จะเชี่ยวชาญในผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดหรือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Lumpkin and Dess, 1996; Miller, 1983) โดยนวัตกรรมแบ่งได้หลายรูปแบบ ดังนี้

2.1 นวัตกรรมทางเทคโนโลยี ประกอบด้วย การวิจัยและความพยายามทางวิศวกรรมเป็นหลักโดยมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ ๆ

2.2 นวัตกรรมด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การวิจัยตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมด้านการโฆษณาและการส่งเสริมการขาย

2.3 นวัตกรรมทางการบริหาร ประกอบด้วย ความแปลกใหม่ในระบบการจัดการเทคนิคการควบคุมและโครงสร้างองค์การ

การมีนวัตกรรมเป็นแหล่งที่มาของความก้าวหน้าและการเติบโตขององค์การ อย่างไรก็ตามหากเกิดข้อผิดพลาดการลงทุนในนวัตกรรมจะก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาที่มุ่งไปที่กระบวนการผลิตหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งอาจส่งผลต่อการสิ้นเปลืองทรัพยากรหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการ (Lumpkin and Dess, 2005)

Cho and Lee (2020) กล่าวว่า การมีนวัตกรรมยังเป็นการนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงห่วงโซ่คุณค่าด้วยการสร้างคุณค่าใหม่ โดยเป็นที่โต้แย้งกันว่านวัตกรรมอาจเกิดขึ้นได้จากการใช้การเปลี่ยนแปลงหรือการผสมผสานสิ่งใหม่ ๆ เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนากระบวนการใหม่ การนำทรัพยากรหรือซัพพลายเออร์ใหม่ ๆ มาใช้ การระบुकุ่มลูกค้าใหม่และการปรับตัวให้เข้ากับกฎหมายหรือข้อบังคับใหม่ นอกจากนี้นวัตกรรมยังเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ดังนั้น การนำนวัตกรรมมาใช้ให้ประสบความสำเร็จสามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นแหล่งที่มาสำคัญของการเติบโตขององค์การได้

3. การทำงานเชิงรุก (Proactiveness) คือ ความสามารถขององค์การในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วยการแสวงหาโอกาส และมองไปข้างหน้าเพื่อนำไปสู่

การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ก่อนคู่แข่งเพื่อประโยชน์ขององค์กร และคาดการณ์ความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของตลาด โดยการสร้างความได้เปรียบทางการตลาดผ่านการสำรวจ (Ali et al., 2020; Lumpkin and Dess, 2005)

Lumpkin and Dess (2005) กล่าวว่า การคว้าโอกาสใหม่ ๆ ขององค์กรเชิงรุกต้องมีการติดตามแนวโน้มความต้องการในอนาคตของลูกค้าปัจจุบันพร้อมกับคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นใหม่ ซึ่งอาจนำไปสู่โอกาสในการร่วมลงทุนใหม่ ๆ เพื่อหาความเป็นไปได้สำหรับการเติบโตและการพัฒนา

การทำงานเชิงรุกมีประสิทธิภาพอย่างมากในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากทำให้คู่แข่งตอบสนองต่อความสำเร็จ โดยสิ่งที้องค์การจะได้คือเป็นผู้นำในการเข้าสู่ตลาดใหม่ สร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้าหรือบริการ ใช้เทคนิคการบริหารหรือการนำเทคโนโลยีปฏิบัติการใหม่ ๆ มาใช้ในอุตสาหกรรม โดยสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันได้ 2 วิธี คือ 1) แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการนำเทคโนโลยีมาใช้ก่อนคู่แข่ง และ 2) แสวงหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ

การทำงานเชิงรุกเป็นพฤติกรรมแสวงหาโอกาสที่ทำให้เกิดข้อได้เปรียบที่ช่วยกระตุ้นให้บริษัทต่าง ๆ ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงและความก้าวหน้าเพื่อสร้างประสิทธิภาพและปรับกระบวนการโครงสร้าง เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าและลดต้นทุน ดังนั้นองค์กรเชิงรุกจึงถูกคาดหวังว่าจะกลายเป็นผู้นำตลาดและมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าคู่แข่ง เนื่องจากสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วตามสภาวะการได้ดีกว่าองค์กรอื่น (Lee and Kreiser, 2018; Zehir et al., 2016)

จากการทบทวนวรรณกรรมคุณลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการซึ่งมีการวิจัยอย่างกว้างขวางในด้านกลยุทธ์และด้านการจัดการ ผู้วิจัยได้นำปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Miller (1983) ที่ชี้ให้เห็นว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 3 ลักษณะคือ ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) การมีนวัตกรรม (Innovativeness) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness) ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่ผู้ประกอบการพึงมีมาเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุในการศึกษาวิจัย เนื่องจากแนวคิดดังกล่าวได้มีนักวิจัยหลายท่านได้นำไปพัฒนาและเป็นพื้นฐานสำหรับการศึกษาอย่างแพร่หลาย

2.3 แนวคิดการมุ่งเน้นตลาด

การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) ได้มีนักวิชาการทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศหลายท่านได้ศึกษาและให้ความหมายของการมุ่งเน้นตลาดไว้ ดังนี้

Narver and Slater (1990) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาด คือ วัฒนธรรมองค์การที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างมากโดยการนำแนวคิดด้านวัฒนธรรมและพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมาใช้ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนและความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) การมุ่งเน้นลูกค้า 2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง และ 3) การมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ โดยองค์การมีการมุ่งเน้นตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าที่ดีกว่าให้ลูกค้าขององค์การ

Kohli and Jaworski (1990) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาด คือ การนำแนวคิดทางการตลาด (Market Concept) มาเชื่อมโยงกับการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Focus) ประกอบด้วย 1) องค์การมีการประสานกิจกรรมที่ส่งผลต่อความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต 2) การถ่ายทอดความต้องการของลูกค้าไปยังฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การ และ 3) ฝ่ายต่าง ๆ ขององค์การมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

Hunt and Morgan (1995) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นการรวบรวมข้อมูลข่าวสารของลูกค้าและคู่แข่งอย่างเป็นระบบ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อนำมาพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตลาด และยังสามารถกำหนดแนวทางในการออกแบบและเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ขององค์การเพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและการแข่งขันของตลาด

Kumar et al. (2011) อธิบายว่า การมุ่งเน้นตลาดเป็นการสร้างและเผยแพร่ข้อมูลทั่วทั้งองค์การและมีการตอบสนองที่เหมาะสม ซึ่งเกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า ความชอบและการแข่งขัน โดยการได้มาซึ่งข้อมูลตลอดจนการเผยแพร่ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้

Long (2013) อธิบายว่า ในสภาวะแวดล้อมที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ การมุ่งเน้นตลาดก่อให้เกิดพฤติกรรมที่จำเป็นสำหรับการสร้างมูลค่าที่ดีกว่าสำหรับลูกค้า โดยการรับรู้เกี่ยวกับการตอบสนองต่อตลาด และส่งผลต่อประสิทธิภาพที่ดีกว่าให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งขับเคลื่อนกิจกรรมการประมวลผลข้อมูลการตลาดขององค์การตลอดจนการนำไปใช้เป็นกลยุทธ์ขององค์การหรือองค์การภายนอก ลูกค้า และคู่แข่ง นอกจากนี้การมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจยังคงได้รับและ

ตอบสนองต่อข้อเสนอแนะจากลูกค้าและคู่แข่ง โดยธุรกิจที่มุ่งเน้นการตลาดจะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและความสามารถของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง จากนั้นจึงใช้ข้อมูลนี้เพื่อสร้างมูลค่าต่อลูกค้าที่เหนือกว่า ดังนั้นการมุ่งเน้นตลาดจึงเกี่ยวข้องกับกระบวนการที่เฉพาะเจาะจงและเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้า

กัสมา กาซ็อน และคณะ (2557) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาด หมายถึง การจัดการกิจกรรมหลักเพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายตามความต้องการลูกค้าความต้องการของตลาดและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์การมีประสิทธิภาพมากกว่าคู่แข่งชั้นในการวางกลยุทธ์

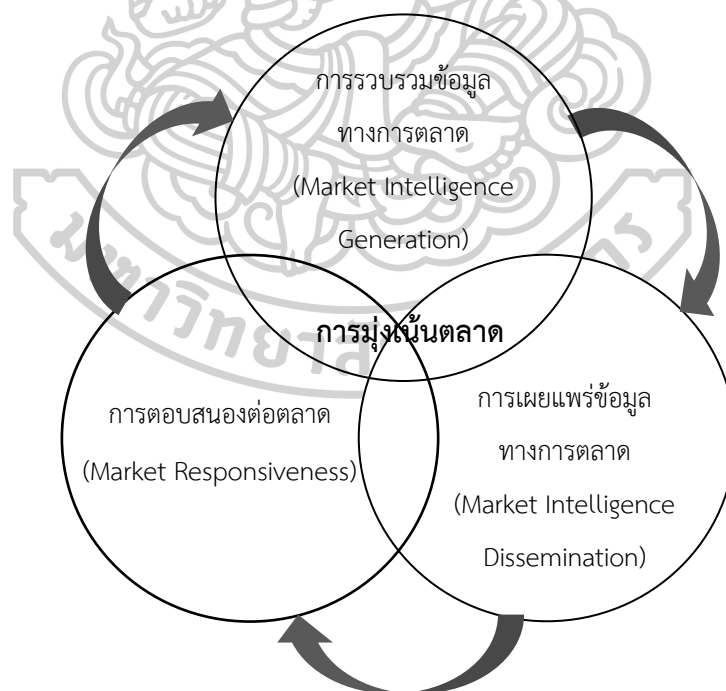
พงศ์ภัก บานชื่น และคณะ (2563) กล่าวว่า การที่องค์การมีความเข้มแข็งนั้นต้องมีความเข้าใจและเข้าถึงตลาดที่องค์การดำเนินการอยู่ องค์การจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับลูกค้าหรือตลาดเป้าหมาย การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์การรูปแบบหนึ่งที่จะเน้นการสร้างค่านิยมในการติดตามทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของตลาด เพื่อสร้างคุณค่าที่ดีขึ้นจนนำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

จากความหมายของการมุ่งเน้นตลาดข้างต้น จึงสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นตลาด หมายถึง การดำเนินงานร่วมกันระหว่างแผนกต่าง ๆ ในองค์การ ให้สามารถเข้าถึงตลาดที่องค์การดำเนินงานอยู่ โดยการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ เพื่อนำมาพัฒนาความรู้ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การมุ่งเน้นตลาด ถูกนำมาใช้ในวรรณกรรมวิชาการในปี ค.ศ. 1990 โดยนำความคิดทางการตลาดมาศึกษาต่อ โดยแบ่งแนวคิดออกเป็น 2 แนวทาง แนวทางแรกเป็นการศึกษาการมุ่งเน้นตลาดในเชิงวัฒนธรรมของ Narver and Slater (1990) เสนอให้การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์การเพื่อมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่ดีกว่าสำหรับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นบรรทัดฐานองค์การ และส่งเสริมค่านิยมเกี่ยวกับการติดตามตลาด เพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าที่มากกว่าให้กับลูกค้าขององค์การซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น (Competitor Orientation) และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ (Inter-functional Coordination) สำหรับแนวทางที่สองเป็นการศึกษาการมุ่งเน้นตลาดในเชิงพฤติกรรมของ Kohli and Jaworski (1990) โดยเน้นที่กิจกรรมขององค์การที่ให้ทุกฝ่ายสามารถตอบสนองข้อมูลจากตลาดได้ ในขณะที่เดียวกันทุกฝ่ายต้องสามารถรับรู้ถึงข้อมูลความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต

ตลอดจนมีการกระจายข้อมูลให้ทุกฝ่ายในองค์กรสามารถตอบสนองต่อข้อมูลนั้น ๆ ได้ นอกจากนี้ Jaworski and Kohli (1993) ได้อธิบายเพิ่มเติมถึงแนวคิดการมุ่งเน้นตลาดเกี่ยวข้องกับ การทำสิ่งใหม่หรือสิ่งที่แตกต่างจากคู่แข่งชั้นในการตอบสนองต่อสภาวะตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การรวบรวมข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Generation) การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Dissemination) และการตอบสนองต่อตลาด (Market Responsiveness)

ดังนั้นแนวคิดของการมุ่งเน้นตลาดทั้งสองที่เสนอโดย Narver and Slater เรียกว่า MKTOR และ Jaworski and Kohli เรียกว่า MARKOR ซึ่งเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในกลุ่ม นักวิชาการ แม้ว่าแนวคิดของการมุ่งเน้นตลาดจะสามารถแบ่งออกเป็นสองแนวทางที่แตกต่างกัน แต่ทั้งแนวทางเชิงวัฒนธรรมและเชิงพฤติกรรมเหมือนกันในเรื่องปรัชญาของการมุ่งเน้นตลาดที่ว่า ลูกคาคือองค์ประกอบหลัก (Mohd Shariff et al., 2017) โดยแนวคิดการมุ่งเน้นตลาดในเชิง พฤติกรรมของ Kohli and Jaworski สามารถอธิบาย ดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 องค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดตามแนวคิดของ Kohli and Jaworski

ที่มา: Kohli and Jaworski (1990)

จากภาพที่ 7 แนวคิดของ Kohli and Jaworski (1990) ซึ่งเป็นแนวคิดที่ศึกษาการมุ่งเน้นตลาดเชิงพฤติกรรม โดยมองว่าเป็นการนำแนวคิดทางการตลาดมาปฏิบัติ เชื่อมโยงข้อมูลจากภายนอก คือ จากลูกค้าเข้าสู่ภายในองค์กรเพื่อนำข้อมูลนั้นมาสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า โดยประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Generation) การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Dissemination) และการตอบสนองต่อตลาด (Market Responsiveness) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Generation) คือ การรวบรวมข้อมูลข่าวสาร รวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า ซึ่งแบ่งได้ 2 ประเภท คือ ความจำเป็น (Need) และความปรารถนาหรือชื่นชอบ (Preference) ซึ่งประเมินได้จากผู้มีส่วนได้เสียขององค์กร อาทิ คู่แข่ง ซัพพลายเออร์ คนกลาง เป็นต้น และกลไกทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม กฎระเบียบ และปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค ซึ่งการรวบรวมข้อมูลทางการตลาดสามารถนำไปพัฒนาประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้ทำการตัดสินใจได้ เนื่องจากช่วยให้ทราบถึงโอกาสและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ตลอดจนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าและการแข่งขันทางการตลาด

2. การเผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด (Market Intelligence Dissemination) คือ กระบวนการนำข้อมูลที่รวบรวมมาด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการมาเผยแพร่ให้กับผู้ใช้ที่เกี่ยวข้อง โดยฝ่ายต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการประสานงานที่ดี และมีการกระจายข้อมูลอย่างทั่วถึง ซึ่งการเผยแพร่ข้อมูลยังช่วยให้การพัฒนาสินค้าและบริการเป็นไปได้ดี เนื่องจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องทราบถึงข้อมูล ส่งผลให้เข้าใจถึงข้อจำกัดและสิ่งที่จำเป็นในการพัฒนาสินค้าและบริการ

3. การตอบสนองต่อตลาด (Market Responsiveness) คือ การตอบสนองต่อข้อมูลข่าวสารที่รวบรวมและเผยแพร่ โดยการตอบสนองต้องใช้ระยะเวลาที่เหมาะสมต่อการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อาทิ สภาวะตลาด การเปรียบเทียบแนวความคิด การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ของคุณแข่งขัน เพื่อใช้ในการพิจารณาการตัดสินใจต่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ (กันต์ ทาบโลกา, 2559)

ในส่วนแนวคิดการมุ่งเน้นตลาดในเชิงวัฒนธรรมของ Narver and Slater สามารถอธิบาย ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 องค์ประกอบของการมุ่งเน้นตลาดตามแนวคิดของ Narver and Slater
ที่มา: Narver and Slater (1990)

จากภาพที่ 8 แนวคิดของ Narver and Slater (1990) เป็นแนวคิดที่รวบรวมข้อมูลการตลาดทั้งข้อมูลของลูกค้า คู่แข่งขัน และสภาพตลาด เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับองค์กรแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) คือ การดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการให้บริการลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญ และสร้างสรรค์การบริการที่มีคุณค่า ตลอดจนเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างทันท่วงทีเพื่อสร้างมูลค่าที่ดีกว่า ดังนั้น ธุรกิจจึงควรมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าซึ่งเกิดจากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าทั้งที่มาใช้บริการ ทั้งก่อนการใช้บริการ ระหว่างการใช้บริการ และหลังการใช้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงการให้บริการแก่ลูกค้า

2. การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) คือ การที่ผู้ประกอบการ แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับคู่แข่งหลัก รวมถึงคู่แข่งที่มีศักยภาพในธุรกิจเดียวกันและ ทำความเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อนำข้อมูลไปใช้ ให้เกิดประโยชน์ด้วยการแสวงหาโอกาสทางการแข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบ ทางธุรกิจ ซึ่งการสร้าง ความแตกต่างด้านราคากับคู่แข่งจะทำให้เกิดความเสียหายต่อธุรกิจ เป็นอย่างมาก ผู้ประกอบการควรหลีกเลี่ยงการเผชิญหน้ากับคู่แข่งด้วยราคา ถ้าหากไม่สามารถ หลีกเลี่ยงได้ควรใช้เป็นวิธีการสุดท้ายและนำกลยุทธ์รูปแบบอื่นมารวมด้วย

3. ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (Inter-functional Coordination) คือ การร่วมมือ กันของบุคลากรด้วยการสื่อสารระหว่างแผนกงานทุกฝ่ายเพื่อให้เกิดการประสานงานที่ดี มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับลูกค้าเพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการปฏิบัติงาน มีการแบ่งปันการใช้ ทรัพยากรร่วมกันและให้ความร่วมมือกันในการทำงานเพื่อสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าให้กับตลาด เป้าหมาย ความสำเร็จขององค์การจึงขาดการปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรไม่ได้ ดังนั้นการปฏิสัมพันธ์ ภายในองค์กรจึงมีความจำเป็นและสำคัญต่อการดำเนินงาน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความรู้ด้านการตลาดและ ทักษะความชำนาญของพนักงานรวมถึงผู้ร่วมลงทุน (วิภาวี เนาวรังษี, 2557; สุชาติพิทย์ จันทรเจริญผล , 2557)

วิภาวี เนาวรังษี (2557) กล่าวว่า นอกจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ยังประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการตัดสินใจ 2 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเน้นผลลัพธ์ระยะยาว (Long-term Focus) เป็นแนวคิดหรือความเชื่อของผู้บริหาร และพนักงานภายในองค์กรที่เน้นเรื่องการตัดสินใจ โดยการนำเอาองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ทั้งสามด้านที่กล่าวมานั้นมารวมกับแผนกต่าง ๆ ภายในองค์กรเพื่อสร้างผลกำไรในระยะยาว

การเน้นการอยู่รอดเติบโตและผลกำไร (Survival and Growth/Profit Emphasis) เป็นความเชื่อของผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กรที่เน้นเรื่องการตัดสินใจ โดยให้ความสำคัญ ไปที่การเติบโตและความมั่นคงของเศรษฐกิจที่มีผลต่อองค์การ

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะของการมุ่งเน้นตลาด ตามแนวคิดของ Narver and Slater (1990) ที่ชี้ให้เห็นว่าการมุ่งเน้นตลาดมีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (Inter-functional Coordination) มาเป็นตัวแปร

เชิงสาเหตุในการศึกษาวิจัย ซึ่งแนวคิดดังกล่าวเป็นการศึกษาการมุ่งเน้นตลาดด้านวัฒนธรรมองค์กร ที่นักวิจัยหลาย ๆ ท่านเห็นว่ามีประสิทธิภาพ โดยมีงานที่ทำการเปรียบเทียบแนวคิดเชิงทฤษฎีของ Narver and Slater (1990) กับ Kohli and Jaworski (1990) พบว่า ความตรงและความเชื่อมั่นของการวัดตามทฤษฎีของ Narver and Slater (1990) นั้นดีกว่า (Farrell and Oczkowski, 1997)

2.4 แนวคิดการมุ่งเน้นการเรียนรู้

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) ภายในองค์กรมีความจำเป็นอย่างมากต่อการอยู่รอดขององค์กรภายใต้สภาวะแรงกดดันทางการแข่งขันที่สูงและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งมีนักวิจัยจำนวนมากให้ความหมายการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ดังนี้

Sinkula et al. (1997) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า เป็นแนวคิดที่มีส่วนช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กร ซึ่งมีอิทธิพลต่อองค์การในการสร้างและการใช้ความรู้จึงเกิดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อให้สามารถนำความรู้เหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

Baker and Sinkula (1999) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นการแสดงให้เห็นถึงมูลค่าขององค์กรและการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมตลอดเวลา ดังนั้นจึงเป็นสิ่งที่กำหนดกรอบความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรและสิ่งแวดล้อม

Catantone et al. (2002) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า เป็นกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กรในการสร้าง และใช้ความรู้เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการได้รับและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของตลาด และการดำเนินงานของคู่แข่งตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

Sawaeen and A. M. Ali (2021) ได้ให้ความหมายของการเรียนรู้ไว้ว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดในการสร้างความรู้และทรัพย์สินที่จำเป็นในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าขององค์กรซึ่งคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยาก การมุ่งเน้นการเรียนรู้ยังเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนา กิจกรรมและประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องขององค์กรบนพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจอย่างแท้จริง ส่งเสริมให้องค์กรและบุคลากรได้รับความรู้ความสามารถใหม่ ๆ

ปพฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมดิจิทัล (2559) อธิบายว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ เป็นส่วนหนึ่งของการใช้การวัดผลแบบบูรณาการและหมายถึงวัฒนธรรมที่เน้นกระบวนการปรับปรุงข้อมูลเชิงลึก ความรู้และความเข้าใจเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กรและคุณค่าของลูกค้า ช่วยให้องค์กรสร้างกระบวนการและความสามารถในการประมวลผลข้อมูลที่ดี ซึ่งจำเป็นในการทำความเข้าใจข้อกำหนดภายในและความรุนแรงภายนอกด้วยวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ องค์กรมีความสามารถในการเรียนรู้ปัจจัยต่าง ๆ รวมถึงข้อกำหนดภายใน อาทิ ความต้องการของพนักงาน ทรัพยากรขององค์กร หรือการดำเนินงานขององค์กรและความรุนแรงภายนอก อาทิ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือกฎข้อบังคับของรัฐบาล เพื่อให้ประสบความสำเร็จในการมุ่งเน้นการเรียนรู้ องค์กรจึงสร้างและใช้ความรู้เพื่อเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันที่โดดเด่น และส่งเสริมประสิทธิภาพขององค์กร นอกจากนี้การมุ่งเน้นการเรียนรู้ยังมุ่งไปที่การแบ่งปันการใช้ความรู้และกระบวนการเปลี่ยนแปลงความรู้

สุกฤตา แท่งเพชร (2552) อธิบายว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้คือ ลักษณะเฉพาะขององค์กรที่ส่งผลต่อการสร้าง การใช้ และการถ่ายโอนความรู้ทุกประเภทในองค์กร ผ่านไปยังสมาชิกผ่านการเรียนรู้ การเปิดใจ และการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร

ชยบรรจ ขาวปลอด และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร (2561) อธิบายว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นศักยภาพการดำเนินกิจกรรมภายในองค์กรที่บ่งบอกแนวทางการปฏิบัติของคนภายในองค์กรที่ส่งต่อกันมาเป็นวัฒนธรรมองค์กรผ่านการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ และข้อมูลข่าวสารภายในองค์กรเพื่อการพัฒนาให้เกิดการเพิ่มมูลค่า โดยการสร้างองค์ความรู้ที่ก่อให้เกิดประโยชน์

การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพยังส่งผลให้องค์กรมีการวัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์ เพื่อให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ช่วยให้เข้าใจและใช้ประโยชน์จากการวัดผลการดำเนินงานที่มีคุณค่า ซึ่งสนับสนุนให้องค์กรอยู่รอดและยั่งยืนในกิจกรรมทางธุรกิจ ผลการดำเนินงานและการเติบโต และจากความหมายของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ข้างต้น จึงสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้ หมายถึง การเสริมสร้างให้องค์กรเกิดการเรียนรู้ ผ่านการถ่ายโอนความรู้ของบุคลากรในองค์กรที่มีประสบการณ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

องค์ประกอบของการมุ่งเน้นการเรียนรู้

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ เป็นการแสดงออกถึงกรอบค่านิยมขององค์การ การแบ่งปันข้อมูล และการใช้ความสามารถ ซึ่งความสำเร็จของกิจกรรมการเรียนรู้ต้องวัดจากผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ยังระบุว่าความสามารถขององค์การในการเรียนรู้ที่เร็วกว่าคู่แข่งยังช่วยให้องค์การมีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Sinkula et al., 1997) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ยังเป็นการกระทำของบุคคลที่นำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา นอกเหนือไปจากการให้ความสำคัญกับกลไกการตลาด จึงส่งผลต่อการสนับสนุนบุคลากรให้คิดนอกกรอบก่อให้เกิดกิจกรรมในการประมวลผลข้อมูลและการดำเนินการขององค์การ (Baker and Sinkula, 1999)

Sinkula et al. (1997) และ Baker and Sinkula (1999) กล่าวว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) และการยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) ในขณะที่ Calantone et al. (2002) ได้แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) การยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์การ (Intra organizational knowledge sharing)

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ พบว่านักวิจัยได้ศึกษาปัจจัยตัวชี้วัดการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน สรุปได้ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation)

ผู้ศึกษา	ตัวชี้วัด			
	การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning)	การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision)	การยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness)	การแบ่งปันความรู้ภายในองค์การ (Intra organizational knowledge sharing)
Sinkula et al. (1997)	✓	✓	✓	

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ผู้ศึกษา	ตัวชี้วัด			
	การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (commitment to learning)	การมีวิสัยทัศน์ ร่วมกัน (shared vision)	การยอมรับฟังความ คิดเห็น (open- mindedness)	การแบ่งปันความรู้ ภายในองค์กร (Intra Organizational Knowledge sharing)
Baker and Sinkula (1999)	✓	✓	✓	
Calantone et al. (2002)	✓	✓	✓	✓
Keskin (2006)	✓	✓	✓	✓
Eris and Ozmen (2012)	✓	✓	✓	
Suliyanto and Rahab (2012)	✓	✓	✓	✓
Long (2013)	✓	✓	✓	
Wan et al. (2017)	✓	✓	✓	
Haryanto et al. (2017)	✓	✓	✓	
Subagja et al. (2017)	✓	✓	✓	
Lita and Faisal (2018)	✓	✓	✓	
Mulyana et al. (2019)	✓	✓	✓	✓
Rahmati (2019)	✓	✓	✓	
Effendi et al. (2020)	✓	✓	✓	

ที่มา: ผู้วิจัย

จากการรวบรวมงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่านักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ 3 ตัวชี้วัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Widiastuti et al. (2020) กล่าวว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้วัดจากตัวบ่งชี้ 3 ตัวชี้วัด ประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to

learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) และการยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) ซึ่งตัวบ่งชี้นี้มาจากทฤษฎีของ Sinkula et al. (1997) และ Baker and Sinkula (1999) รวมทั้งผลการศึกษาก่อนหน้านี้ของ Eris and Ozmen (2012) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) คือ การส่งเสริมให้บุคลากรเรียนรู้และเห็นคุณค่าขององค์การ เพื่อนำไปสู่การรับรู้สภาพการณ์ภายในองค์การ (ชยนรรจ์ ขาวปลอด และทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร, 2561)

Sinkula et al. (1997) ศูนย์กลางของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์การคือคุณค่าพื้นฐานที่มีต่อการเรียนรู้ คุณค่านี้มีอิทธิพลต่อองค์การที่มีแนวโน้มที่จะส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ หากองค์การให้คุณค่ากับการเรียนรู้เพียงเล็กน้อยก็จะมีแนวโน้มที่จะเกิดการเรียนรู้เพียงเล็กน้อยตาม

Calantone et al. (2002) การมุ่งมั่นในการเรียนรู้เป็นสิ่งที่จะต้องให้ความสำคัญเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรเพิ่มความรู้ ความสามารถ องค์การที่มุ่งมั่นในการเรียนรู้ถือว่าการเรียนรู้เป็นการลงทุนที่สำคัญที่มีผลอย่างยิ่งต่อการอยู่รอด ยิ่งองค์การให้ความสำคัญกับการเรียนรู้มากเท่าใดความเป็นไปได้ที่จะเกิดการเรียนรู้ก็ยิ่งมีมากขึ้นเท่านั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้เกี่ยวข้องกับการวางแผนทางเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวนั้นคือการลงทุนระยะสั้นจะให้ผลกำไรในระยะยาวต่อองค์การ หากองค์การไม่สนับสนุนการพัฒนาความรู้พนักงานจะไม่มีแรงจูงใจในการทำกิจกรรมการเรียนรู้

2. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) คือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ในองค์การที่พนักงานมีวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และมุ่งเน้นการทำงานโดยมีจุดหมายร่วมกัน รวมทั้งกำหนดวัตถุประสงค์การทำงานเพื่อตอบสนองเป้าหมายขององค์การ (สุภัญชลี อ้นไชยะ, 2555)

Sinkula et al. (1997) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันแตกต่างจากความมุ่งมั่นในการเรียนรู้และการยอมรับฟังความคิดเห็นตรงที่มีอิทธิพลต่อทิศทางการเรียนรู้ในขณะที่ความมุ่งมั่นและการยอมรับฟังความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อความเข้มข้นของการเรียนรู้ ซึ่งทั้งทิศทางและความเข้มข้นของการเรียนรู้เป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อสร้างโครงสร้างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ครอบคลุมทั้งทฤษฎีและการปฏิบัติ นักวิชาการส่วนใหญ่มองว่าการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการเรียนรู้เชิงรุก เนื่องจากเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ส่งเสริมความมุ่งมั่นและจุดมุ่งหมายของสมาชิกในองค์การ หากไม่มีความมุ่งมั่นและข้อตกลงเกี่ยวกับทิศทางที่องค์การกำลังดำเนินการอยู่จะส่งผลกระทบต่อให้แรงจูงใจในการเรียนรู้ลดลง นอกจากนี้หากไม่มีวิสัยทัศน์ร่วมกันบุคคลอาจจะไม่ทราบถึงความคาดหวังของ

องค์การว่ามีผลลัพธ์ที่จะวัดหรือใช้ทฤษฎีแบบไหนในการดำเนินการในสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม แม้ว่าจะถูกกระตุ้นให้เรียนรู้แต่เป็นเรื่องยากที่จะทราบถึงเหตุผลในการเรียนรู้

Calantone et al. (2002) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน เป็นการมุ่งเน้นการเรียนรู้ทั้งองค์การ กล่าวอีกนัยหนึ่งแม้ว่าจะมีแรงจูงใจในการเรียนรู้ แต่ก็ยากที่จะรู้ว่าจะเรียนรู้เรื่องใด ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างกว้างขวางในองค์การคือ มีความคิดสร้างสรรค์จำนวนมากแต่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ความคิดที่ดีไม่สามารถแปลงมาเป็นการกระทำได้ เนื่องจากความสนใจที่หลากหลายในองค์การ ดังนั้น การเรียนรู้เชิงบวกจึงจำเป็นต่อการนำความรู้ใหม่มาใช้ประโยชน์ แนวทางที่ชัดเจนสำหรับการเรียนรู้ ยังช่วยสร้างความสามารถและสร้างจุดแข็งให้กับองค์การจากการที่องค์การมีความแตกต่างกัน ในการรับและการตีความองค์ความรู้ ดังนั้นบุคคลที่ทำงานต่างกันจึงรับรู้นวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ

3. การยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) คือ การเปิดใจยอมรับฟังความคิดเห็นจากบุคคลรอบข้าง และความเต็มใจในการประเมินผลการดำเนินงานและการยอมรับแนวคิดใหม่จากการดำเนินงานขององค์การ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางการตลาด และพร้อมปรับเปลี่ยน โดยการพัฒนาจากพื้นฐานความรู้ (ชยบรรจ ขาวปลอด และทิพย์รัตน์ เลหา วิเชียร, 2561)

Calantone et al. (2002) การยอมรับฟังความคิดเห็นเป็นความพึงพอใจที่จะประเมิน ขั้นตอนการปฏิบัติงานขององค์การอย่างมีวิจารณ์ญาณและยอมรับแนวความคิดใหม่ ๆ องค์การต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและความผันผวนทางการตลาด อย่างไรก็ตาม ประสบการณ์ที่ได้รับในอดีตอาจให้คำแนะนำได้ หากองค์การยอมรับในความคิดเห็นและพร้อมที่จะหาสาเหตุของปัญหาซึ่งเป็นส่วนที่จะช่วยให้หลีกเลี่ยงวิธีการปฏิบัติงานที่ไม่เหมาะสมและช่วยในการพัฒนาฐานความรู้

ปาจรีชัย อ่อนสอาด (2559) กล่าวว่า เป็นการยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างของบุคคล เกี่ยวกับนโยบายขององค์การ ในสภาวะการทำงานที่ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างเปิดเผย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ตามแนวคิดของ Sinkula et al. (1997) ที่ชี้ให้เห็นว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้ประกอบด้วยลักษณะที่สำคัญ 3 ลักษณะ คือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) การยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness) มาเป็นตัวแปรเชิงสาเหตุ

ในการศึกษาวิจัย โดยนักวิจัยหลายท่านได้นำตัวชี้วัดดังกล่าวมาใช้เพื่อวัดอิทธิพลของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ต่อประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของธุรกิจ

2.5 แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ

แนวคิดผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ศึกษาและให้ความหมายของผลการดำเนินงานธุรกิจไว้ตามทัศนะของแต่ละท่าน ดังนี้

Singer and Edmondson (2006) ผลการดำเนินงาน เป็นความสำเร็จในเป้าหมายของธุรกิจ ซึ่งผลการดำเนินงานส่วนใหญ่จะพิจารณาจากหลายมิติ ซึ่งในแต่ละมิติอาจมีความสำคัญกับธุรกิจหนึ่งแต่อาจไม่มีความสำคัญกับอีกธุรกิจหนึ่งก็ได้ โดยผลการดำเนินงานของธุรกิจจะให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจเป็นสำคัญ

Wu and Lu (2012) ผลการดำเนินงาน เป็นแนวคิดโดยรวมที่ใช้ในการแสดงผลสุดท้ายของกิจกรรมการดำเนินงานขององค์กร นอกจากนี้ยังเป็นดัชนีสำหรับประเมินระดับความสำเร็จของโครงการ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการช่วยให้องค์กรจัดการทรัพยากรและควบคุมเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ชยบรรจ ขาวปลอด และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร (2561) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร เป็นการวัดภาพรวมผลประกอบการขององค์กรทั้งที่เป็นผลการดำเนินงานทางการเงินและไม่ใช้การเงิน เพื่อตรวจสอบว่าองค์กรดำเนินงานบรรลุวิสัยทัศน์ พันธกิจ ปรัชญา หรือค่านิยม นโยบาย วัตถุประสงค์และกลยุทธ์ระดับต่าง ๆ โดยผลลัพธ์จะบ่งบอกถึงความสามารถทางการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ

ศตายุ ร่มเย็น (2562) กล่าวว่า ผลการดำเนินงานของกิจการ คือ ผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานของกิจการ โดยพิจารณาในหลาย ๆ มิติ โดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กิจการวางไว้ ซึ่งสามารถบ่งชี้ถึงความสำเร็จในเป้าหมายของกิจการ

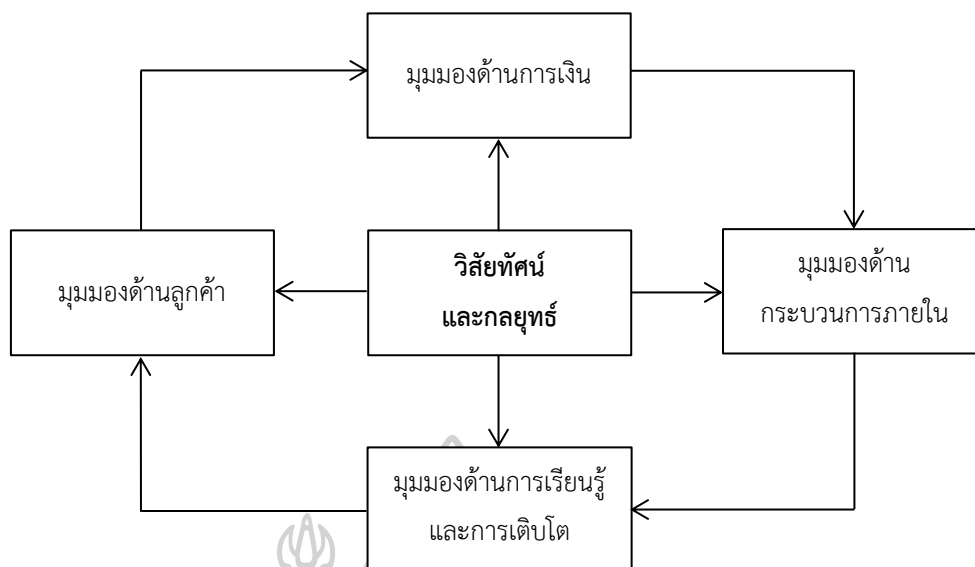
จากความหมายผลการดำเนินงานของธุรกิจข้างต้น จึงสรุปได้ว่าผลการดำเนินงานของธุรกิจ หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานธุรกิจโดยวัดภาพรวมของผลประกอบการเพื่อประเมินความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งสามารถวัดได้จาก 2 มิติ คือผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน

องค์ประกอบของผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผลการดำเนินงานสามารถแบ่งระดับการวัดได้หลายประเภท ได้แก่ การวัดผลการดำเนินงานภายในและภายนอกองค์กร การวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) เป็นต้น (สุภัญชลี อ้นไชยะ, 2555)

นักวิชาการได้นำเทคนิคในการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจมาพัฒนา อาทิ การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) โดย Robert Kaplan ศาสตราจารย์จาก Harvard Business School และ David Norton ประธานของบริษัทให้คำปรึกษาทางธุรกิจ ในปี ค.ศ. 1990 พบว่าองค์กรส่วนใหญ่นิยมใช้การประเมินผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นหลัก และมีปัญหาเกี่ยวกับดัชนีชี้วัดที่ล้าหลัง หลังจากทำวิจัยเป็นระยะเวลา 2 ปี Robert Kaplan และ David Norton ได้ตีพิมพ์ผลการวิจัยลงใน Harvard Business Review ซึ่งนำเสนอแนวคิดของ Balanced Scorecard เป็นครั้งแรก

Kaplan and Norton (1992) นำเสนอแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดประสิทธิภาพผลการดำเนินงาน ซึ่งไม่เพียงแต่วัดผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Non-Financial Performance) ซึ่งเป็นการวัดความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการ การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพเป็นการดูผลของการวัดจากทุกมุมมอง เพื่อให้เกิดดุลยภาพในทุกด้านมากกว่าการใช้มุมมองทางการเงินเพียงอย่างเดียวเพื่อให้ผู้บริหารสามารถมองภาพองค์กรได้อย่างชัดเจน ซึ่งการวัดผลแบบดุลยภาพครอบคลุม 4 มุมมอง ดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard)
ที่มา: Kaplan and Norton (1992)

จากภาพที่ 9 ในการจัดทำระบบการวัดแบบดุลยภาพ จำเป็นต้องอาศัยตัวชี้วัด (Key Performance Index-KPI) ประกอบในการจัดทำ โดยตัวชี้วัดดังกล่าวจะเป็นเครื่องมือที่ทำให้ทราบว่ามุมมองแต่ละด้านนั้นมีปัจจัยใดที่องค์การให้ความสำคัญในการประมวผล โดยมุมมองต่าง ๆ มีรายละเอียดดังนี้

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นมุมมองที่สำคัญสำหรับองค์การธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร เนื่องจากเป็นตัวบ่งชี้กลยุทธ์ที่ได้กำหนดและการนำกลยุทธ์ไปใช้ในทางปฏิบัติ การวัดผลด้านการเงินควรพิจารณา 3 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ วัดจากการเติบโตของยอดขาย กำไรและผลิตภัณฑ์ สัดส่วนรายได้จากลูกค้าใหม่ เป็นต้น

1.2 ด้านการลดลงของต้นทุน วัดจากรายได้/พนักงาน ต้นทุนเมื่อเทียบกับคู่แข่งชั้น และอัตราการลดต้นทุน เป็นต้น

1.3 ด้านการใช้สินทรัพย์ คำนึงถึงการลงทุน การทำวิจัย/พัฒนา และผลตอบแทนจากการลงทุน เป็นต้น

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) เป็นมุมมองที่สำคัญต่อธุรกิจ โดยธุรกิจต้องสามารถเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการ (Value proposition) และตัววัดผลต้องมีการคัดเลือกอย่างดีเพื่อแสดงความคิดเห็นของลูกค้าที่มีต่อธุรกิจ การวัดผลด้านลูกค้าควรพิจารณา 5 ด้าน ดังนี้

2.1 ส่วนแบ่งตลาด แบ่งกลุ่มลูกค้าตามลักษณะที่โดดเด่นของกลุ่มคนในตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เกี่ยวข้องและเพิ่มการมีส่วนร่วมของลูกค้าได้มากขึ้น

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า มีการติดตามความต้องการของลูกค้าและประเมินผลตลอดเวลา

2.3 การเพิ่มลูกค้าใหม่ พัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นและติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญที่สุด หากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการจะก่อให้เกิดความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง อีกทั้งยังสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า

2.5 ความสามารถในการทำกำไรจากลูกค้า องค์กรต้องวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าใครคือลูกค้าหลักและหาคุณค่าที่จำเป็นที่ต้องนำเสนอต่อลูกค้าหลักกลุ่มนั้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจเป็นลูกค้าขององค์กรให้นานที่สุด

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) เป็นระบบที่ให้ความสำคัญทางด้านการเงิน และลูกค้า ภายใต้มุมมองการนำเสนอคุณค่าหรือสร้างความพึงพอใจ หากองค์กรมีการบริหารกระบวนการภายในที่ดีจะส่งผลต่อการผลิตสินค้าและบริการที่รวดเร็ว สามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้องค์กรมีรายได้สูงขึ้น ซึ่งช่วยให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางการเงิน โดยมุมมองนี้จะให้ความสำคัญที่จะเสนอคุณค่าที่ลูกค้าต้องการด้วยการนำแนวคิดด้านห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลักสำคัญ 4 กิจกรรม ดังนี้

3.1 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การจัดเก็บ การแจกจ่ายวัตถุดิบและการนำเข้าต่าง ๆ

3.2 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้า

3.3 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บรวบรวม การจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ ไปยังลูกค้า

3.4 กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการขององค์กร ตลอดจนกิจกรรมที่ครอบคลุมการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าหรือรักษาสินค้า รวมทั้งบริการหลังการขาย ดังนั้น กระบวนการภายในจึงมีผลกระทบต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสำเร็จต่อธุรกิจทางการเงิน โดยตัวชี้วัดที่สำคัญของมุมมองนี้ ได้แก่ คุณภาพ ผลิตภาพ ระยะเวลาในการผลิตสินค้าและบริการ ต้นทุน เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)

เป็นมุมมองที่มีความสำคัญต่ออนาคตขององค์กรธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายใน องค์กรต้องมีการมุ่งเน้นการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานหลัก 3 ด้าน ดังนี้

4.1 ด้านทรัพยากรบุคคลภายในธุรกิจ พิจารณาจากทัศนคติและความพึงพอใจของพนักงาน ทักษะความสามารถของพนักงาน อัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน การฝึกอบรมพนักงาน และความรู้ของพนักงาน

4.2 ด้านระบบข้อมูลสารสนเทศ เทคโนโลยีสารสนเทศใหม่เป็นพื้นฐานสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ในมุมมองอื่น ๆ โดยพิจารณาจากความทันสมัยของข้อมูลและความถูกต้องของข้อมูล

4.3 ด้านวัฒนธรรมองค์กร หากการทำงานหรือระบบการจูงใจขององค์กร ไม่เหมาะสมจะส่งผลให้องค์การบรรลุวัตถุประสงค์ยาก จึงต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่เอื้อต่อการทำงานของพนักงานโดยพิจารณาจากวัฒนธรรมธุรกิจ ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ระบบการจูงใจพนักงานและโครงสร้างของธุรกิจเพื่อกระตุ้นให้พนักงานทุ่มเทและทำงานได้อย่างเต็มที่

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะของผลการดำเนินงานธุรกิจ ตามแนวคิดของ Kaplan and Norton (1992) ที่ชี้ให้เห็นว่าการวัดผลการดำเนินงานที่ดี ควรประกอบไปด้วยการวัดผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance) และการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (Non- Financial Performance) ซึ่งมีความครอบคลุมในทุกมิติ ของการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ซึ่งประกอบด้วย 4 มุมมอง คือ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมอง

ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

Lekmat et al. (2018) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย: มีความสามารถทางการตลาดเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในประเทศไทย ด้วยการพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงานของธุรกิจกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้บริหารและผู้จัดการฝ่ายการตลาดของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมจำนวน 405 แห่ง ซึ่งเป็นตัวแทนของอุตสาหกรรมค้าปลีก/ค้าส่งและบริการหลายแห่งที่ตั้งอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (อิทธิพลเส้นทาง = 0.73) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Amin et al. (2016) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นตลาดซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นตลาดซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยผู้บริหารระดับกลาง-ระดับสูงในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มจำนวน 117 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (อิทธิพลเส้นทาง = 0.745) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้น

ความเป็นผู้ประกอบการที่มีข้อมูลทางการตลาดมากขึ้นเป็นตัวบ่งชี้ในการสำรวจโอกาสทางการตลาดใหม่ที่ดีกว่า

Affendy et al. (2015) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาดและผลการดำเนินงานของธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยมาจากผู้บริหารวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซียจำนวน 386 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (อิทธิพลเส้นทาง = 0.944) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Long (2013) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงานธุรกิจขององค์กรสื่อสารการตลาดในประเทศเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการตลาด และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลกระทบของการดำเนินงานของธุรกิจในประเทศเวียดนามอย่างไร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร และผู้จัดการอาวุโสจำนวน 642 คน ในองค์กรสื่อสารการตลาดของประเทศเวียดนาม ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (อิทธิพลเส้นทาง = 0.295) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สำหรับความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรมและการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.179) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Shaher and Ali (2020) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางนวัตกรรม: มีการมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นตัวแปรคั่นกลางในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศคูเวต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในบริบทของ SME ในประเทศคูเวต กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยหัวหน้า ผู้จัดการและผู้บริหารจำนวน 221 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.241) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Effendi et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทตัวแปรกำกับของประเภทกลยุทธ์ที่มีความสัมพันธ์ระหว่าง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวิเคราะห์อิทธิพลประเภทกลยุทธ์ซึ่งเป็นตัวแปรกำกับที่มีความสัมพันธ์ต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจ SME กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมาจากกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของหัตถกรรมในยอคยาคาร์ต่างประเทศอินโดนีเซียจำนวน 141 ราย โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) และการวิเคราะห์หุ้ทุกกลุ่ม (Multi-Group Analysis-MGA) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.815) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งหนึ่งที่สำคัญต่อความสามารถในการขยายตัวของ SME และสามารถใช้ในการมุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อให้ระดับการเรียนรู้ขององค์กรสูงขึ้น

Rahmati (2019) ได้ศึกษาเรื่องความเป็นเลิศของทีมการตลาดในการทำหน้าที่เกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการแบ่งปันความรู้: การวิจัยเชิงประจักษ์ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอและทดสอบรูปแบบการบูรณาการโดยเน้นที่การขับเคลื่อนและผลที่ตามมาของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในบริบททางการตลาด และความเป็นเลิศทางธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กรรมการผู้จัดการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในตอนกลางของประเทศอิหร่านจำนวน 383 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรมและการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.341) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (อิทธิพลเส้นทาง = 0.134) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.453) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Allameh and Khalilakbar (2018) ได้ศึกษาเรื่องการสำรวจผลการดำเนินงานทางนวัตกรรมในอดีต: บทบาทของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการเรียนรู้ขององค์กร โดยมิตัดอุปสรรคเพื่อศึกษาผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้, ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีผลกระทบต่อการเรียนรู้ขององค์กรและผลการดำเนินงานทางนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กรรมการผู้จัดการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอิหร่านจำนวน 203 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.35) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 นอกจากนี้ยังพบว่ามีความสำคัญต่อสถาบันการศึกษา ผู้ปฏิบัติงาน และผู้กำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจ

Pardi et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งไปสู่การมุ่งเน้นการเรียนรู้ นวัตกรรม ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตรวจสอบและอธิบายผลกระทบของ

- 1) การมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ นวัตกรรม และผลการดำเนินงานทางการตลาด
- 2) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานทางการตลาด
- 3) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานทางการตลาด
- 4) นวัตกรรมเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและ

ผลการดำเนินงานทางการตลาด และ 5) ความได้เปรียบทางการแข่งขันกับผลการดำเนินงานทางการตลาด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการของวิสาหกิจผ้าบาติกขนาดกลางและขนาดย่อมในชวากลาง ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 97 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.512) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Ali et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการบริหารคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศซาอุดีอาระเบีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบร่วมกันของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การบริหารคุณภาพโดยรวมและผลการดำเนินงานขององค์กรในภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มาจากเจ้าของและผู้จัดการจำนวน 393 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (อิทธิพลเส้นทาง = 0.264) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Cake et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นกลยุทธ์ ความสามารถทางการตลาดและความสำเร็จในการเปิดตัวนวัตกรรมที่รุนแรง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการเปิดตัวนวัตกรรมที่รุนแรง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านความสามารถทางการตลาดและมีผลกระทบต่อความสำเร็จในการเปิดตัวนวัตกรรมที่รุนแรง กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มาจากระดับผู้จัดการถึงระดับประธาน/เจ้าของธุรกิจจำนวน 176 ราย ของบริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ บริษัทขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ ธุรกิจกับธุรกิจ และธุรกิจกับผู้บริโภคที่นำเสนอสินค้าและบริการที่หลากหลาย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง

การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีผลกระทบต่อความสามารถในการทำกำไร การขาย และส่วนแบ่งการตลาด (อิทธิพลเส้นทาง = 0.15) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Kadam et al. (2019) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของความฉลาดทางวัฒนธรรม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบความสามารถของ เจ้าของธุรกิจขนาดเล็ก ได้แก่ ความฉลาดทางวัฒนธรรม และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของบริษัทอย่างไร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ ประธานบริหาร และผู้จัดการจำนวน 106 ราย จากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศสหรัฐอเมริกาสำหรับเอมิเรตส์ ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรมและการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถ ในการทำกำไร การเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด คุณภาพสินค้าและบริการ (อิทธิพล เส้นทาง = 0.271) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Mantok et al. (2019) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและบทบาท ตัวแปรคั่นกลางของการเรียนรู้องค์การในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศอินเดีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบการเรียนรู้ขององค์การที่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างวิสาหกิจ การผลิตขนาดเล็ก ซึ่งประกอบไปด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภาวะวิกฤต/เศรษฐกิจที่กำลังพัฒนา เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการจำนวน 192 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์ สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการเติบโตของรายได้ ส่วนแบ่ง การตลาด กำไรสุทธิ และความพึงพอใจของลูกค้า (อิทธิพลเส้นทาง = 0.28) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

Subagja et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้น การเรียนรู้และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อนวัตกรรมและมีผลกระทบต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรของการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้น การเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ผ่านนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมผ้าบาติกในซิเรบอนประเทศอินโดนีเซียจำนวน 182 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร และส่วนแบ่งการตลาด (อิทธิพลเส้นทาง = 0.193) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการตลาด

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด

Widiastuti et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นตลาดต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้เพื่อให้บรรลุถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันของธนาคารท้องถิ่นในชวาตะวันออกของประเทศอินโดนีเซีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีส่วนในการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของธนาคาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากธนาคารท้องถิ่นจำนวน 95 แห่ง จากประชากรของธนาคารท้องถิ่นทั้งหมด 179 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ และเอกสารประกอบ โดยอาศัยการวิเคราะห์ส่วนประกอบโครงสร้างทั่วไป (Generalized Structured Component Analysis – GSCA) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.548) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพัฒนากลยุทธ์การจัดการจากมุมมองแนวคิดฐานตลาด และในทางปฏิบัติธนาคารท้องถิ่นยังสามารถใช้การมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นแหล่งของความได้เปรียบในการแข่งขันได้

Phorncharoen (2020) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จำนวน 555 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.857) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย ส่วนแบ่งการตลาด และความสามารถในการทำกำไร (อิทธิพลเส้นทาง = 0.475) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ดังนั้นผู้ประกอบการในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สามารถบรรลุผลการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ได้ โดยการพิจารณาและดำเนินการในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยการมุ่งเน้นการตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม

Pardi et al. (2014) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มุ่งไปสู่การมุ่งเน้นการเรียนรู้ นวัตกรรม ความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางการตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการตรวจสอบและอธิบายผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ นวัตกรรม ผลการดำเนินงานทางการตลาด และความได้เปรียบทางการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการของวิสาหกิจผ้าบาติกขนาดกลางและขนาดย่อมในชวากลาง ประเทศอินโดนีเซียจำนวน 97 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.332) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Suliyanto and Rahab (2012) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของการมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ที่ขัดแย้งกันระหว่างการมุ่งเน้น

ตลาดที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ และเพื่อให้การวิเคราะห์เชิงปริมาณซึ่งมีการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และความสามารถทางนวัตกรรมเป็นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญในองค์การที่เน้นเทคโนโลยี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มาจากเจ้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในบัญชีมาสเตอร์เงินของประเทศอินโดนีเซียจำนวน 150 แห่ง ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.443) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับข้อมูลการตลาดจากลูกค้าและคู่แข่ง จะช่วยให้องค์การเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจที่ดีขึ้น้องค์การ ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้และมีอัตลักษณ์ของพนักงานที่มีต่อภารกิจขององค์การ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่าองค์การต่าง ๆ ควรเสริมสร้างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วย

Micheels and Gow (2014) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางการเกษตร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดและนวัตกรรมในการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและผลการดำเนินงานของธุรกิจการผลิตทางการเกษตร กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยมาจากเกษตรกรผู้เลี้ยงวัวในประเทศสหรัฐอเมริกาจำนวน 279 คน ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (อิทธิพลเส้นทาง = 0.240) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และการมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นคู่แข่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลตอบแทนจากสินทรัพย์ กระแสเงินสด และประสิทธิภาพโดยรวม (อิทธิพลเส้นทาง = 0.222) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ผลลัพธ์ยังแสดงให้เห็นว่าบริษัทที่มีการมุ่งเน้นตลาดและมีนวัตกรรมสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าประสบการณ์ในการบริหารจัดการทำให้ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ลดลง

Watcharapun Phasuk (2557) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงสาเหตุ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางที่จดทะเบียนในกรมโรงงานอุตสาหกรรม จำนวน 364 องค์กร จาก 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้ อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์จำนวน 95 องค์กร อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกจำนวน 120 องค์กร อุตสาหกรรมการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมีจำนวน 76 องค์กร อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ จำนวน 39 องค์กร และอุตสาหกรรมการแปรรูปและการเก็บถนอมผลไม้และผักจำนวน 35 องค์กร ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง = 0.69) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สำหรับการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโดยรวม (อิทธิพลเส้นทาง = 0.32) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Eris and Ozmen (2012) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ: การวิจัยจากภาคโลจิสติกส์ของประเทศตุรกี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในภาคโลจิสติกส์ของประเทศตุรกี กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร ผู้จัดการภูมิภาค/สาขา และผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดที่เป็นผู้ให้บริการขนส่งและโลจิสติกส์จำนวน 352 แห่ง ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น (อิทธิพลเส้นทาง =

0.75) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่งและปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.28) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลลัพธ์ยังแสดงให้เห็นว่าบริษัทโลจิสติกส์ในประเทศตุรกีที่มุ่งเน้นการตลาด มุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมนั้นมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของบริษัท

Ali et al. (2020) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการบริหารคุณภาพโดยรวมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบร่วมกันของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การบริหารคุณภาพโดยรวมและผลการดำเนินงานขององค์กรในภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของราชอาณาจักรซาอุดีอาระเบีย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้มาจากเจ้าของและผู้จัดการจำนวน 393 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่งและปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน (อิทธิพลเส้นทาง = 0.110) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Subagja et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อนวัตกรรมและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรของการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมผ้าบาติกในซีเรบอนประเทศอินโดนีเซียจำนวน 182 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร และส่วนแบ่งการตลาด (อิทธิพลเส้นทาง = 0.228) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Long (2013) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงานธุรกิจขององค์การสื่อสารการตลาด ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลกระทบของการดำเนินงานของธุรกิจ ในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามอย่างไร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจ ผู้บริหารและผู้จัดการอาวุโสจำนวน 642 คน ในองค์การสื่อสารการตลาดของสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์ สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลกำไร การเติบโตของส่วนแบ่งการตลาด ยอดขาย และวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในองค์การ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.473) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 จากการวิเคราะห์งานวิจัยดังกล่าว ซึ่งเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

งานวิจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้

Haryanto et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: มีนวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมและผลการดำเนินการทางธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของ Meubeller จำนวน 155 คน โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นในการเรียนรู้ และการมีวิสัยทัศน์ร่วมกันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย

เพิ่มขึ้นของกำไร และการเติบโตของสินทรัพย์ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.409) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

Subagja et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อนวัตกรรมและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจผ่านนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มาจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของอุตสาหกรรมผ้าบาติกในซีเรบอนประเทศอินโดนีเซียจำนวน 182 ราย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการเติบโตของยอดขาย ความสามารถในการทำกำไร และส่วนแบ่งการตลาด (อิทธิพลเส้นทาง = 0.821) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

Wan et al. (2017) ได้ศึกษาเรื่องความเติบโตของผลการดำเนินงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมผ่านการมุ่งเน้นการเรียนรู้และกลยุทธ์การใช้ปฏิภาณไหวพริบในการสื่อสาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ กลยุทธ์การใช้ปฏิภาณไหวพริบในการสื่อสารและผลการดำเนินงานของธุรกิจ SME กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการจำนวน 368 ราย ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งเน้นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันและการยอมรับฟังความคิดเห็นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.050) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งพบว่าธุรกิจ SME จำเป็นต้องปรับปรุงการมุ่งเน้นการเรียนรู้ และเตรียมพร้อมสำหรับกลยุทธ์การใช้ปฏิภาณไหวพริบในการสื่อสารเพื่อแข่งขันกับการเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเนื่องจากทรัพยากรที่จำกัด

Lita and Faisal (2018) ได้ศึกษาเรื่องผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในอินโดนีเซีย: การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมองค์การเป็นตัวกำหนด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม

องค์การ และผลการดำเนินงานของธุรกิจในอนาคตที่สนับสนุนการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยเจ้าของธุรกิจและผู้จัดการที่ทำกิจกรรมด้านการผลิต และการตลาดจำนวน 131 แห่ง ประกอบด้วยอุตสาหกรรมเย็บปักถักร้อยและทอ จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสุมาตราตะวันตกของประเทศอินโดนีเซีย ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็นมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (อิทธิพลเส้นทาง = 0.274) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Watcharapun Phasuk (2557) ได้ศึกษาเรื่องการมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงสาเหตุ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลางที่จดทะเบียนในกรมโรงงานอุตสาหกรรมจำนวน 364 องค์การ จาก 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้ อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์จำนวน 95 องค์การ อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกจำนวน 120 องค์การ อุตสาหกรรมการผลิตเคมีภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เคมีจำนวน 76 องค์การ อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ยางอื่น ๆ จำนวน 39 องค์การ และอุตสาหกรรมการแปรรูปและการเก็บถนอมผลไม้และผักจำนวน 35 องค์การ ด้วยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural equation modeling-SEM) ผลการวิจัยพบว่า การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็นมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโดยรวม (อิทธิพลเส้นทาง = 0.52) โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จากการวิเคราะห์งานวิจัยดังกล่าว ซึ่งเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ จึงนำไปสู่การทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 6 การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

จากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวข้างต้น สามารถสรุปแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสนับสนุนองค์ประกอบที่ส่งผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังตารางที่ 6 ตารางที่ 6 สรุปองค์ประกอบ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบ	แนวคิดทฤษฎี	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	Miller (1983)	Lekmat et al. (2018), Amin et al. (2016), Affendy et al. (2015), Long (2013), Shaher and Ali (2020), Effendi et al. (2020), Rahmati (2019), Allameh and Khalilakbar (2018), Pardi et al. (2014), Ali et al. (2020), Cake et al. (2020), Kadam et al. (2019), Mantok et al. (2019), Subagja et al. (2017)
การมุ่งเน้นตลาด	Narver and Slater (1990)	Lekmat et al. (2018), Amin et al. (2016), Affendy et al. (2015), Long (2013), Phorncharoen (2020), Widiastuti et al. (2020) Pardi et al. (2014), Suliyanto and Rahab (2012), Micheels and Gow (2014), Watcharapun Phasuk (2557), Eris and Ozmen (2012), Ali et al. (2020), Subagja et al. (2017)
การมุ่งเน้นการเรียนรู้	Sinkula et al. (1997)	Long (2013), Shaher and Ali (2020), Effendi et al. (2020), Rahmati (2019), Allameh and Khalilakbar (2018), Pardi et al. (2014), Widiastuti et al. (2020), Phorncharoen (2020), Pardi et al. (2014), Suliyanto and Rahab (2012), Micheels and Gow (2014), Watcharapun Phasuk (2557), Eris and Ozmen (2012), Haryanto et al. (2017), Subagja et al. (2017), Wan et al. (2017), Lita and Faisal (2018)

ตารางที่ 6 (ต่อ)

องค์ประกอบ	แนวคิดทฤษฎี	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	Kaplan and Norton (1992)	Ali et al. (2020), Cake et al. (2020), Kadam et al. (2019), Mantok et al. (2019), Subagja et al. (2017), Long (2013), Phorncharoen (2020) , Micheels and Gow (2014), Watcharapun Phasuk (2557), Eris and Ozmen (2012), Ali et al. (2020), Subagja et al. (2017), Haryanto et al. (2017), Wan et al. (2017), Lita and Faisal (2018)

4. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเป็นเรื่องของการหาคำตอบต่อประเด็นปัญหาหรือวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยให้ความสำคัญในการพัฒนากรอบแนวคิด ซึ่งได้มาจากการทบทวนแนวคิดและการศึกษาผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเนื่องจากเป็นงานที่ได้ผ่านการศึกษาและทดสอบมาแล้ว เพื่อให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดของกลุ่มตัวแปร ดังนี้

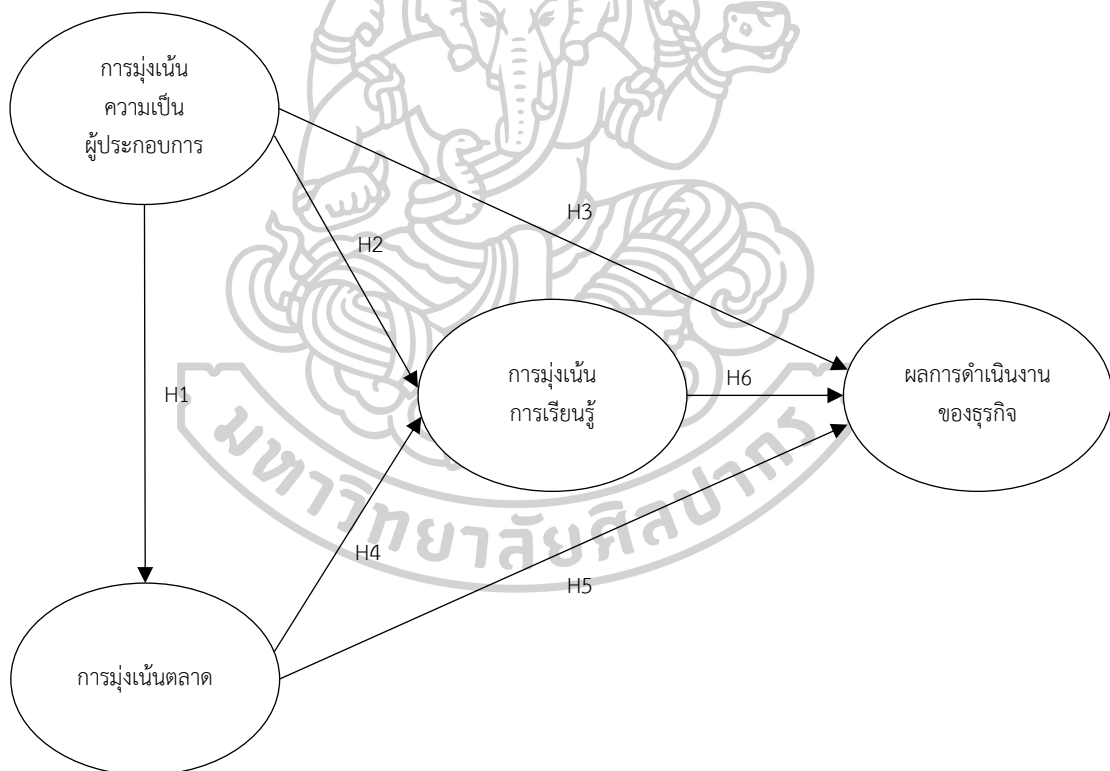
1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่กล่าวถึงจากการทบทวนวรรณกรรม โดยอาศัยแนวคิดของ Miller (1983) ซึ่งประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) การมีนวัตกรรม (Innovativeness) และการทำงานเชิงรุก (Proactiveness)

2. การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่กล่าวถึงจากการทบทวนวรรณกรรม โดยอาศัยแนวคิดของ Narver and Slater (1990) ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (Inter-functional Coordination)

3. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจที่กล่าวถึงจากการทบทวนวรรณกรรม โดยอาศัยแนวคิดของ Sinkula et al. (1997) ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) และการยอมรับฟังความคิดเห็น (Open-mindedness)

4. ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) ที่ใช้เป็นตัววัดในการวิจัยสรุปได้จากการทบทวนวรรณกรรม โดยอาศัยแนวคิดของ Kaplan and Norton (1992) ซึ่งประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective)

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ โดยแสดงแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) เพื่อใช้ในการทดสอบด้วยโปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structure) ดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 กรอบแนวคิดการวิจัย (Research Model)

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ที่มุ่งเน้นการทดสอบหรือยืนยันแนวคิดทฤษฎีเพื่ออธิบายข้อมูลหรือการอนุมานแบบนิรนัย (Deduction) เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย สามารถตอบคำถามในการวิจัยได้ชัดเจนครบถ้วน และถูกต้องตามหลักวิชาการ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล
6. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร (Population) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ดังนี้

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจขนส่งสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งหน่วยวิเคราะห์ (Unit of analysis) ของการวิจัยเป็นระดับองค์กร ตามรายชื่อของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า (Department of Business Development-DBD) จำนวน 900 บริษัท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากธุรกิจบริการขนส่งสินค้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยการพิจารณาจากการวิเคราะห์ สติตติงค์ประกอบ (Factor analysis) ตามแนวคิดของ Comrey and Lee (1992) ซึ่งกำหนดขนาด ตัวอย่างและระดับที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 จำนวนตัวอย่างและความเหมาะสม

จำนวนตัวอย่าง	ความเหมาะสม
50	ไม่สมควร (very poor)
100	น้อยเกินไป (poor)
200	ปานกลาง (fair)
300	ดี (good)
500	ดีมาก (very good)
มากกว่า 1,000	ดีมากที่สุด (excellent)

ที่มา: Comrey and Lee (1992)

งานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ขนาดจำนวนตัวอย่าง จำนวน 300 ตัวอย่าง ซึ่งมีความเหมาะสม อยู่ในระดับดี ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง และเพื่อให้ ได้กลุ่มตัวอย่างที่ดีในการให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) กับกลุ่มตัวอย่างการศึกษาที่เป็นเจ้าของกิจการ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมาย จากเจ้าของธุรกิจ อาทิเช่น ผู้บริหารระดับสูง กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ และ ผู้จัดการฝ่ายเป็นผู้ให้ข้อมูลและใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลให้ได้จำนวนตัวอย่างครบ 300 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการ ศึกษา โดยใช้สูตรในการคำนวณดังนี้

$$n = \frac{N \times \Sigma n}{\Sigma N}$$

โดยที่	n	=	จำนวนตัวอย่าง
	N	=	จำนวนบริษัท (ประชากร)
	Σn	=	จำนวนตัวอย่างทั้งหมด
	ΣN	=	จำนวนบริษัท (ประชากร) ทั้งหมด

และคำนวณหาสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างธุรกิจบริการขนส่งตามจังหวัดในภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ปราจีนบุรี สระแก้ว จันทบุรี นครนายก และตราด ด้วยการจัดสรรขนาดของกลุ่มแบบการจัดสรรแบบสัดส่วน (Proportional allocation) ซึ่งสัดส่วนของการสุ่มตัวอย่างแสดงดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

จังหวัดในภาคตะวันออก	จำนวนบริษัท (ประชากร)	จำนวนตัวอย่าง
ชลบุรี	499	166
ระยอง	162	54
ฉะเชิงเทรา	112	37
ปราจีนบุรี	55	18
สระแก้ว	26	9
จันทบุรี	20	7
นครนายก	18	6
ตราด	8	3
รวม	900	300

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2564)

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

2.1 ตัวแปรต้น (Independent variables) ได้แก่ 1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก

2.2 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediating variable) คือ 1) การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร และ 2) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) ประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น

2.3 ตัวแปรตาม (Dependent variables) คือ การวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย (Business Performance) ประกอบด้วย การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือที่ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมากำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบข้อคำถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัย
2. สร้างแบบสอบถามเบื้องต้น โดยพิจารณาเนื้อหาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึงกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์ และสมมติฐานของการวิจัย โดยสร้างข้อคำถามให้สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการและตัวชี้วัด
3. นำแบบสอบถามเบื้องต้นที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความครบถ้วน ความถูกต้องด้านภาษา และความครอบคลุมของเนื้อหา แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำ
4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แนะนำแล้วเสนอ

ต่อนักวิชาการและผู้ประกอบการที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ แล้วนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruency-IOC) ดังนี้

+1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้อง

0 หมายถึง ไม่แน่ใจหรือตัดสินใจไม่ได้

-1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้อง

โดยมีสูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ

IOC = ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

การพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจากการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ในทุกข้อคำถาม โดยการคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 ถือว่ามีค่าความเที่ยงตรงสูง ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะพิจารณาปรับปรุงหรือไม่คัดเลือก (Rovinelli and Hambleton, 1977)

5. นำแบบสอบถามที่ได้จากการปรับปรุงมาทำการทดสอบ (Pretest) ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามกับกลุ่มผู้บริหารของธุรกิจบริการขนส่งที่มีคุณสมบัติคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการหาความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient- α) (Cronbach, 1970; Hair et al., 2006) และใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ตามที่ Nunnally (1978) ได้เสนอแนะเกณฑ์การยอมรับที่ค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 สำหรับงานวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory research) โดยใช้สูตรในการคำนวณ ดังนี้

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_i^2} \right]$$

โดยที่	α	=	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
	k	=	จำนวนข้อของเครื่องมือ
	$\sum s_i^2$	=	ผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ
	s_i^2	=	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

จากการคำนวณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และค่าความเชื่อมั่นของข้อมูล

ข้อคำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ			
ด้านความกล้าเสี่ยง (EO1)			0.875
1. ยอมรับความเสี่ยงถึงแม้ไม่รู้ถึงสิ่งที่จะตามมา	0.800	0.841	
2. สามารถปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันที่รุนแรง	0.600	0.841	
3. ยอมรับและอดทนต่อความเสี่ยงที่สูง	0.800	0.658	
4. มีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนแสวงหาโอกาสการลงทุนเพิ่ม	1.000	0.620	
5. ปรับปรุงการปฏิบัติงานจากการเรียนรู้ข้อผิดพลาด และประสบการณ์	0.800	0.588	
ด้านการมีนวัตกรรม (EO2)			0.927
6. คำนึงถึงคุณค่าของการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจและกำลังใจให้กับบุคลากร	1.000	0.703	
7. แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจอยู่ตลอดเวลา	1.000	0.873	
8. สนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรแสวงหารูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ เสมอ	1.000	0.841	
9. มีการนำวิธีการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จแล้วมาปรับใช้ในองค์กร	1.000	0.908	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อคำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
ด้านการทำงานเชิงรุก (EO3)			0.906
10. เป็นผู้นำในการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดใหม่ ๆ	0.800	0.789	
11. มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	1.000	0.797	
12. ใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของตลาดก่อนคู่แข่ง	1.000	0.803	
13. มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันจากทั้งภายใน และภายนอกประเทศ	1.000	0.807	
14. มีความกระตือรือร้นในการติดตามสภาพแวดล้อมของการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา	1.000	0.637	
การมุ่งเน้นตลาด			
ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (MO1)			0.841
15. มีการประเมินและตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	1.000	0.719	
16. แสวงหาและเสนอรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	1.000	0.640	
17. มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักคือ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก	0.800	0.672	
18. องค์กรมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า	1.000	0.713	
ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง (MO2)			0.937
19. ตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการดำเนินงานของคู่แข่ง	1.000	0.824	
20. มีการปรึกษาหารือเกี่ยวกับกลยุทธ์ของคู่แข่ง	1.000	0.900	
21. แสวงหาโอกาสในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน	1.000	0.869	
22. มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ	1.000	0.812	
ด้านปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (MO3)			0.963
23. ทุกแผนกทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร	1.000	0.853	
24. ทุกแผนกมีความทุ่มเทเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า	1.000	0.909	
25. มีการประชุมระหว่างแผนกเพื่อปรึกษาหารือ	1.000	0.869	
26. มีการแบ่งปันข้อมูลให้แก่บุคลากรระหว่างแผนกเพื่อให้เป็นที่ทราบกันทั่วทั้งองค์กร	1.000	0.920	
27. มีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันในแต่ละฝ่ายงาน	1.000	0.931	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อคำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
การมุ่งเน้นการเรียนรู้			
ด้านการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (LO1)			0.878
28. ความสามารถในการรับรู้เป็นส่วนสำคัญ ที่นำไปสู่ ความได้เปรียบในการแข่งขัน	1.000	0.744	
29. การเรียนรู้ของบุคลากรคือการลงทุนไม่ใช่ค่าใช้จ่าย	1.000	0.512	
30. การเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาความคิดและ ประสิทธิภาพพร้อมกันในทุกระดับ	1.000	0.868	
31. บุคลากรมีความกระตือรือร้นและตั้งใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ	1.000	0.765	
32. บุคลากรเรียนรู้ความผิดพลาดโดยนำความผิดพลาดดังกล่าวมา ปรับปรุงการปฏิบัติงาน	1.000	0.733	
ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (LO2)			0.962
33. มีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในทุกระดับ ทุกหน้าที่ และ ทุกแผนก	1.000	0.894	
34. บุคลากรทุกคนมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายของธุรกิจร่วมกัน	1.000	0.907	
35. บุคลากรตระหนักว่าตนเองมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อให้ ธุรกิจไปสู่ทิศทางเดียวกัน	1.000	0.890	
36. มีการนำวิสัยทัศน์ขององค์กรไปประยุกต์ใช้ใน การปฏิบัติงาน	1.000	0.933	
ด้านการยอมรับฟังความคิดเห็น (LO3)			0.924
37. พร้อมยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างจากบุคคลอื่น	1.000	0.839	
38. สนับสนุนให้พนักงานคิดนอกกรอบ	1.000	0.776	
39. ให้การยอมรับและเข้าใจความแตกต่างของบุคลากร	1.000	0.928	
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ			
ด้านการเงิน (BP1)			0.932
40. กิจการมีรายได้จากการให้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้น	0.800	0.891	
41. มีกำไรจากการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	1.000	0.882	
42. กิจการสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และตรงตาม วัตถุประสงค์	0.800	0.865	
43. สามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.000	0.734	

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อคำถาม	IOC	Corrected Item-Total Correlation	α
ด้านลูกค้า (BP2)			0.864
44. สามารถรักษารฐานลูกค้ารายเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.000	0.645	
45. สามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้น	1.000	0.802	
46. กิจการมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้น	1.000	0.698	
47. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการ	1.000	0.782	
ด้านกระบวนการภายใน (BP3)			0.945
48. กิจการได้รับการยอมรับในด้านการเก็บรักษาที่ต้องตาม คุณสมบัติของสินค้าทั้งก่อนและขณะจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า	1.000	0.812	
49. ทำงานเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.800	0.924	
50. สามารถใช้สินทรัพย์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1.000	0.841	
51. ลดความผิดพลาดในการทำงานและปฏิบัติงานได้ถูกต้อง	1.000	0.911	
ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (BP4)			0.916
52. มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในงานเพิ่มขึ้น	0.800	0.653	
53. สามารถลดอัตราการลาออกของบุคลากร	1.000	0.848	
54. บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน	1.000	0.879	
55. บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร	1.000	0.868	
รวม			0.981

4. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทบทวนวรรณกรรมและผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดที่เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเชิงสำรวจ โดยมีเครื่องมือที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวความคิดทฤษฎี เอกสารต่าง ๆ และงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบหลายคำตอบ (Multiple choice questions) และเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วยเพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน และประสบการณ์ทำงาน โดยมีข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ และให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งลักษณะของคำถามจะเป็นคำถามแบบปลายปิดแบบหลายคำตอบ (Multiple choice questions) และเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วยจำนวนพนักงาน ระยะเวลาในการดำเนินงาน กลุ่มลูกค้าหลัก และรูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ โดยมีข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ และให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นมาตรวัดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก โดยมีข้อคำถามจำนวน 14 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นมาตรวัดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นตลาด ที่สร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยมีข้อคำถามจำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 5 เป็นมาตรวัดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น โดยมีข้อคำถามจำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 6 เป็นมาตรวัดเกี่ยวกับการวัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษางานวิจัย ลักษณะของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ซึ่งมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ ประกอบด้วย มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต โดยมีข้อคำถามจำนวน 16 ข้อ

ส่วนที่ 7 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะที่ส่งผลกระทบต่อ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยมีลักษณะของคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open-ended questionnaire)

สำหรับลักษณะของแบบสอบถามที่เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) จำนวน 5 ระดับ ของไลเคิร์ต (Likert scale) ใช้เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็นมีรายละเอียด ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง	ระดับมากที่สุด	มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน
ระดับ 4 หมายถึง	ระดับมาก	มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
ระดับ 3 หมายถึง	ระดับปานกลาง	มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
ระดับ 2 หมายถึง	ระดับน้อย	มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ระดับ 1 หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด	มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน

โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลตามแนวคิดของเบสท์ (Best and Kahn, 1981) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49	หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นแหล่งข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากกลุ่มตัวอย่าง โดยแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาก่อนจำนวน 300 ชุด โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional stratified random sampling)

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

ระยะที่ 1 ผู้วิจัยได้นำหนังสือจากภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร ไปยังธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อแนะนำตัวและขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล

ระยะที่ 2 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 ชุด

ระยะที่ 3 ในการเก็บแบบสอบถามกลับคืนใช้เวลาประมาณ 6 เดือน อยู่ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 - มิถุนายน พ.ศ. 2565

ระยะที่ 4 ตรวจสอบข้อมูลที่ได้รับและเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่สมบูรณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ครบตามจำนวนที่กำหนด

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ชุด มาดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล ซึ่งจะทำให้ผู้วิจัยแน่ใจได้ว่าข้อมูลที่นำมาประมวลผลนั้นเป็นข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ถูกต้องและอยู่ในรูปแบบเดียวกันทั้งหมด ก่อนจะนำข้อมูลไปทำการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการบรรยายคุณลักษณะของประชากร โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (Coefficient of variation) ค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและธุรกิจบริการขนส่ง

2. สถิติเชิงอนุมานหรือเชิงอ้างอิง (Inferential statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's rank correlation coefficient) และหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) โดยใช้โปรแกรม AMOS (Analysis Moment of Structure) (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560) ซึ่งมีค่าสถิติที่สำคัญในการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองทางทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย

2.1 ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานและสหสัมพันธ์ของค่าประมาณพารามิเตอร์ (Standard errors and correlation of estimates) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (AMOS) ให้ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน ค่าประมาณพารามิเตอร์ ค่าสถิติ และค่าสหสัมพันธ์ระหว่างค่าประมาณ ค่าประมาณที่ได้มีนัยสำคัญทางสถิติแสดงว่า ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานมีขนาดเล็ก ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างค่าประมาณมีค่าไม่สูงมากเป็นแบบจำลองที่ดี

2.2 สหสัมพันธ์พหุคูณและสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Multiple correlation and coefficients of determination) เป็นค่าสหสัมพันธ์พหุคูณและสัมประสิทธิ์การพยากรณ์สำหรับตัวแปรสังเกตได้แยกทีละตัวและรวมทุกตัว รวมทั้งสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ของสมการโครงสร้างมีค่าไม่เกิน 1.00 และค่าที่สูงแสดงว่าแบบจำลองมีความตรง

2.3 ค่าสถิติวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of fit measures) ค่าสถิติในกลุ่มนี้ใช้ตรวจสอบความตรงของแบบจำลองเป็นภาพรวมทั้งแบบจำลอง ประกอบด้วย

2.3.1 ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistics) ใช้ทดสอบสมมติฐานทางสถิติว่าฟังก์ชันความกลมกลืนมีค่าเป็นศูนย์ โดยค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าต่ำหรือเข้าใกล้ศูนย์มากและมีค่าใกล้เคียงกับจำนวนองศาแห่งความอิสระ (Degree of freedom) แสดงว่าแบบจำลองทางสถิติมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3.2 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index-GFI) ดัชนี GFI มีค่ามากกว่า 0.95 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3.3 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index-AGFI) เมื่อนำดัชนี GFI มาปรับแก้โดยคำนึงถึงขนาดความเป็นอิสระ (df) รวมถึงตัวแปรและขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ค่าดัชนี AGFI มีค่ามากกว่า 0.95 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3.4 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index-CFI) หรือบางครั้งเรียกว่า Bentler comparative fit index ใช้เปรียบเทียบแบบที่คาดไว้กับตัวแบบอิสระ โดยตัวแบบอิสระ หมายถึง ตัวแปรที่อิสระต่อกันหรือค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรเป็นศูนย์นั่นเอง โดยค่า CFI มีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่าเกิดความกลมกลืนระหว่างตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยทั่วไปถ้าค่า CFI มีค่ามากกว่า 0.95 จะถือว่าเกิดความกลมกลืน

2.3.5 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือมาตรฐาน (Standardize Root Mean Squared Residual-SRMR) เป็นค่าบ่งบอกถึงความคลาดเคลื่อนของแบบจำลอง ถ้าค่า SRMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3.6 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square of Error Approximation-RMSEA) ค่าของ RMSEA มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงว่า แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

2.3.7 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (Normed Fit Index-NFI) หรือบางครั้งเรียกว่า Bentler-Bonett Normed Fit Index โดยค่า NFI มีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และถ้าค่า NFI มีค่ามากกว่า 0.95 แสดงว่า แบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสามารถสรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลองดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 สรุปค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบจำลอง

ดัชนีความสอดคล้อง	ค่าที่ยอมรับว่ามีความสอดคล้อง	อ้างอิง
χ^2	> 0.05	Diamantopolous and Siguwaw (2000)
χ^2/df	≤ 2	Schumaker and Lomax (2004)
GFI	> 0.95	Diamantopolous and Siguwaw (2000)
AGFI	> 0.95	Schumaker and Lomax (2004)
RMSEA	< 0.05	Diamantopolous and Siguwaw (2000)
CFI	> 0.95	Diamantopolous and Siguwaw (2000)
NFI	> 0.95	Schumaker and Lomax (2004)
SRMR	< 0.05	Diamantopolous and Siguwaw (2000)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย โดยมีองค์ประกอบด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานของตัวแบบจำลองเชิงสาเหตุ

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีการใช้สัญลักษณ์แทนค่าทางสถิติและตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ดังต่อไปนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าทางสถิติ

\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ย
SD	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน	จำนวนข้อมูลตัวอย่าง
SE	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
$\%CV$	แทน	ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย
Skewness (SK)	แทน	ค่าความเบ้ของข้อมูล
Kurtosis (KU)	แทน	ค่าความโด่งของข้อมูล
r	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร
e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนตัวแปรสังเกตได้ เนื่องจากในการวัด

โมเดลไม่สามารถวิเคราะห์ได้ถูกต้องครบถ้วนทุกปัจจัย

KMO	แทน	สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร
Bartlett's Test	แทน	สถิติทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร
R^2	แทน	ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง
χ^2	แทน	ค่าไค-สแควร์
χ^2/df	แทน	ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์
df	แทน	องศาอิสระ
CR	แทน	อัตราส่วนที่สำคัญ หรือค่าความเชื่อมั่นองค์ประกอบ
P	แทน	ค่า p value ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
GFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนของตัวแบบจำลอง
AGFI	แทน	ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว
CFI	แทน	ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบ
NFI	แทน	ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพันธ์
RMSEA	แทน	ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน
RMR	แทน	ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ
สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร		
EO	แทน	การมุ่งความเป็นผู้ประกอบการ
EO1	แทน	ความกล้าเสี่ยง
EO2	แทน	การมีนวัตกรรม
EO3	แทน	การทำงานเชิงรุก
MO	แทน	การมุ่งเน้นตลาด
MO1	แทน	การมุ่งเน้นลูกค้า
MO2	แทน	การมุ่งเน้นคู่แข่ง
MO3	แทน	ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร
LO	แทน	การมุ่งเน้นการเรียนรู้
LO1	แทน	การมุ่งมั่นในการเรียนรู้

LO2	แทน	การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน
LO3	แทน	การยอมรับฟังความคิดเห็น
BP	แทน	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ
BP1	แทน	มุมมองด้านการเงิน
BP2	แทน	มุมมองด้านลูกค้า
BP3	แทน	มุมมองด้านกระบวนการภายใน
BP4	แทน	มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ เป็นผู้บริหารของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย จำนวน 300 ตัวอย่าง การนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นของการวิจัย เพื่อให้ทราบและเข้าใจลักษณะพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามและลักษณะของธุรกิจ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการแปลความหมายของผลการวิจัยและการกำหนดขอบเขตของการนำผลการวิจัยไปใช้ โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะของประชากร

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ความถี่	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	145	48.30
หญิง	155	51.70
อายุ		
26-35 ปี	89	29.70
36-45 ปี	112	37.30
46-55 ปี	62	20.70
มากกว่า 55 ปี	37	12.30

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	ความถี่	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	34	11.30
ปริญญาตรี	161	53.70
ปริญญาโท	97	32.30
ปริญญาเอก	8	2.70
ระดับตำแหน่งงาน		
เจ้าของกิจการ	108	36.00
ผู้บริหารระดับสูง	72	24.00
ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย	120	40.00
ประสบการณ์ทำงาน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	56	18.70
6-10 ปี	92	30.70
11-15 ปี	59	19.70
มากกว่า 15 ปี	93	31.00
รวม	300	

จากตารางที่ 11 ผลการสำรวจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี เป็นจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ช่วงอายุ 26-35 ปี และช่วงอายุ 46-55 ปี ตามลำดับ ผู้ที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด ระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับการศึกษาปริญญาโท และระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ตามลำดับ ผู้มีระดับการศึกษาปริญญาเอกมีจำนวนน้อยที่สุด สำหรับตำแหน่งงานของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในตำแหน่งผู้จัดการแผนก/ฝ่ายมากที่สุด รองลงมาคือ เจ้าของกิจการ และตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงน้อยที่สุด และสำหรับประสบการณ์ทำงานอยู่ในช่วงระยะเวลา 6-10 ปี และอยู่ในช่วงระยะเวลา 11-15 ปี ตามลำดับ มีระยะเวลาต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออก
ของประเทศไทย ดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าความถี่และค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่ง
ในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ	ความถี่	ร้อยละ
จำนวนพนักงาน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 คน	183	61.00
101-300 คน	73	24.30
301-500 คน	31	10.30
มากกว่า 500 คน	13	4.30
ระยะเวลาในการดำเนินงาน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี	64	21.30
6-10 ปี	40	13.30
11-15 ปี	38	12.70
มากกว่า 15 ปี	158	52.70
กลุ่มลูกค้าหลัก		
ชาวไทย	243	81.00
ชาวต่างชาติ	57	19.00
รูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้ง		
ธุรกิจ		
ห้างหุ้นส่วนสามัญ	3	1.00
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	62	20.70
บริษัทจำกัด	202	67.30
บริษัทมหาชนจำกัด	33	11.00
รวม	300	

จากตารางที่ 12 ผลการสำรวจข้อมูลของธุรกิจบริการขนส่ง พบว่า มีจำนวนพนักงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 คน มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 101-300 คน และมีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 301-500 คน ตามลำดับ จำนวนพนักงานมากกว่า 500 คน มีจำนวนน้อยที่สุด ระยะเวลาในการดำเนินงาน มากกว่า 15 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี และมีระยะเวลาในการดำเนินงานอยู่ระหว่าง 6-10 ปี ตามลำดับ ระยะเวลาในการดำเนินงาน 11-15 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด กลุ่มลูกค้าหลักเป็นลูกค้าชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ และสำหรับรูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ มีการจดทะเบียนบริษัทจำกัดมากที่สุด รองลงมาคือ จดทะเบียนห้างหุ้นส่วนจำกัด และจดทะเบียนบริษัทมหาชนจำกัด ตามลำดับ มีการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนสามัญน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้บริหารเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงาน โดยรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปร ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปรสังเกตได้ ดังตารางที่ 13-16

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO)	\bar{X}	SD	%CV	SK	KU
ความกล้าเสี่ยง (EO1)	3.966	0.580	14.62	-0.315	0.011
1. ยอมรับความเสี่ยงถึงแม้ไม่รู้ถึงสิ่งที่จะตามมา	3.540	0.790	22.31	-0.092	0.434
2. สามารถปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันที่รุนแรง	3.790	0.797	21.02	-0.564	0.909
3. ยอมรับและอดทนต่อความเสี่ยงที่สูง	3.730	0.816	21.88	-0.098	-0.574
4. มีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนแสวงหาโอกาสการลงทุนเพิ่ม	4.430	0.653	14.74	-0.935	0.727

ตารางที่ 13 (ต่อ)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO)	\bar{X}	SD	%CV	SK	KU
5. ปรับปรุงการปฏิบัติงานจากการเรียนรู้ข้อผิดพลาด และประสบการณ์	4.340	0.621	14.31	-0.470	-0.198
การมีนวัตกรรม (EO2)	4.222	0.510	12.07	-0.919	2.603
1. คำนึงถึงคุณค่าของการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจและกำลังใจให้กับบุคลากร	3.813	0.712	18.67	-0.048	-0.399
2. แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจอยู่ตลอดเวลา	4.443	0.618	13.90	-0.898	1.059
3. สนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรแสวงหารูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ เสมอ	4.377	0.619	14.14	-0.716	0.823
4. มีการนำวิธีการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จแล้วมาปรับใช้ในองค์กร	4.253	0.614	14.44	-0.561	1.156
การทำงานเชิงรุก (EO3)	3.958	0.582	14.69	-0.032	-0.251
1. เป็นผู้นำในการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดใหม่ ๆ	3.747	0.738	19.69	0.240	-0.784
2. มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา	4.177	0.643	15.40	-0.332	0.004
3. ใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของตลาดก่อนคู่แข่ง	3.900	0.687	17.61	-0.119	-0.284
4. มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันจากทั้งภายใน และภายนอกประเทศ	3.637	0.849	23.34	-0.120	-0.588
5. มีความกระตือรือร้นในการติดตามสภาพแวดล้อมของการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา	4.330	0.640	14.77	-0.578	0.125
รวมองค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	4.049	0.487	12.03	-0.423	0.782

จากตาราง 13 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการขององค์การตามความคิดเห็นของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.049 ค่าความเบ้เท่ากับ

-0.423 แสดงถึง ลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้ายเล็กน้อย ค่าความโด่งเท่ากับ 0.782 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมาก ซึ่งเข้าใกล้การแจกแจงปกติ และค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 12.03 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายตัวของตัวแปรน้อยกว่า 25% แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวปกติ และเมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่า การมีนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.222 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.919 แสดงถึง ลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้ายเล็กน้อย ค่าความโด่ง เท่ากับ 2.603 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างโด่งและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 12.07 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยแสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจอยู่ตลอดเวลา มีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.443 รองลงมาคือ ความกล้าเสี่ยง เท่ากับ 3.966 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.315 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.011 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างแบน ซึ่งเข้าใกล้การแจกแจงปกติและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 14.62 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยมีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนแสวงหาโอกาสการลงทุนเพิ่มมีค่าสูงสุด 4.430 และการทำงานเชิงรุก เท่ากับ 3.958 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.032 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ -0.251 เป็นลักษณะการแจกแจงแบนเล็กน้อย และค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 14.69 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ ตามลำดับ โดยมีความกระตือรือร้นในการติดตามสภาพแวดล้อมของการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา มีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.330 ส่วนรายข้อย่อยอื่น ๆ ในด้านดังกล่าวจะเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด

การมุ่งเน้นตลาด (MO)	\bar{X}	SD	%CV	SK	KU
การมุ่งเน้นลูกค้า (MO1)	4.164	0.578	13.886	-0.362	-0.466
1. มีการประเมินและตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	3.800	0.869	22.879	-0.369	-0.488
2. แสวงหาและเสนอรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	4.323	0.693	16.032	-0.834	0.641

ตารางที่ 14 (ต่อ)

การมุ่งเน้นตลาด (MO)	\bar{X}	SD	%CV	SK	KU
3. มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักคือ สร้าง ความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก	4.557	0.590	12.945	-0.960	-0.071
4. องค์กรมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า	3.977	0.778	19.556	-0.303	-0.489
การมุ่งเน้นคู่แข่ง (MO2)	3.893	0.623	16.017	-0.333	0.917
1. ตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการดำเนินงานของ คู่แข่ง	3.750	0.741	19.764	0.040	-0.259
2. มีการศึกษาหรือเกี่ยวกับกลยุทธ์ของคู่แข่ง	3.890	0.716	18.411	-0.440	0.610
3. แสวงหาโอกาสในการสร้างข้อได้เปรียบในการ แข่งขัน	4.263	0.704	16.513	-0.826	1.192
4. มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของคู่แข่ง อย่างสม่ำเสมอ	3.667	0.764	20.845	-0.213	-0.008
ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร (MO3)	3.989	0.598	15.001	-0.210	1.298
1. ทุกแผนกทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุถึง วัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร	3.887	0.741	19.064	-0.114	-0.256
2. ทุกแผนกมีความทุ่มเทเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ ลูกค้า	4.190	0.590	14.087	-0.466	2.189
3. มีการประชุมระหว่างแผนกเพื่อปรึกษาหารือ	4.063	0.684	16.828	-0.460	0.789
4. มีการแบ่งปันข้อมูลให้แก่บุคลากรระหว่าง แผนกเพื่อให้เป็นที่ทราบกันทั่วทั้งองค์กร	3.967	0.703	17.717	-0.419	0.625
5. มีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันในแต่ละ ฝ่ายงาน	3.837	0.752	19.595	-0.007	-0.412
รวมองค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด	4.015	0.531	13.222	-0.198	0.324

จากตาราง 14 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นตลาดขององค์กรตามความคิดเห็นของ
ผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.015 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.198 แสดงถึง
ลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้ายเล็กน้อย ค่าความโด่งเท่ากับ 0.324 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมาก
ซึ่งเข้าใกล้การแจกแจงปกติ และค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 13.222

ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายตัวของตัวแปรน้อยกว่า 25% แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวปกติ และเมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้า มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.164 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.362 แสดงถึง ลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ -0.466 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างแบนและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 13.886 ซึ่งมีการกระจายของตัวแปรปกติ โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักคือ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรกมีค่าสูงสุด 4.557 รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร เท่ากับ 3.989 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.210 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย เล็กน้อย ค่าความโด่ง เท่ากับ 1.298 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างสูงและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 15.001 ซึ่งมีการกระจายของตัวแปรปกติ โดยทุกแผนกมีความทุ่มเทเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้ามีค่าสูงสุด 4.190 และการมุ่งเน้นคู่แข่ง เท่ากับ 3.893 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.333 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.917 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมากและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 16.017 ซึ่งมีการกระจายของตัวแปรปกติ ตามลำดับ โดยแสวงหาโอกาสในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันมีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.263 ส่วนรายชื่อย่อยอื่น ๆ ในด้านดังกล่าวจะเห็นด้วยอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และ ความโด่งขององค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO)	\bar{x}	SD	%CV	SK	KU
การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (LO1)	4.253	0.476	11.182	-0.638	0.992
1. ความสามารถในการรับรู้เป็นส่วนสำคัญ ที่นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.243	0.576	13.577	-0.172	0.135
2. การเรียนรู้ของบุคลากรคือการลงทุนไม่ใช่ ค่าใช้จ่าย	4.090	0.728	17.805	-0.454	0.221
3. การเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนา ความคิดและประสิทธิภาพพร้อมกันในทุกระดับ	4.567	0.577	12.643	-1.050	0.688
4. บุคลากรมีความกระตือรือร้นและตั้งใจเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ	4.247	0.633	14.902	-0.493	0.497

ตารางที่ 15 (ต่อ)

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO)	\bar{x}	SD	%CV	SK	KU
5.บุคลากรเรียนรู้ความผิดพลาดโดยนำความผิดพลาดดังกล่าวมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน	4.117	0.557	13.541	-0.194	1.140
การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (LO2)	3.982	0.559	14.046	0.051	0.167
1.มีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในทุกระดับทุกหน้าที่ และทุกแผนก	3.767	0.712	18.908	0.205	-0.722
2.บุคลากรทุกคนมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายของธุรกิจร่วมกัน	4.113	0.584	14.210	-0.121	0.283
3.บุคลากรตระหนักว่าตนเองมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจไปสู่ทิศทางเดียวกัน	4.147	0.632	15.249	-0.287	0.109
4.มีการนำวิสัยทัศน์ขององค์กรไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน	3.900	0.667	17.101	-0.157	-0.090
การยอมรับฟังความคิดเห็น (LO3)	4.351	0.548	12.587	-0.742	0.462
1.พร้อมยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างจากบุคคลอื่น	4.307	0.617	14.324	-0.306	-0.643
2.สนับสนุนให้พนักงานคิดนอกกรอบ	4.423	0.697	15.756	-1.394	3.313
3.ให้การยอมรับและเข้าใจความแตกต่างของบุคลากร	4.323	0.606	14.006	-0.386	-0.139
รวมองค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้	4.195	0.463	11.037	-0.438	0.635

จากตาราง 15 แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์กรตามความคิดเห็นของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.195 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.438 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่งเท่ากับ 0.635 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างสูง และค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 11.037 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายตัวของตัวแปรน้อยกว่า 25% แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวปกติ และเมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่าการยอมรับฟังความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.351 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.742 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้ายเล็กน้อย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.462 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมาก ซึ่งเข้าใจถึงการแจกแจงปกติและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 12.587

ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยสนับสนุนให้พนักงานคิดนอกกรอบมีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.423 รองลงมาคือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ เท่ากับ 4.253 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.638 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.992 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมากและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 11.182 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยมีการเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาความคิดและประสิทธิภาพร่วมกันในทุกๆระดับ มีค่าสูงสุด 4.567 และการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน เท่ากับ 3.982 ค่าความเบ้ เท่ากับ 0.051 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงเบ้ขวา ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.167 เป็นลักษณะการแจกแจงสูงเล็กน้อยและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 14.046 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติตามลำดับ โดยบุคลากรตระหนักว่าตนเองมีส่วนร่วมในการดำเนินงานเพื่อให้ธุรกิจไปสู่ทิศทางเดียวกัน มีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.147 ส่วนรายข้อย่อยอื่น ๆ ในด้านดังกล่าวจะเห็นตัวอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละของค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และความโด่งขององค์ประกอบผลการดำเนินงานของธุรกิจ

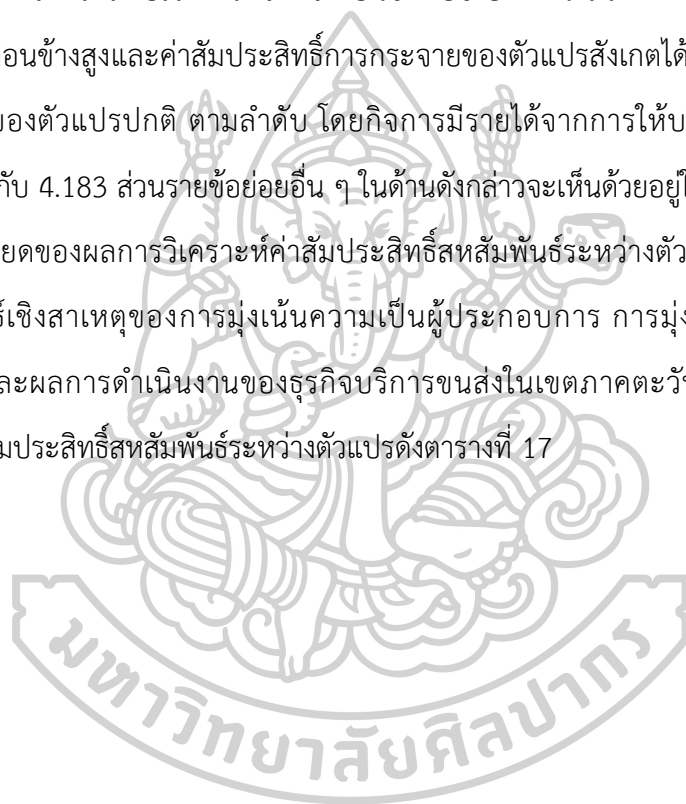
ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP)	\bar{x}	SD	%CV	SK	KU
การเงิน (BP1)	4.067	0.561	13.800	-0.924	1.293
1. กิจการมีรายได้จากการให้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้น	4.183	0.696	16.642	-0.564	0.266
2. มีกำไรจากการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้	3.980	0.659	16.560	-0.402	0.568
3. กิจการสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และตรงตามวัตถุประสงค์	4.103	0.693	16.901	-0.564	0.936
4. สามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.000	0.659	16.485	-0.634	1.699
ลูกค้า (BP2)	4.255	0.517	12.156	-0.777	0.159
1. สามารถรักษาฐานลูกค้ารายเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.237	0.585	13.799	-0.093	-0.432
2. สามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้น	4.003	0.715	17.868	-0.281	-0.249
3. กิจการมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้น	4.233	0.771	18.209	-0.825	0.331
4. ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการ	4.547	0.596	13.117	-0.943	-0.105

ตารางที่ 16 (ต่อ)

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP)	\bar{x}	SD	%CV	SK	KU
กระบวนการภายใน (BP3)	4.243	0.451	10.621	-0.477	0.789
1. กิจการได้รับการยอมรับในด้านการเก็บรักษาที่ถูกต้องตามคุณสมบัติของสินค้าทั้งก่อนและขณะจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า	4.127	0.564	13.673	-0.090	0.511
2. ทำงานเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	4.527	0.598	13.202	-0.860	-0.245
3. สามารถใช้สินทรัพย์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.180	0.596	14.263	-0.177	0.077
4. ลดความผิดพลาดในการทำงานและปฏิบัติงานได้ถูกต้อง	4.140	0.530	12.812	-0.003	0.939
การเรียนรู้และการเจริญเติบโต (BP4)	4.227	0.502	11.866	-0.637	0.483
1. มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในงานเพิ่มขึ้น	4.320	0.605	13.994	-0.377	-0.134
2. สามารถลดอัตราการลาออกของบุคลากร	3.837	0.747	19.479	-0.112	-0.460
3. บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน	4.523	0.636	14.054	-1.071	0.417
4. บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร	4.227	0.603	14.258	-0.236	-0.039
รวมองค์ประกอบผลการดำเนินงานของธุรกิจ	4.242	0.441	10.389	-0.749	0.884

จากตาราง 16 แสดงให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจตามความคิดเห็นของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.242 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.749 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่งเท่ากับ 0.884 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างสูงและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 10.389 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การกระจายตัวของตัวแปรน้อยกว่า 25% แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายตัวปกติ และเมื่อพิจารณารายด้านจะพบว่าลูกค้า มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.255 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.777 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.159 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างสูงและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 12.156 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการมีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.547 รองลงมาคือ กระบวนการภายใน เท่ากับ 4.243 ค่าความเบ้เท่ากับ -0.477 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.789 เป็นลักษณะ

การแจกแจงค่อนข้างสูงและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 10.621 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยทำงานเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้นมีค่าสูงสุด 4.527 การเรียนรู้และการเจริญเติบโต เท่ากับ 4.227 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.637 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 0.483 เป็นลักษณะการแจกแจงไม่สูงมากและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 11.866 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ โดยบุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงานมีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.523 และการเงิน เท่ากับ 4.067 ค่าความเบ้ เท่ากับ -0.924 แสดงถึงลักษณะการแจกแจงค่อนข้างเบ้ซ้าย ค่าความโด่ง เท่ากับ 1.293 เป็นลักษณะการแจกแจงค่อนข้างสูงและค่าสัมประสิทธิ์การกระจายของตัวแปรสังเกตได้เท่ากับ 13.800 ซึ่งมีค่าการกระจายของตัวแปรปกติ ตามลำดับ โดยกิจการมีรายได้จากการให้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้นมีค่าสูงสุดเท่ากับ 4.183 ส่วนรายช้อย่อยอื่น ๆ ในด้านดังกล่าวจะเห็นตัวอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังตารางที่ 17



ตารางที่ 17 ค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความล้มพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งต่อผลการทำงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียง

ของประเทศไทย

Variable	EO1	EO2	EO3	MO1	MO2	MO3	LO1	LO2	LO3	BP1	BP2	BP3	BP4
EO1	1												
EO2	0.653**	1											
EO3	0.622**	0.666**	1										
MO1	0.570**	0.610**	0.701**	1									
MO2	0.539**	0.579**	0.728**	0.632**	1								
MO3	0.476**	0.582**	0.706**	0.719**	0.672**	1							
LO1	0.563**	0.669**	0.674**	0.690**	0.588**	0.693**	1						
LO2	0.545**	0.621**	0.645**	0.624**	0.581**	0.682**	0.742**	1					
LO3	0.447**	0.535**	0.446**	0.470**	0.468**	0.445**	0.644**	0.589**	1				
BP1	0.314**	0.414**	0.400**	0.400**	0.489**	0.386**	0.577**	0.499**	0.570**	1			
BP2	0.337**	0.421**	0.396**	0.419**	0.459**	0.352**	0.599**	0.482**	0.624**	0.707**	1		
BP3	0.395**	0.511**	0.498**	0.472**	0.491**	0.459**	0.653**	0.585**	0.629**	0.595**	0.722**	1	
BP4	0.435**	0.521**	0.481**	0.485**	0.445**	0.432**	0.671**	0.599**	0.577**	0.623**	0.679**	0.745**	1

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.941, Bartlett's Test of Sphericity = 2,954.832, $df = 78$, p value = 0.000,

** $p < 0.01$

จากตาราง 17 เป็นการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างกันจากศูนย์ หมายถึง มีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่ตัวแปร ทั้งนี้ ทุกคู่มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกอยู่ระหว่าง 0.314-0.745 โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุดคือ ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านกระบวนการภายใน (BP3) และผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (BP4) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.745 ส่วนคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำที่สุดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง (EO1) และผลการดำเนินงานของธุรกิจด้านการเงิน (BP1) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.314 และเมื่อพิจารณาการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า Bartlett's Test of Sphericity = 2,954.832, $df = 78$, p value = 0.000 แสดงว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการตรวจสอบด้วย Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ปรากฏว่ามีค่าเท่ากับ 0.941 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงเป็นการยืนยันว่าตัวแปรทุกตัวมีความเหมาะสม

ตารางที่ 18 เมทริกค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตัวแปร	การมุ่งเน้น ความเป็น ผู้ประกอบการ (EO)	การมุ่งเน้น ตลาด (MO)	การมุ่งเน้น การเรียนรู้ (LO)	ผลการ ดำเนินงาน (BP)
การมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ (EO)	1.000			
การมุ่งเน้นตลาด (MO)	0.790**	1.000		
การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO)	0.740 **	0.745**	1.000	
ผลการดำเนินงาน (BP)	0.560**	0.559**	0.759 **	1.000

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.781, Bartlett's Test of Sphericity = 828.486, $df = 6$, p value = 0.000, ** $p < 0.01$

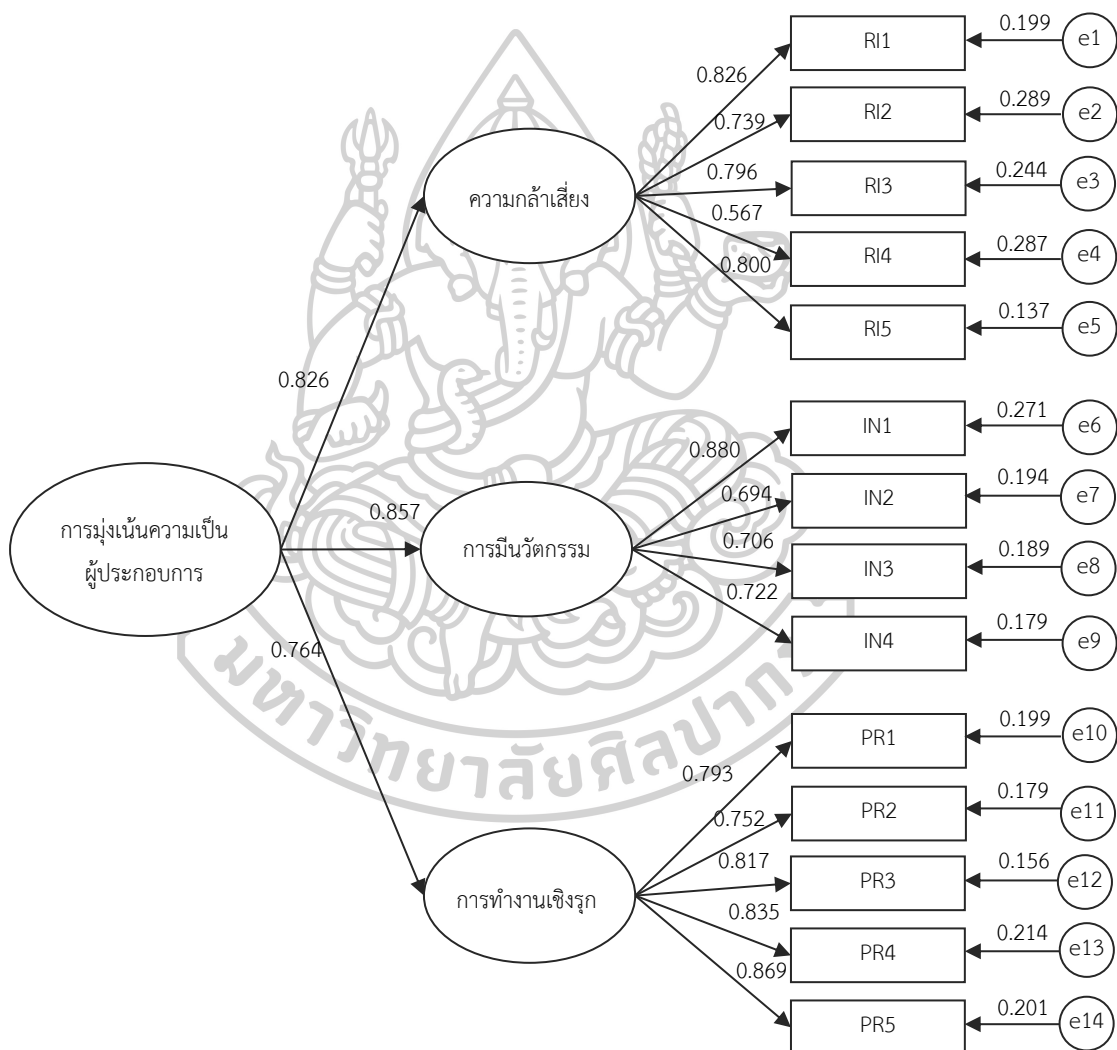
จากตารางที่ 18 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่ตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.790 ส่วนคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำที่สุดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาดและผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.559 และเมื่อพิจารณาการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์องค์ประกอบด้วยค่า Bartlett's Test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร พบว่า Bartlett's Test of Sphericity = 828.486, $df = 6$, $p \text{ value} = 0.000$ แสดงว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันในระดับที่เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบ และการตรวจสอบด้วย Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) ปรากฏว่า มีค่าเท่ากับ 0.781 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงเป็นการยืนยันว่า ตัวแปรทุกตัวมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบในลำดับต่อไป

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis-CFA) มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ก่อนการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง เพื่อยืนยันว่าตัวแปรโครงสร้าง (Construct variable) กับตัวแปรแฝง (Latent variable) สามารถวัดสิ่งที่ต้องการศึกษาได้ และเป็นไปตามทฤษฎีการวัดที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่าสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้าง ทำให้เกิดความมั่นใจว่าการวัดค่าตัวแปรที่ได้จากตัวอย่างสามารถอธิบายค่าจริงของประชากรได้ (Hair et al., 2006) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝง ประกอบด้วย (1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (2) การมุ่งเน้นตลาด (3) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และ (4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลของการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแสดงในรูปของตัวแบบจำลองการวัด (Measurement model) ดังต่อไปนี้

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่สามารถมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการพิจารณาจากสาเหตุขององค์ประกอบย่อยซึ่งประกอบด้วย ความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม และการทำงานเชิงรุก และเมื่อนำองค์ประกอบย่อยทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในภาพที่ 11 และ ตารางที่ 19



ภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ตารางที่ 19 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	SE	CR	P	R ²
EO1 ← EO	0.826	-	-	-	0.683
RI1 ← EO1	0.826	-	-	-	0.682
RI2 ← EO1	0.739	0.059	15.204	***	0.545
RI3 ← EO1	0.796	0.082	12.065	***	0.633
RI4 ← EO1	0.567	0.065	8.710	***	0.322
RI5 ← EO1	0.800	0.075	10.069	***	0.640
EO2 ← EO	0.857	0.101	9.798	***	0.735
IN1 ← EO2	0.880	-	-	-	0.458
IN2 ← EO2	0.694	0.072	9.531	***	0.481
IN3 ← EO2	0.706	0.072	9.669	***	0.498
IN4 ← EO2	0.722	0.070	10.103	***	0.521
EO3 ← EO	0.764	0.089	9.237	***	0.583
PR1 ← EO3	0.793	-	-	-	0.630
PR2 ← EO3	0.752	0.063	13.231	***	0.565
PR3 ← EO3	0.817	0.076	12.622	***	0.667
PR4 ← EO3	0.835	0.086	14.099	***	0.698
PR5 ← EO3	0.869	0.108	8.780	***	0.498

$\chi^2 = 43.577$, $\chi^2/df = 1.282$, $df = 34$, $p \text{ value} = 0.126$, $GFI = 0.982$, $AGFI = 0.943$, CFI

$= 0.996$, $NFI = 0.983$, $RMSEA = 0.031$, $RMR = 0.012$ *** $p \text{ value} \leq 0.001$

จากภาพที่ 11 และตารางที่ 19 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย พบว่า ตัวแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.282 ค่า $p \text{ value}$ มีค่าเท่ากับ 0.126 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.982 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง

กลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.943 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.996 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.983 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.031 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) 0.012

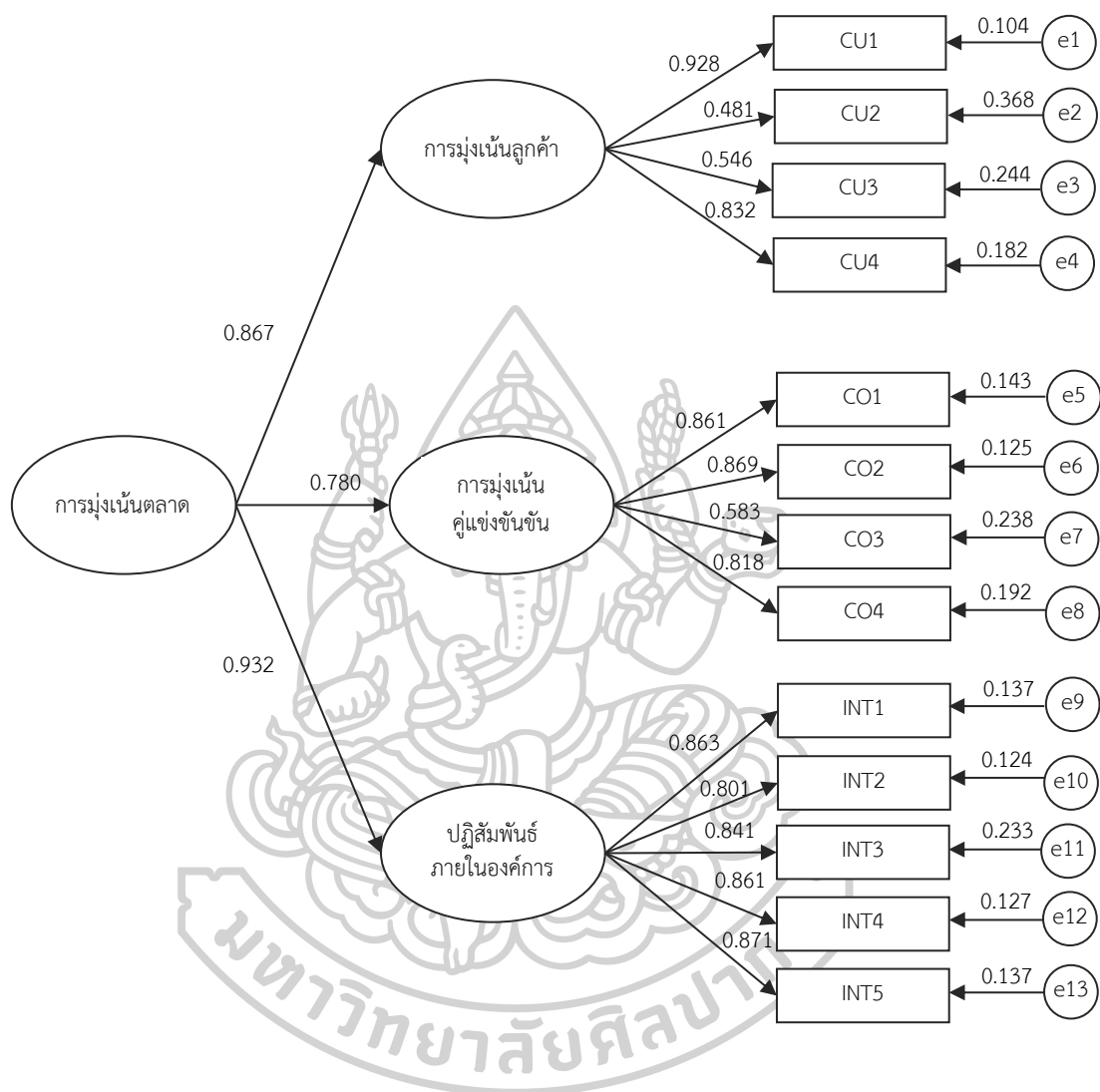
เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized regression weight) พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า โดยตัวแปรแฝงย่อยการมีนวัตกรรม (EO2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.857 รองลงมาคือ ความกล้าเสี่ยง (EO1) มีค่าเท่ากับ 0.826 และน้อยที่สุด คือ การทำงานเชิงรุก (EO3) มีค่าเท่ากับ 0.764 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่า ในส่วนของ EO1 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย RI1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.826 รองลงมาคือ RI5 มีค่าเท่ากับ 0.800 RI3 มีค่าเท่ากับ 0.796 RI2 มีค่าเท่ากับ 0.739 และ RI4 มีค่าเท่ากับ 0.567 ตามลำดับ ส่วน EO2 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย IN1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.880 รองลงมาคือ IN4 มีค่าเท่ากับ 0.722 IN3 มีค่าเท่ากับ 0.706 และ IN2 มีค่าเท่ากับ 0.694 ตามลำดับ และ EO3 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย PR5 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.869 รองลงมาคือ PR4 มีค่าเท่ากับ 0.835 PR3 มีค่าเท่ากับ 0.817 PR1 มีค่าเท่ากับ 0.793 และ PR2 มีค่าเท่ากับ 0.752 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่า CR หรือ t value พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างตัวแบบจำลองของตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรแฝงการมีนวัตกรรม (EO2) สามารถอธิบายอิทธิพลได้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 73.50 รองลงมาคือ ความกล้าเสี่ยง (EO1) สามารถอธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ 68.30 และการทำงานเชิงรุก (EO3) สามารถอธิบายอิทธิพลได้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.30 ตามลำดับ

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation)

การมุ่งเน้นตลาดเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่สามารถมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการพิจารณาจากสาเหตุขององค์ประกอบย่อย ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ และเมื่อนำองค์ประกอบ

ย่อทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในภาพที่ 12 และ ตารางที่ 20



ภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นตลาด

ตารางที่ 20 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งเน้นตลาด

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ	SE	CR	P	R ²
	มาตรฐาน				
MO1 ← MO	0.867	-	-	-	0.752
CU1 ← MO1	0.928	-	-	-	0.861
CU2 ← MO1	0.481	0.048	8.578	***	0.231

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนัก		CR	P	R ²
	องค์ประกอบ	SE			
มาตรฐาน					
CU3 ← MO1	0.546	0.044	9.112	***	0.298
CU4 ← MO1	0.832	0.045	17.869	***	0.692
MO2 ← MO	0.780	0.051	14.108	***	0.609
CO1 ← MO2	0.861	-	-	-	0.741
CO2 ← MO2	0.869	0.062	15.526	***	0.755
CO3 ← MO2	0.583	0.073	8.724	***	0.512
CO4 ← MO2	0.818	0.067	14.518	***	0.670
MO3 ← MO	0.932	0.066	12.911	***	0.869
INT1 ← MO3	0.863	-	-	-	0.745
INT2 ← MO3	0.801	0.047	15.832	***	0.641
INT3 ← MO3	0.841	0.068	13.391	***	0.500
INT4 ← MO3	0.861	0.056	17.094	***	0.742
INT5 ← MO3	0.871	0.052	20.045	***	0.758

$\chi^2 = 34.039$, $\chi^2/df = 1.261$, $df = 27$, p value = 0.165, GFI = 0.983, AGFI = 0.944, CFI = 0.997, NFI = 0.988, RMSEA = 0.030, RMR = 0.012 *** p value \leq 0.001

จากภาพที่ 12 และตารางที่ 20 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันในตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย พบว่า ตัวแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.261 ค่า p value มีค่าเท่ากับ 0.165 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.983 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.944 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.997 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.988 ค่ารากที่

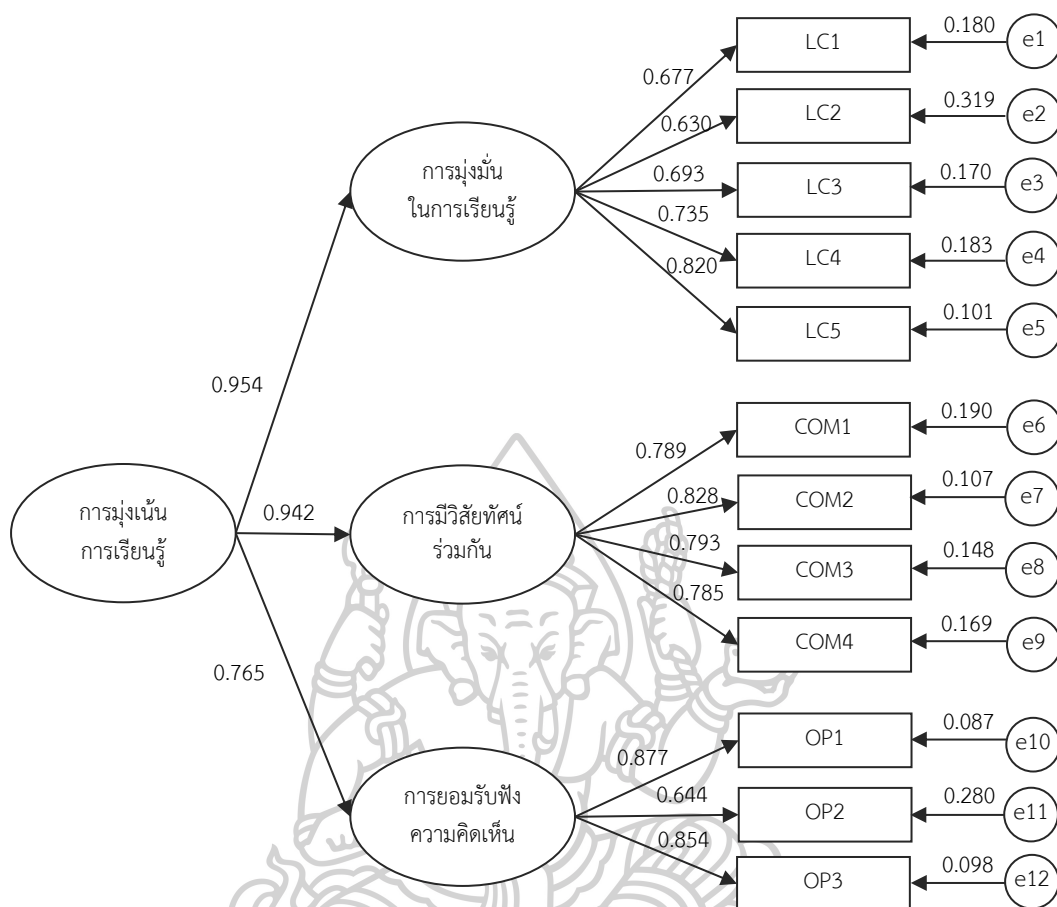
สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.030 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) 0.012

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized regression weight) พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า โดยตัวแปรแฝงย่อยการมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ (MO3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.932 รองลงมาคือ การมุ่งเน้นลูกค้า (MO1) มีค่าเท่ากับ 0.867 และน้อยที่สุด คือ การมุ่งเน้นคู่แข่ง (MO2) มีค่าเท่ากับ 0.780 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่า ในส่วนของ MO1 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย CU1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.928 รองลงมาคือ CU4 มีค่าเท่ากับ 0.832 CU3 มีค่าเท่ากับ 0.546 และ CU2 มีค่าเท่ากับ 0.481 ตามลำดับ ส่วน MO2 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย CO2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.869 รองลงมาคือ CO1 มีค่าเท่ากับ 0.861 CO4 มีค่าเท่ากับ 0.818 และ CO3 มีค่าเท่ากับ 0.583 ตามลำดับ และ MO3 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย INT5 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.871 รองลงมาคือ INT1 มีค่าเท่ากับ 0.863 INT4 มีค่าเท่ากับ 0.861 INT3 มีค่าเท่ากับ 0.841 และ INT2 มีค่าเท่ากับ 0.801ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่า CR หรือ t value พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างตัวแบบจำลองของตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด ตัวแปรแฝงการมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์การ (MO3) สามารถอธิบายอิทธิพลได้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 86.90 รองลงมาคือ การมุ่งเน้นลูกค้า (MO1) สามารถอธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ 75.20 และการมุ่งเน้นคู่แข่ง (MO2) สามารถอธิบายอิทธิพลได้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 60.90 ตามลำดับ

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation)

การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญที่สามารถมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยการพิจารณาจากสาเหตุขององค์ประกอบย่อย ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการยอมรับฟังความคิดเห็น และเมื่อนำองค์ประกอบย่อยทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิเคราะห์ ดังแสดงในภาพที่ 13 และตารางที่ 21



ภาพที่ 13 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมุ่งมั่นในการเรียนรู้

ตารางที่ 21 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	SE	CR	P	R ²
LO1 ← LO	0.954	-	-	-	0.911
LC1 ← LO1	0.677	-	-	-	0.458
LC2 ← LO1	0.630	0.118	9.939	***	0.397
LC3 ← LO1	0.693	0.099	10.246	***	0.480
LC4 ← LO1	0.735	0.106	11.289	***	0.540
LC5 ← LO1	0.820	0.095	12.317	***	0.673

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ตัวแปร	น้ำหนัก		SE	CR	P	R ²
	องค์ประกอบ	มาตรฐาน				
LO2 ← LO	0.942	0.140	10.147	***	0.887	
COM1 ← LO2	0.789	-	-	-	0.622	
COM2 ← LO2	0.828	0.058	14.775	***	0.685	
COM3 ← LO2	0.793	0.069	13.006	***	0.629	
COM4 ← LO2	0.785	0.051	18.147	***	0.617	
LO3 ← LO	0.765	0.111	9.975	***	0.585	
OP1 ← LO3	0.877	-	-	-	0.769	
OP2 ← LO3	0.644	0.075	10.965	***	0.415	
OP3 ← LO3	0.854	0.062	15.323	***	0.729	

$\chi^2 = 40.001$, $\chi^2/df = 1.143$, $df = 35$, $p \text{ value} = 0.258$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.951$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.981$, $RMSEA = 0.022$, $RMR = 0.011$ *** $p \text{ value} \leq 0.001$

จากภาพที่ 13 และตารางที่ 21 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบย่อย พบว่า ตัวแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.143 ค่า $p \text{ value}$ มีค่าเท่ากับ 0.258 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.978 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.951 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.981 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.022 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) 0.011

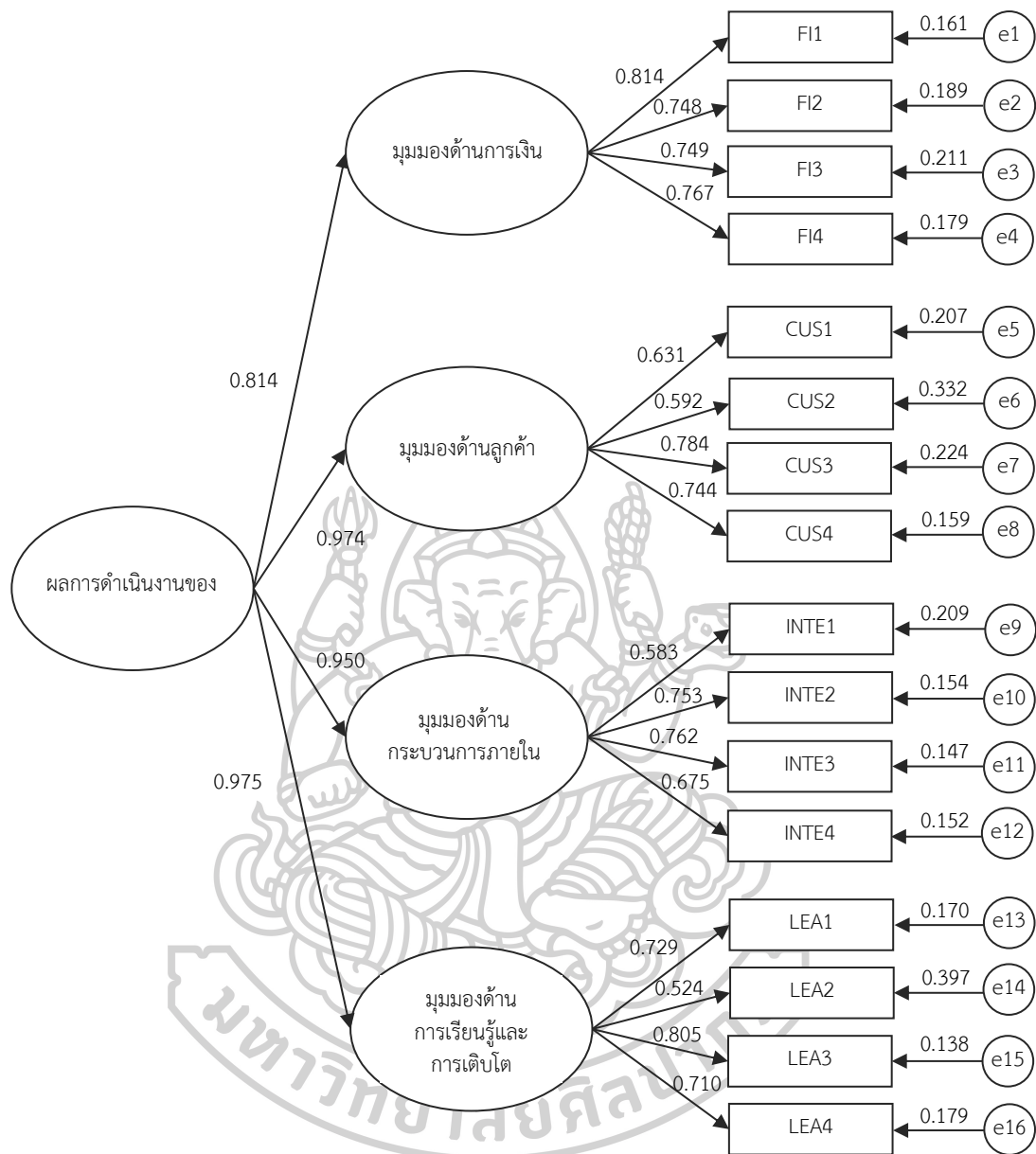
เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized regression weight) พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า โดยตัวแปรแฝงย่อยการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (LO1) มีค่าน้ำหนัก

องค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.954 รองลงมาคือ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (LO2) มีค่าเท่ากับ 0.942 และน้อยที่สุด คือ การยอมรับฟังความคิดเห็น (LO3) มีค่าเท่ากับ 0.765 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่า ในส่วนของ LO1 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย LC5 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.820 รองลงมาคือ LC4 มีค่าเท่ากับ 0.735 LC3 มีค่าเท่ากับ 0.693 LC1 มีค่าเท่ากับ 0.677 และ LC2 มีค่าเท่ากับ 0.630 ตามลำดับ ส่วน LO2 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดย COM2 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.828 รองลงมาคือ COM3 มีค่าเท่ากับ 0.793 COM1 มีค่าเท่ากับ 0.789 และ COM4 มีค่าเท่ากับ 0.785 ตามลำดับ และ LO3 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย OP1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.877 รองลงมาคือ OP3 มีค่าเท่ากับ 0.854 และ OP2 มีค่าเท่ากับ 0.644 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่า CR หรือ t value พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างตัวแบบจำลองของตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ตัวแปรแฝงการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (LO1) สามารถอธิบายอิทธิพลได้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 91.10 รองลงมาคือ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (LO2) สามารถอธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ 88.70 และการยอมรับฟังความคิดเห็น (LO3) สามารถอธิบายอิทธิพลได้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.50 ตามลำดับ

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance)

ผลการดำเนินงานของธุรกิจเป็นองค์ประกอบหรือปัจจัยที่สำคัญในการวัดความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ โดยการพิจารณาจากมุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต เมื่อนำองค์ประกอบย่อยทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการวิเคราะห์ดังแสดงในภาพที่ 14 และ ตารางที่ 22



ภาพที่ 14 ผลการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยันผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 22 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตัวแปร	น้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐาน	SE	CR	P	R ²
BP1 ← BP	0.814	-	-	-	0.663
FI1 ← BP1	0.814	-	-	-	0.662
FI2 ← BP1	0.748	0.066	13.277	***	0.559
FI3 ← BP1	0.749	0.069	13.335	***	0.560
FI4 ← BP1	0.767	0.070	12.816	***	0.589
BP2 ← BP	0.974	0.082	10.147	***	0.949
CUS1 ← BP2	0.631	-	-	-	0.398
CUS2 ← BP2	0.592	0.131	8.755	***	0.350
CUS3 ← BP2	0.784	0.160	10.117	***	0.615
CUS4 ← BP2	0.744	0.110	10.923	***	0.553
BP3 ← BP	0.950	0.084	8.136	***	0.902
INTE1 ← BP3	0.583	-	-	-	0.340
INTE2 ← BP3	0.753	0.145	9.439	***	0.567
INTE3 ← BP3	0.762	0.144	9.516	***	0.580
INTE4 ← BP3	0.675	0.106	10.218	***	0.456
BP4 ← BP	0.975	0.085	11.006	***	0.951
LEA1 ← BP4	0.729	-	-	-	0.532
LEA2 ← BP4	0.524	0.108	8.173	***	0.274
LEA3 ← BP4	0.805	0.086	13.321	***	0.648
LEA4 ← BP4	0.710	0.083	11.750	***	0.505

$\chi^2 = 58.130$, $\chi^2/df = 1.076$, $df = 54$, $p \text{ value} = 0.326$, $GFI = 0.977$, $AGFI = 0.943$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.980$, $RMSEA = 0.016$, $RMR = 0.010$ *** $p \text{ value} \leq 0.001$

จากภาพที่ 14 และตารางที่ 22 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของตัวแบบจำลองการวัด โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อย พบว่า ตัวแบบจำลองการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.076 ค่า p value มีค่าเท่ากับ 0.326 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.977 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.943 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.998 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.980 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.016 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) 0.010

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (standardized regression weight) พบว่า ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดทุกค่า โดยตัวแปรแฝงย่อยมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (BP4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุด มีค่าเท่ากับ 0.975 รองลงมาคือ มุมมองด้านลูกค้า (BP2) มีค่าเท่ากับ 0.974 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (BP3) มีค่าเท่ากับ 0.950 และน้อยที่สุด คือ มุมมองด้านการเงิน (BP1) มีค่าเท่ากับ 0.814 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาตัวแปรแต่ละด้าน พบว่า ในส่วนของ BP1 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดย FI1 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.814 รองลงมาคือ FI4 มีค่าเท่ากับ 0.767 FI3 มีค่าเท่ากับ 0.749 และ FI2 มีค่าเท่ากับ 0.748 ตามลำดับ ส่วน BP2 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบโดย CUS3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.784 รองลงมาคือ CUS4 มีค่าเท่ากับ 0.744 CUS1 มีค่าเท่ากับ 0.631 และ CUS2 มีค่าเท่ากับ 0.592 ตามลำดับ ส่วน BP3 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย INTE3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.762 รองลงมาคือ INTE2 มีค่าเท่ากับ 0.753 INTE4 มีค่าเท่ากับ 0.675 และ INTE1 มีค่าเท่ากับ 0.583 ตามลำดับ และ BP4 สามารถแจกแจงค่าน้ำหนักองค์ประกอบ โดย LEA3 มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดเท่ากับ 0.805 รองลงมาคือ LEA1 มีค่าเท่ากับ 0.729 LEA4 มีค่าเท่ากับ 0.710 และ LEA2 มีค่าเท่ากับ 0.524 ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SE) และค่า CR หรือ t value พบว่า น้ำหนักองค์ประกอบแต่ละค่าแตกต่างจาก 0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

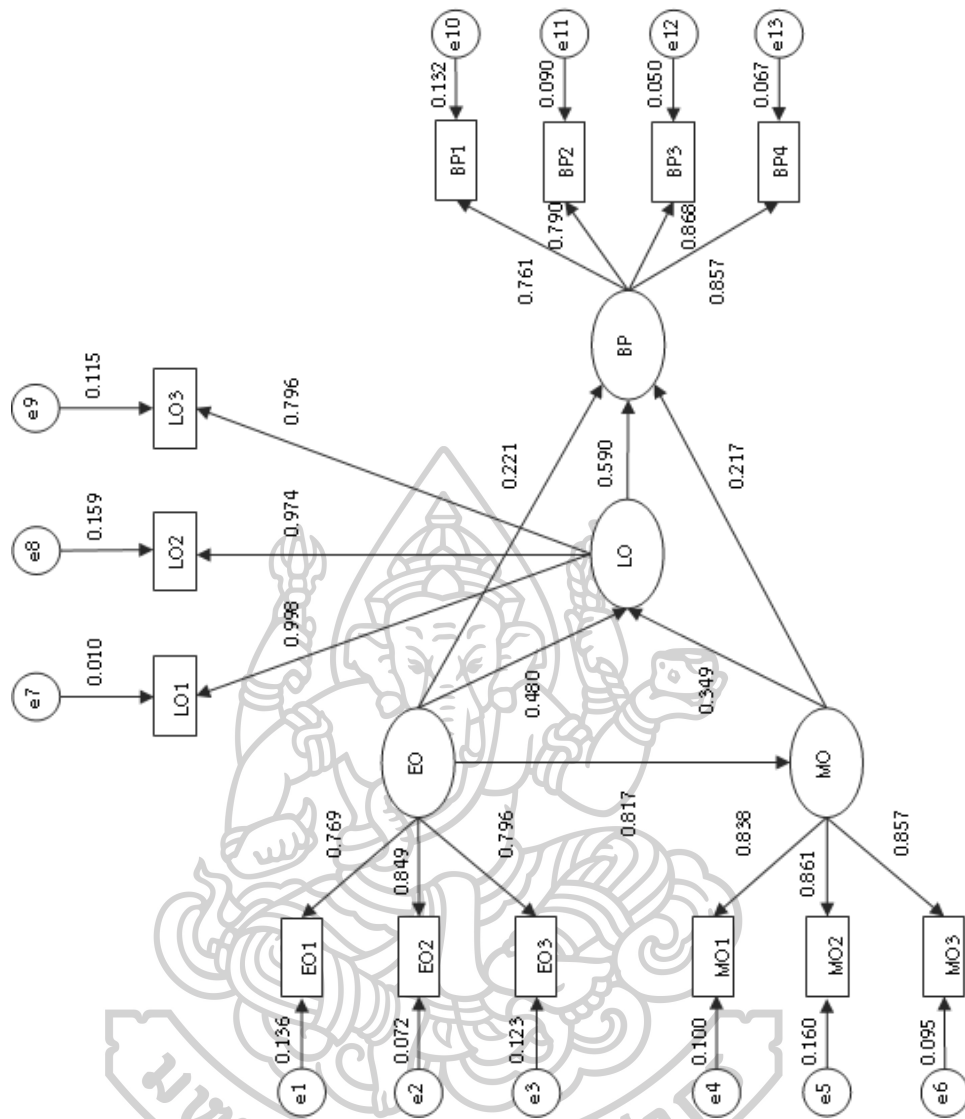
นอกจากนี้ สามารถอธิบายได้ว่าโครงสร้างตัวแบบจำลองของตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจ ตัวแปรแฝงมุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (BP4) สามารถอธิบายอิทธิพลได้มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 95.10 รองลงมาคือ มุมมองด้านลูกค้า (BP2) สามารถอธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ

94.90 มุมมองด้านกระบวนการภายใน (BP3) สามารถอธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ 90.20 และมุมมองด้านการเงิน (BP1) สามารถอธิบายอิทธิพลได้น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.30 ตามลำดับ

4. การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์และการทดสอบสมมติฐานของตัวแบบจำลองเชิงสาเหตุ

เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling-SEM) ของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยการปรับตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งอาจเนื่องมาจากความคลาดเคลื่อนของเครื่องมือที่ใช้ในการวัดตัวแปร หรือตัวแบบจำลองสมมติฐานที่กำหนดขึ้นอาจมาจากทฤษฎีและงานวิจัยที่แตกต่างกับบริบทของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จึงส่งผลให้ตัวแบบจำลองไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (พุทพงษ์สุขสว่าง, 2557) จึงจำเป็นต้องปรับตัวแบบจำลองให้มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากยิ่งขึ้น โดยการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันได้ตามความเป็นจริง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556; Barbara, 2012)

จากกรอบแนวคิดการวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานองค์ประกอบเชิงสาเหตุ ซึ่งเป็นโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปร ซึ่งประกอบด้วย (1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (2) การมุ่งเน้นตลาด (3) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และ (4) ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลของการวิเคราะห์มีรายละเอียด ดังแสดงในภาพที่ 15 และ ตารางที่ 23



$\chi^2 = 50.410$, $\chi^2/df = 1.293$, $df = 39$, $p \text{ value} = 0.104$, $GFI = 0.975$, $AGFI = 0.941$, $CFI = 0.996$, $NFI = 0.983$, $RMSEA = 0.031$, $RMR = 0.007$

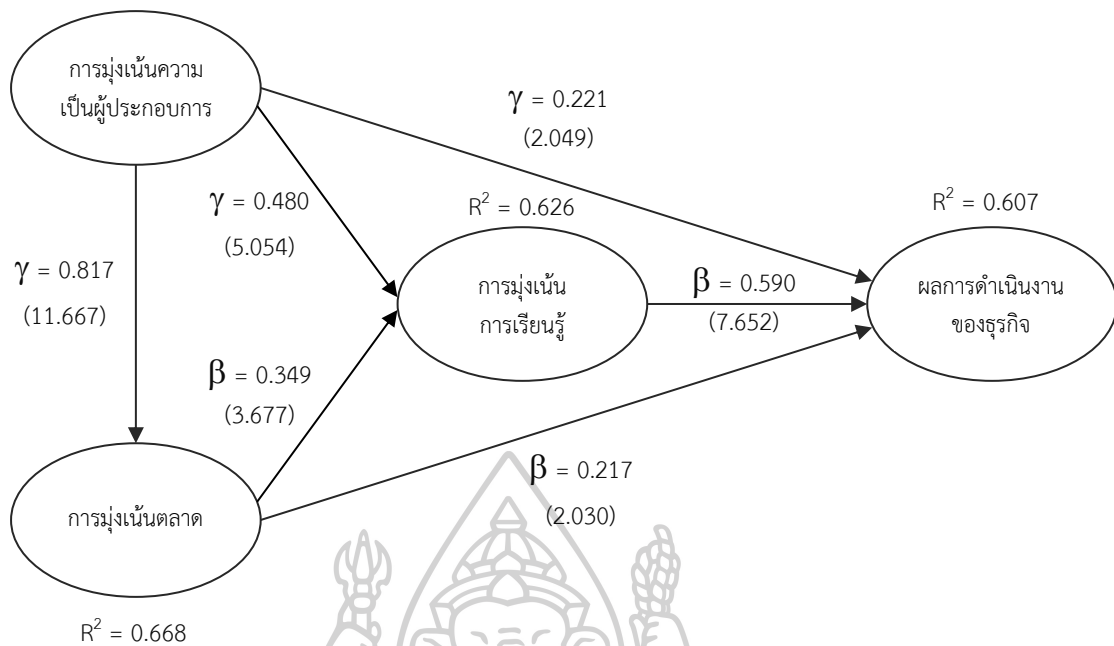
ภาพที่ 15 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

ตารางที่ 23 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่า CR (t value) ของ
ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง

Path Diagram	Path Coefficients	SE	CR (t value)
Lamda-x			
EO → EO1	0.769	-	-
EO → EO2	0.849	0.068	14.375
EO → EO3	0.796	0.078	13.340
Gamma			
EO → MO	0.817	0.077	11.667
EO → LO	0.480	0.102	5.054
EO → BP	0.221	0.098	2.049
Beta			
MO → LO	0.349	0.093	3.677
MO → BP	0.217	0.094	2.030
LO → BP	0.590	0.069	7.652
Lamda-y			
MO → MO1	0.838	-	-
MO → MO2	0.861	0.082	13.498
MO → MO3	0.857	0.061	17.150
LO → LO1	0.998	-	-
LO → LO2	0.974	0.062	18.487
LO → LO3	0.796	0.068	13.353
BP → BP1	0.761	-	-
BP → BP2	0.790	0.066	14.478
BP → BP3	0.868	0.069	13.193
BP → BP4	0.857	0.074	13.687

จากภาพที่ 15 และตาราง 23 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างที่ปรับใหม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือ ตัวแบบจำลองตามทฤษฎีสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งพิจารณาจากค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีเท่ากับ 1.293 ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่าน้อยกว่า 2 ค่า p value มีค่าเท่ากับ 0.104 ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.975 ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.95 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.941 ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากมีค่าใกล้เคียง 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.90 ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.996 ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.95 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (NFI) มีค่าเท่ากับ 0.983 ผ่านเกณฑ์ เนื่องจากมีค่ามากกว่า 0.95 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.031 ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่าน้อยกว่า 0.05 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (RMR) 0.007 ผ่านเกณฑ์เนื่องจากมีค่าน้อยกว่า 0.05

นอกจากนี้ ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างยังสามารถอธิบายอิทธิพลของแต่ละตัวแปรองค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะอิทธิพลของตัวแปรที่ศึกษาโดยการเสนอผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุ ดังแสดงในภาพที่ 16 และ ตารางที่ 24



ภาพที่ 16 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตารางที่ 24 การประมาณค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

ตัวแปร สาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	MO			LO			BP		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
EO	0.817	-	0.817	0.480	0.285	0.765	0.221	0.629	0.850
MO	-	-	-	0.349	-	0.349	0.217	0.206	0.423
LO	-	-	-	-	-	-	0.590	-	0.590
<i>R</i> -Square	0.668			0.626			0.607		

$\chi^2 = 50.410$, $\chi^2/df = 1.293$, $df = 39$, p value = 0.104, $GFI = 0.975$, $AGFI = 0.941$, $CFI = 0.996$, $NFI = 0.983$, $RMSEA = 0.031$, $RMR = 0.007$

จากภาพที่ 16 และตารางที่ 24 ผลการวิเคราะห์ พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าเท่ากับ 0.221 เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ส่งผลไปยังการมุ่งเน้นตลาด (MO) มีค่าเท่ากับ 0.817 ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาด (MO) ไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) เท่ากับ 0.217 เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ส่งผลไปยังการมุ่งเน้นตลาด (MO) มีค่าเท่ากับ 0.817 ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาด (MO) ไปยังการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) เท่ากับ 0.349 ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) ส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) เท่ากับ 0.590 และเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) ส่งผลไปยังการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) มีค่าเท่ากับ 0.480 ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) ส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) เท่ากับ 0.590

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงสาเหตุของตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.850 ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่า ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือการมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.590 ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) และการมุ่งเน้นตลาด (MO) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.423 ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) ตามลำดับ

ส่วนของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (EO) มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าเท่ากับ 0.221 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางอ้อมส่งผ่านการมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 0.629 และมีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 0.850 ซึ่งมีอิทธิพลในเชิงบวก และเมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงของตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า การมีนวัตกรรม (EO2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.849 และจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมีนวัตกรรมที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด คือ คำนิยามถึงคุณค่าของการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจและ

กำลังใจให้กับบุคลากร (IN1) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.880 ซึ่งหมายความว่ามีความสำคัญสูงสุด ในส่วนของตัวแปรสังเกตได้

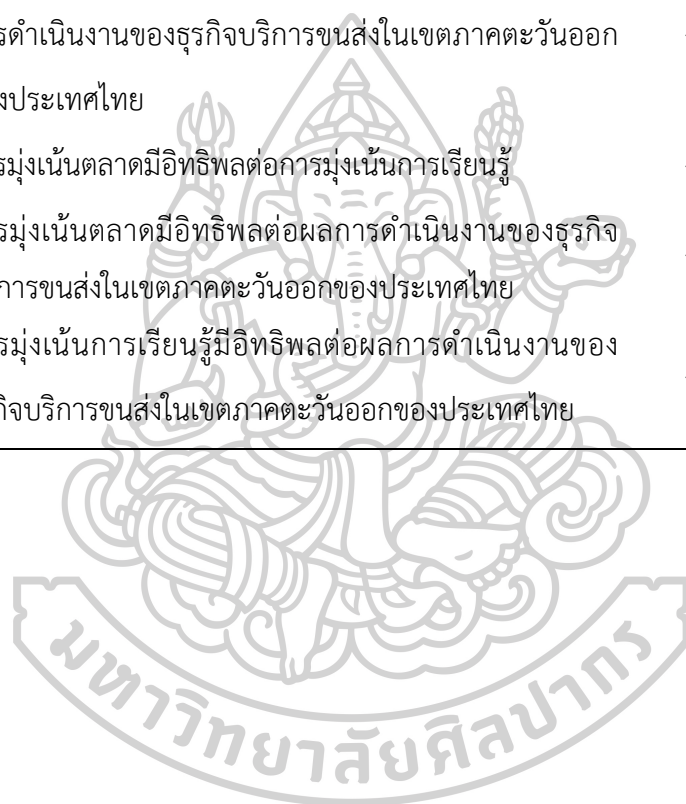
การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (LO) มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าเท่ากับ 0.590 และเมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงของตัวแปรการเรียนรู้ พบว่าตัวแปรแฝงการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (LO1) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.998 และจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมุ่งมั่นในการเรียนรู้ที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด คือ บุคลากรเรียนรู้ความผิดพลาดโดยนำความผิดพลาดดังกล่าวมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน (LC5) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.820 ซึ่งหมายความว่ามีความสำคัญสูงสุด ในส่วนของตัวแปรสังเกตได้

การมุ่งเน้นตลาด (MO) มีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรงส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าเท่ากับ 0.217 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลเชิงสาเหตุทางอ้อมส่งผ่านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.206 และมีอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.423 ซึ่งมีอิทธิพลในเชิงบวก และเมื่อพิจารณาตัวแปรแฝงของตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด พบว่า ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นคู่แข่ง (MO2) มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.861 และจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นคู่แข่งที่มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมากที่สุด คือ มีการปรึกษาหารือเกี่ยวกับกลยุทธ์ของคู่แข่ง (CO2) ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.869 ซึ่งหมายความว่ามีความสำคัญสูงสุดในส่วนของตัวแปรสังเกตได้

จากการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางขององค์ประกอบเชิงสาเหตุของตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัยเชิงปริมาณได้ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

	สมมติฐานของการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
H1	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด	สนับสนุนสมมติฐาน
H2	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้	สนับสนุนสมมติฐาน
H3	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
H4	การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้	สนับสนุนสมมติฐาน
H5	การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน
H6	การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย	สนับสนุนสมมติฐาน



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยนำปัจจัยหลักจากกรอบแนวคิดในสถานการณ์ปัจจุบันและในบริบทของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยและคาดว่าผู้บริหารของธุรกิจบริการขนส่งจะสามารถนำปัจจัยสาเหตุดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนามาตรการและกลยุทธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป รวมถึงผู้ที่สนใจ นักวิชาการ และสถาบันอื่น ๆ อาจนำไปใช้เป็นองค์ความรู้หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงปริมาณได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของธุรกิจ หรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายจากเจ้าของธุรกิจ อาทิเช่น ผู้บริหารระดับสูง กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหารฝ่ายวางแผนกลยุทธ์ หรือผู้จัดการของบริษัทบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยจำนวน 300 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 ศึกษาลักษณะข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ส่วนที่ 3 ศึกษาระดับความคิดเห็นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ และส่วนที่ 4 ศึกษาความคิดเห็นข้อเสนอแนะ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและโปรแกรม AMOS (Analysis of Moment Structure) โดยนำเสนอเป็นประเด็นตามลำดับดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย
4. ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

อายุ มีช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ มีช่วงอายุ 26-35 ปี ช่วงอายุ 46-55 ปี และช่วงอายุมากกว่า 55 ปี ตามลำดับ

ระดับการศึกษา มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาปริญญาโท ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และมีระดับการศึกษาปริญญาเอก ตามลำดับ

ระดับตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการแผนก/ฝ่าย รองลงมาคือ มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ และมีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูง ตามลำดับ

ประสบการณ์ทำงาน มีระยะเวลาที่ดำรงตำแหน่งบริหารอยู่ในช่วงระยะเวลามากกว่า 15 ปี มากที่สุด รองลงมาคือ อยู่ในช่วงระยะเวลา 6-10 ปี อยู่ในช่วงระยะเวลา 11-15 ปี และอยู่ในช่วงระยะเวลาดำรงตำแหน่งต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

จำนวนพนักงาน ธุรกิจส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 คน รองลงมาคือ มีจำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 101-300 คน จำนวนพนักงานอยู่ระหว่าง 301-500 คน และมีจำนวนพนักงานมากกว่า 500 คน ตามลำดับ

ระยะเวลาในการดำเนินงาน มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี จำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ มีระยะเวลาในการดำเนินงานต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี ระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 6-10 ปี และมีระยะเวลาในการดำเนินงานระหว่าง 11-15 ปี ตามลำดับ

กลุ่มลูกค้าหลัก ธุรกิจส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นชาวไทยมากกว่าชาวต่างชาติ

รูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ มีรูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจส่วนใหญ่เป็นรูปแบบบริษัทจำกัดมากที่สุด รองลงมาคือ จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจรูปแบบห้างหุ้นส่วนจำกัด จดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจรูปแบบบริษัทมหาชนจำกัด และจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจรูปแบบห้างหุ้นส่วนสามัญ ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.049 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.487 แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมีนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.222 รองลงมาคือ ความกล้าเสี่ยงมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.966 และการทำงานเชิงรุกมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.958 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

การมุ่งเน้นตลาด มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.015 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.531 แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญการมุ่งเน้นตลาดของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การมุ่งเน้นลูกค้ามีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.164 รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กรมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.989 และการมุ่งเน้นคู่แข่งชั้นมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.893 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.195 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.463 แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของผู้บริหารองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความคิดเห็นค่อนข้างเหมือนกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การยอมรับฟังความคิดเห็น มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.351 รองลงมาคือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.253 และ การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.982 อยู่ในระดับมาก

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.242 อยู่ในระดับมาก มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรวมเท่ากับ 0.441 แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญผลการดำเนินงานของธุรกิจของผู้บริหารองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมากและมีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยรวมสูงสุดเท่ากับ 4.255 รองลงมาคือ กระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.243 การเรียนรู้และการเจริญเติบโต มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.227 และการเงิน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.067 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

ส่วนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.817 และค่า t value เท่ากับ 11.667 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หมายความว่า หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการก็จะส่งผลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาดขององค์กร

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.480 และค่า t value เท่ากับ 5.054 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการก็จะส่งผลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์กร

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.221 และค่า t value เท่ากับ 2.049 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการก็จะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.349 และค่า t value เท่ากับ 3.677 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นตลาดก็จะส่งผลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์กร

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.217 และค่า t value เท่ากับ 2.030 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นตลาดก็จะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

สมมติฐานที่ 6 การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.590 และค่า t value เท่ากับ 7.652 ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001 หากผู้บริหารให้ความสำคัญต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ก็จะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2. การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงของประเทศไทย ประกอบด้วย องค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบมีดังต่อไปนี้

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผลการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการโดยรวมของผู้บริหารองค์กรอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่า การมีนวัตกรรมมีค่าผลรวมสูงสุด รองลงมาคือ ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก ตามลำดับ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นการสร้างมูลค่าการรับรู้โอกาสทางธุรกิจผ่านกระบวนการปฏิบัติและกิจกรรมที่นำไปสู่การค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ การจัดการความกล้าเสี่ยงให้เหมาะสมกับโอกาส และผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้เกิตสิ่งใหม่สำหรับนำเข้าสู่ตลาดและให้บริการแก่ลูกค้า อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรอยู่รอดในการแข่งขันและมีประสิทธิภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน

ผลการศึกษาเชิงปริมาณขององค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.817 และค่า t value เท่ากับ 11.667 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Lekmat et al. (2018), Amin et al. (2016), Affendy et al. (2015), Long (2013) ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลโดยตรงต่อการมุ่งเน้นตลาด เนื่องจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการแสดงให้เห็นว่า องค์กรมีกรอบแนวคิดและมุมมองเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการที่สะท้อนให้เห็นกระบวนการดำเนินงานขององค์กรและวัฒนธรรมองค์กร โดยการรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และความรู้เกี่ยวกับตลาดสำหรับสร้างมูลค่าที่ติกว่าให้แก่ลูกค้า โดยธุรกิจที่มุ่งเน้น

ตลาดจะรวบรวมข้อมูลความต้องการของลูกค้าเป้าหมายและความสามารถของคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจจึงสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้า

ผลการศึกษาเชิงปริมาณการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.480 และค่า t value เท่ากับ 5.054 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Long (2013), Shaher and Ali (2020), Effendi et al. (2020), Rahmati (2019), Allameh and Khalilakbar (2018), Pardi et al. (2014) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้แสดงให้เห็นว่า การเพิ่มมูลค่าให้กับองค์กรผ่านการรับรู้โอกาสทางธุรกิจด้วยการค้นคว้าสิ่งใหม่ๆ และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตลอดเวลา เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหนือกว่าขององค์กรซึ่งคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยากเป็นสิ่งสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จ

ผลการศึกษาเชิงปริมาณขององค์ประกอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.221 และค่า t value เท่ากับ 2.049 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ali et al. (2020), Cake et al. (2020), Kadam et al. (2019), Mantok et al. (2019), Subagja et al. (2017) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจแสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการช่วยให้การดำเนินงานของธุรกิจประสบความสำเร็จภายใต้สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน และช่วยจัดการความกล้าเสี่ยงให้เหมาะสมกับโอกาสผ่านทักษะการสื่อสาร ทรัพยากรบุคคล การเงิน ตลอดจนส่งมอบสินค้าหรือบริการสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อสร้างฐานลูกค้าและผลกำไรให้กับธุรกิจ อีกทั้งยังช่วยให้องค์กรอยู่รอดในการแข่งขันและมีประสิทธิภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน

การมุ่งเน้นตลาด ผลการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญด้านการมุ่งเน้นตลาดโดยรวมของผู้บริหารองค์กรอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจะพบว่า การมุ่งเน้นลูกค้ามีค่าผลรวมสูงสุด รองลงมาคือ ปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร และการมุ่งเน้นคู่แข่ง ตามลำดับ การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างมากโดยการนำแนวคิดด้านวัฒนธรรมและพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมาใช้ให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนและความสามารถในการทำกำไรในระยะยาว โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) การมุ่งเน้นลูกค้า 2) การมุ่งเน้นคู่แข่ง และ 3) การมีปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร โดยองค์กรมีการมุ่งเน้นตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถนำเสนอคุณค่าที่ดีกว่าให้ลูกค้าขององค์กร (Narver and Slater, 1990)

ผลการศึกษาเชิงปริมาณขององค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.349 และค่า t value เท่ากับ 3.677 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Widiastuti et al. (2020), Phorncharoen (2020), Pardi et al. (2014), Suliyanto and Rahab (2012), Micheels and Gow (2014), Watcharapun Phasuk (2557), Eris and Ozmen (2012) ซึ่งในการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลโดยตรงต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ เนื่องจากการมุ่งเน้นตลาดเป็นการรวบรวมข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งอย่างเป็นระบบ โดยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อนำมาพัฒนาความรู้เกี่ยวกับตลาดให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการได้รับและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของตลาดและการดำเนินงานของคู่แข่ง เพื่อให้สามารถนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์การต่อไป

ผลการศึกษาเชิงปริมาณขององค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.217 และค่า t value เท่ากับ 2.030 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Phorncharoen (2020), Micheels and Gow (2014), Watcharapun Phasuk (2557), Eris and Ozmen (2012), Ali et al. (2020), Subagja et al. (2017), Long (2013) ที่พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจแสดงให้เห็นว่าในสภาวะแวดล้อมที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ การมุ่งเน้นตลาดก่อให้เกิดพฤติกรรมสำหรับการสร้างมูลค่าที่ดีกว่าให้ลูกค้า โดยการรับรู้เกี่ยวกับตลาด การตอบสนองต่อตลาด และส่งผลต่อประสิทธิภาพที่ดีกว่าให้กับธุรกิจ เนื่องจากองค์การสามารถส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า โดยผ่านการกำหนดกลยุทธ์และนโยบายการดำเนินงานให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ผลการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้โดยรวมของผู้บริหารองค์การอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การยอมรับฟังความคิดเห็น มีค่าผลรวมสูงสุด รองลงมาคือ การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ และการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน ตามลำดับ การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นสิ่งสำคัญในการเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้องค์การอยู่รอดและประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดในการสร้างความรู้และทรัพย์สินที่จำเป็นในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าขององค์การซึ่งคู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยาก การมุ่งเน้นการเรียนรู้ยังเป็นแนวทางการปรับปรุงพัฒนากิจกรรมและประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่องขององค์การ

บนพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และความเข้าใจอย่างแท้จริง ส่งเสริมให้องค์การและบุคลากรได้รับความรู้ความสามารถใหม่ ๆ (Sawaeen and A. M. Ali, 2021)

ผลการศึกษาเชิงปริมาณขององค์ประกอบการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.590 และค่า t value เท่ากับ 7.652 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Haryanto et al. (2017), Wan et al. (2017), Subagja et al. (2017), Lita and Faisal (2018), Watcharapun Phasuk (2557) ที่พบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพจะส่งผลให้องค์การมีการวัดผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพที่บ่งบอกแนวทางการปฏิบัติงานของคนภายในองค์การที่ส่งต่อกันผ่านการเรียนรู้ภายในองค์การเพื่อทำความเข้าใจและนำมาปรับปรุงพัฒนากิจกรรมและประสิทธิภาพในองค์การอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยให้องค์การอยู่รอดและยั่งยืนในกิจกรรมทางธุรกิจผลการดำเนินงาน และการเติบโต

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญด้านผลการดำเนินงานของธุรกิจโดยรวมของผู้บริหารองค์การอยู่ในระดับมาก และการวิเคราะห์องค์ประกอบย่อย พบว่า มุมมองด้านลูกค้ามีค่าผลรวมสูงสุด เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ สามารถรักษามาตรฐานลูกค้ารายเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้น และสามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้น ตามลำดับ รองลงมาคือ มุมมองด้านกระบวนการภายใน เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ทำงานเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้นมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ สามารถใช้สินทรัพย์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาดในการทำงานและปฏิบัติงานได้ถูกต้อง และกิจการได้รับการยอมรับในด้านการเก็บรักษาที่ถูกต้อง ตามคุณสมบัติของสินค้าทั้งก่อนและขณะจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า ตามลำดับ ถัดมา คือ มุมมองด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงานมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในงานเพิ่มขึ้น บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และสามารถลดอัตราการลาออกของบุคลากร ตามลำดับ และ มุมมองด้านการเงิน เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กิจการมีรายได้จากการให้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้นมีคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ กิจการสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และตรงตามวัตถุประสงค์ สามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีกำไรจากการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ตามลำดับ การวัดผลการดำเนินงานดังกล่าว เป็นดัชนีวัดผลแบบสมดุล (balance scorecard)

เป็นการกำหนดวิสัยทัศน์และแผนกลยุทธ์ที่ส่งผ่านไปยังส่วนต่าง ๆ ขององค์การ เพื่อให้แต่ละส่วนงานและบุคลากรนำมาเป็นแนวทางการดำเนินงาน ซึ่งเป็นการหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงานในทุกมุมมอง โดยพิจารณาจากกระบวนการดำเนินงานภายในองค์การและผลกระทบจากลูกค้าภายนอกองค์การแล้วนำมาปรับปรุงเพื่อสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Kaplan and Norton, 1992)

3. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

จากผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย สามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ (Managerial recommendation) และข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี (Theoretical recommendation) ซึ่งสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงการจัดการ

จากผลการศึกษาคาดว่า ผู้บริหารขององค์การในธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จะนำไปใช้ในการพัฒนามาตรการ/กลยุทธ์ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ เรียงตามองค์ประกอบที่มีอิทธิพลรวมสูงสุด (Total Effect-TE) คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลรวม 0.850 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลรวม 0.817 การมุ่งเน้นการเรียนรู้ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลรวม 0.765 การมุ่งเน้นตลาดส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลรวม 0.590 การมุ่งเน้นตลาดส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมีอิทธิพลรวม 0.423 และการมุ่งเน้นตลาดส่งผลกระทบต่อผลการเรียนรู้มีอิทธิพลรวม 0.349 ตามลำดับ

การวิเคราะห์ดังกล่าวข้างต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานในเชิงบวก ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการดำเนินงานด้านการมุ่งเน้นความเป็น

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) เป็นอันดับแรกๆ โดยเฉพาะการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาและผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ที่เกิดจากการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและยังช่วยให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน อันดับรองลงมาคือ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) โดยเฉพาะการสนับสนุนให้บุคลากรคิดนอกกรอบ พัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ ความสามารถและความเชี่ยวชาญ และมีการเรียนรู้การเปลี่ยนแปลงของตลาด การดำเนินงานของกลุ่มตลอดจนการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ทันสมัยมาช่วยส่งเสริมให้การบริการขนส่งสินค้าเป็นไปโดยง่าย สะดวก และรวดเร็ว เพื่อความอยู่รอดและการขยายกิจการ อันดับถัดมา คือ การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) โดยเฉพาะการกำหนดวัตถุประสงค์หลักในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ให้ความสำคัญกับบริการก่อนการขาย จนถึงหลังการขาย และมีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า เป้าหมายและความสามารถของกลุ่มอย่างต่อเนื่องเพื่อนำมาวิเคราะห์แผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างมูลค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้า ตลอดจนทุกส่วนงานต้องทำงานประสานเชื่อมโยงกันเพื่อเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถนำมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วยกลยุทธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยแบ่งออกเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาคเอกชน ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐ

1. การกำหนดนโยบายและทิศทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการขนส่งสินค้าให้ชัดเจนเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต
2. พัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาหรือก่อนระดับอุดมศึกษาให้ทันสมัยตามการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านการบริการขนส่งสินค้าที่มีคุณภาพ
3. ส่งเสริมทักษะความสามารถทางการสื่อสารในการใช้ภาษาต่างประเทศ อาทิ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น เป็นต้น

4. สนับสนุนแหล่งเงินทุนในการประกอบธุรกิจหรือการขยายกิจการเพื่อพัฒนาการขนส่งเพื่อส่งออกสินค้า

5. ส่งเสริมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการขนส่งสินค้าไทยในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปิดเสรีทางการค้าของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC)

6. สนับสนุนการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ และประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากธุรกิจส่วนใหญ่ยังขาดประสบการณ์ทางการตลาดนอกอาณาเขตตลาดในภูมิภาคอาเซียน (ASEAN)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาคเอกชน

1. การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์หลักขององค์การต้องมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นอันดับแรก

2. การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการพัฒนาการขนส่งสินค้า สร้างมาตรฐานการบริการขนส่งสินค้า นำเสนอรูปแบบใหม่ ๆ ตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน

3. การมุ่งมั่นในการบริการที่เป็นเลิศทั้งระบบ นั่นคือ เริ่มตั้งแต่การบริการก่อนการขาย บริการระหว่างการขาย และการบริการหลังการขาย

4. การพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการตอบสนองลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. การเพิ่มความสามารถในการวิจัยและพัฒนาการขนส่งสินค้าเพื่อยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของการบริการขนส่งสินค้าในระดับสากล

6. การพัฒนาส่งเสริมบุคลากร เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ ความชำนาญ และความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีในการบริการขนส่งสินค้า

7. การสร้างสรรค์องค์การเพื่อการเป็นองค์กรอัจฉริยะ (smart organization) เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตลอดเวลา มีการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร พร้อมทั้งแสวงหาความรู้จากภายนอกอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี

1. จากการศึกษาวรรณกรรม แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้กรอบแนวคิดของกระบวนการวิจัยจากการบูรณาการทางทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capability Theory) ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View Theory) และแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) ที่ก่อให้เกิดการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในสภาวะการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและไม่สามารถคาดเดาได้จากการแข่งขันทางเศรษฐกิจ พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงลูกค้า ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความสามารถที่องค์กรมีอยู่อาจไม่เพียงพอต่อการตอบโต้ต่อสถานการณ์ดังกล่าวได้ องค์กรจึงต้องแสวงหาแนวทางการปรับตัวอย่างรวดเร็วก่อนคู่แข่งในตลาดด้วยการใช้ความสามารถเชิงพลวัตหรือความสามารถในการใช้ทรัพยากรให้ตรงกับกาเปลี่ยนแปลงเชิงโอกาสที่อาจทำให้เกิดโอกาสใหม่ทางธุรกิจหรืออาจเกิดภัยคุกคามใหม่ได้ ซึ่งการกำหนดแนวทางการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง การมีนวัตกรรม การทำงานเชิงรุก นั้นนำไปสู่ความเข้าใจในการใช้ทรัพยากรที่เลือกให้ตรงกับโอกาสเพื่อให้ได้มาซึ่งประโยชน์และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น ส่วนทฤษฎีฐานทรัพยากรสามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรเพื่อหากระบวนการภายในองค์กรในการรวมกันของทรัพยากร หากองค์กรมีคู่แข่งที่มีทรัพยากรเหมือนกันจำนวนมากและองค์กรต่าง ๆ สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในลักษณะเดียวกัน ทรัพยากรขององค์กรจะมีค่าน้อยลง ดังนั้นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการผสมผสานระหว่างทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรขององค์กร เพื่อนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จในการดำเนินงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง

2. กลยุทธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบริการขนส่งสินค้าเป็นการรวบรวมทรัพยากรที่มีอยู่และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเข้าสู่ตลาดและให้บริการใหม่ ๆ แก่ลูกค้า ซึ่งจากการศึกษาพบว่าองค์ประกอบหลักของกลยุทธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ เรียงจากมากไปน้อย คือการมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุก โดยปัจจัยสำคัญที่องค์กรต้องดำเนินการ คือ การให้ความสำคัญกับการค้นหาโอกาสเพื่อสนับสนุนแนวคิดใหม่ ๆ ที่นำไปสู่

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สามารถสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันและเป็นแหล่งสำคัญของการเติบโตขององค์กร

3. สามารถนำกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ไปศึกษากับธุรกิจอื่น ๆ เช่น ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ ธุรกิจ SME ที่ต้องพึ่งพากระบวนการขนส่งที่มีประสิทธิภาพเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนธุรกิจ

4. ข้อเสนอแนะงานวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาผลลัพธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจบริการขนส่งสินค้า ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยสามารถศึกษาจากประชากรที่แตกต่าง เช่น ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ หรือศึกษาเฉพาะธุรกิจที่ขนาดเดียวกัน เช่น ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อศึกษาในเชิงลึกในประเด็นที่ต้องการเพิ่มเติม

2. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาองค์ประกอบเชิงสาเหตุการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น ควรศึกษาตัวแปรองค์ประกอบอื่น ๆ เช่น คุณภาพการบริการ (services quality) ทักษะปัญญา (intellectual capability) นวัตกรรมการตลาด (marketing innovation) เป็นต้น เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยการใช้แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3. เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาหน่วยประชากรในระดับองค์กร เพื่อให้ได้ผลการศึกษที่ดีขึ้นควรทำการศึกษาปัจจัยอื่นๆ เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับสินค้า เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม หรือขยายฐานลูกค้าใหม่ในอนาคต

4. การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติมในเรื่องของรายละเอียดสินค้า เช่น ปริมาตรสินค้า น้ำหนักสินค้า ต้นทางและปลายทางขนส่ง และจำนวนวันที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ให้ครอบคลุมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้น

รายการอ้างอิง

- Affendy, A., Asmat-Nizam, A. T., and Farid, M. (2015). Entrepreneurial orientation effects on market orientation and SMEs business performance-A SEM approach. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 4(3), 259-271.
- Ali, G. A., Hilman, H., and Gorondutse, A. H. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, market orientation and total quality management on performance. *Benchmarking: An International Journal*, 27(4), 1503-1531.
- Allameh, S. M., and Khalilakbar, R. (2018). Exploring the antecedents of innovation performance: the roles of entrepreneurial orientation, learning orientation and organisational learning. *International Journal of Business Excellence*, 14(4), 470-485.
- Ambrosini, V., and Bowman, C. (2009). What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management? *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 29-49.
- Amin, M., Thurasamy, R., Aldakhil, A. M., and Kaswuri, A. H. B. (2016). The effect of market orientation as a mediating variable in the relationship between entrepreneurial orientation and SMEs performance. *Nankai Business Review International*, 7(1), 39-59.
- Baker, W. E., and Sinkula, J. M. (1999). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the academy of Marketing Science*, 27(4), 411-427.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Best, J. W., and Kahn, J. V. (1981). *Research in education*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Cake, D. A., Agrawal, V., Gresham, G., Johansen, D., and Di Benedetto, A. (2020). Strategic orientations, marketing capabilities and radical innovation launch success. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 35(10), 1527-1537.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., and Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial marketing management*,

31(6), 515-524.

- Cho, Y. H., and Lee, J.-H. (2020). A study on the effects of entrepreneurial orientation and learning orientation on financial performance: focusing on mediating effects of market orientation. *Sustainability*, 12(11), 1-19.
- Comrey, A., and Lee, H. (1992). Interpretation and application of factor analytic results. Comrey AL, Lee HB. *A first course in factor analysis*, 2, 1992.
- Covin, J. G., and Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic management journal*, 10(1), 75-87.
- Cronbach, L. J. (1970). Mental tests and the creation of opportunity. *Proceedings of the American Philosophical Society*, 114(6), 480-487.
- Effendi, M. I., Suteja, U., and Amallia, B. A. (2020). The moderating role of the strategy type in the relationship between entrepreneurial orientation and learning orientation SME's. *Proceeding of LPPM UPN "Veteran" Yogyakarta Conference Series 2020–Economic and Business Series*, 1(1), 297-305
- Eisenhardt, K. M., and Martin, J. A. (2000). Dynamic capabilities: what are they? *Strategic management journal*, 21(10-11), 1105-1121.
- Eris, E. D., and Ozmen, O. N. T. (2012). The effect of market orientation, learning orientation and innovativeness on firm performance: A research from Turkish logistics sector. *International Journal of Economic Sciences & Applied Research*, 5(1), 77-108.
- Farrell, M. A., and Oczkowski, E. (1997). An analysis of the MKTOR and MARKOR measures of market orientation: an Australian perspective. *Marketing Bulletin-Department of Marketing Massey University*, 8, 30-40.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Babin, B. J., Black, W. C., and Tatham, R. (2006). *Multivariate data analysis*. 6 ed.: Pearson Prentice Hall. New Jersey.
- Haryanto, A. T., Haryono, T., and Sawitri, H. S. R. (2017). Market orientation, learning orientation and smes performance: The mediating role of innovation. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 484-491.
- Hunt, S. D., and Morgan, R. M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of marketing*, 59(2), 1-15.

- Jaworski, B. J., and Kohli, A. K. (1993). Market orientation: antecedents and consequences. *Journal of marketing*, 57(3), 53-70.
- Kadam, R., Rao, S., Kareem Abdul, W., and Jabeen, S. S. (2019). Impact of cultural intelligence on SME performance. *Journal of Organizational Effectiveness: People and Performance*, 6(3), 161-185.
- Kaplan, R. S., and Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard business review*, 70(1), 71-79.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396-417.
- Kogut, B., and Zander, U. (1992). Knowledge of the firm, combinative capabilities, and the replication of technology. *Organization science*, 3(3), 383-397.
- Kohli, A. K., and Jaworski, B. J. (1990). Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications. *Journal of marketing*, 54(2), 1-18.
- Kumar, V., Jones, E., Venkatesan, R., and Leone, R. P. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or simply the cost of competing? *Journal of marketing*, 75(1), 16-30.
- Lee, Y., and Kreiser, P. M. (2018). Entrepreneurial orientation and ambidexterity: literature review, challenges, and agenda for future research. *The challenges of corporate entrepreneurship in the disruptive age*, 37-62.
- Lekmat, L., Selvarajah, C., and Hewege, C. (2018). Relationship between market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance in Thai SMEs: The mediating role of marketing capabilities. *International Journal of Business & Economics*, 17(3), 213-237.
- Lita, R. P., and Faisal, R. F. (2018). SME's performance of creative industries supporting tourism in indonesia: market orientation, learning orientation and organizational innovativeness as determinants. *Academy of Marketing Studies Journal*, 22(1), 1-18.
- Long, H. C. (2013). The relationship among learning orientation, market orientation, entrepreneurial orientation, and firm performance of Vietnam marketing communications firms. *Philippine Management Review*, 20, 37-46.

- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19(1), 147-156.
- Mantok, S., Sekhon, H., Sahi, G. K., and Jones, P. (2019). Entrepreneurial orientation and the mediating role of organisational learning amongst Indian S-SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(5), 641-660.
- Micheels, E. T., and Gow, H. R. (2014). The effect of market orientation on learning, innovativeness, and performance in primary agriculture. *Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie*, 63(2), 209-233.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Mohd Shariff, M. N., Ahmad, N. R., and Hafeez, M. H. (2017). Moderating role of access to finance on entrepreneurial orientation, market orientation, learning orientation and SMEs performance of gem and jewelry industry in Thailand. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 3(1), 109-120.
- Mulyana, M., Sutapa, S., and Wasitowati, W. (2019). Product innovation agility on business performance: The role of market and learning orientation. *Contaduría y Administración*, 65(4), 1-28.
- Narver, J. C., and Slater, S. F. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of marketing*, 54(4), 20-35.
- Nielsen, A. P. (2006). Understanding dynamic capabilities through knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, 10(4), 59-71.
- Nonaka, I., Toyama, R., and Konno, N. (2000). SECI, Ba and leadership: a unified model of dynamic knowledge creation. *Long range planning*, 33(1), 5-34.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* 2nd ed. Mcgraw hill book company.
- Pardi, Suharyono, Imam, S., and Zainul, A. (2014). The effect of market orientation and entrepreneurial orientation toward learning orientation, innovation, competitive

- advantages and marketing performance. *European Journal of Business and Management*, 6(21), 69-80.
- Phorncharoen, I. (2020). Influence of market orientation, learning orientation, and innovativeness on operational performance of real estate business. *International Journal of Engineering Business Management*, 12, 1-11.
- Pisano, G., and Teece, D. (1994). The dynamic capabilities of firms: an introduction. *Industrial and Corporate Change*, 3(3), 537-556.
- Rahmati, M. (2019). Marketing team excellence as a function entrepreneurial orientation, learning orientation and knowledge sharing: an empirical research in SMEs. *International Journal of Business Excellence*, 18(4), 488-507.
- Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). The use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch J Edu Res*, 2(2), 49-60.
- Sawaeen, F., and A. M. Ali, K. (2021). The nexus between learning orientation, TQM practices, innovation culture, and organizational performance of SMEs in Kuwait. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 16, 147-172.
- Shaher, A. T. H. Q., and Ali, K. A. M. (2020). The effect of entrepreneurial orientation on innovation performance: The mediation role of learning orientation on Kuwait SMEs. *Management Science Letters*, 10(16), 3811-3820.
- Singer, S. J., and Edmondson, A. C. (2006). When learning and performance are at odds: confronting the tension. *Harvard Business School Working Paper*, 1-37.
- Sinkula, J. M., Baker, W. E., and Noordewier, T. (1997). A framework for market-based organizational learning: Linking values, knowledge, and behavior. *Journal of the academy of Marketing Science*, 25(4), 305-318.
- Subagja, K., Astuti, W., and Darsono, T. (2017). The influence of market orientation, learning orientation, and entrepreneurial orientation toward innovation and impact on company performance. *International Journal of Multidisciplinary Research and Development*, 4(9), 73-82.
- 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.
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic management journal*, 28(13), 1319-1350.
- Teece, D. J., Pisano, G., and Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic management journal*, 18(7), 509-533.
- Wan, N. Z. N., Mamat, M., and Bakar, H. A. (2017). Strengthen SME performance through learning orientation and strategic improvisation. *Proceedings of the 2nd International Conference on Economic Education and Entrepreneurship*, 299-304
- Watcharapun Phasuk. (2557). Market orientation and learning orientation in improving innovativeness and organizational performance of medium sized industrial businesses. *Journal of Public and Private Management*, 21(2), 102-126.
- Widiastuti, T. M., Alhabsji, T., Suharyono, M., and Zaiunul Arifin, M. (2020). Effect of market orientation on learning orientation to reach competitive advantage rural credit banks in east java province-Indonesia. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(4), 629-640.
- Wilden, R., Devinney, T. M., and Dowling, G. R. (2016). The architecture of dynamic capability research identifying the building blocks of a configurational approach. *The Academy of Management Annals*, 10(1), 997-1076.
- Wu, S.-l., and Lu, C.-L. (2012). The relationship between CRM, RM, and business performance: A study of the hotel industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*, 31(1), 276-285.
- Yang, H., and Dess, G. G. (2007). Where do entrepreneurial orientations come from? An investigation on their social origin. In *Entrepreneurial strategic processes*. Emerald Group Publishing Limited, 10, 223-247
- Zehir, C., Gurol, Y., Karaboga, T., and Kole, M. (2016). Strategic human resource management and firm performance: The mediating role of entrepreneurial orientation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 372-381.

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). แหล่งค้นหาข้อมูลนิติบุคคล และประเภทธุรกิจในประเทศไทย. เข้าถึงเมื่อ 25 มิถุนายน 2564. เข้าถึงได้จาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/index>
- กันต์ ทาบโลกา. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าใหม่และแนวคิดเน้นการตลาดกับความแตกต่างของสินค้าใหม่และความเร็วในการพัฒนาสินค้าใหม่ภายใต้พลวัตของตลาด. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กัสม่า กาซ็อน และคณะ. (2557). ผลกระทบของพฤติกรรมมุ่งตลาดและพฤติกรรมมุ่งการเรียนรู้ที่มีต่อความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย. วารสารสุทธิปริทัศน์, 28(85), 117-144.
- เกษ ดวงทอง และเอกรินทร์ วงษ์ศิริ. (2563). Stock Infocus. เข้าถึงเมื่อ 20 กันยายน 2564. เข้าถึงได้จาก https://www.trinitythai.com/Upload/Research/LEOTha_1604541343_9923.pdf
- จุไรพร พิณใจชอบ. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการผู้ประกอบการขนส่งของกลุ่มผู้ค้าอีคอมเมิร์ซในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชยนรรจ์ ชาวปลอด และทิพย์รัตน์ เลหาวิเชียร. (2561). การมุ่งการเรียนรู้ ความสามารถทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานทางธุรกิจของอุตสาหกรรมในประเทศไทย. วารสารการจัดการ, 7(2), 87-96.
- ชาญวิทย์ ตันนวิจิตร. (2559). การจัดการสินค้าคงคลังแบบหลายระดับโดยพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายการขนส่งในอุตสาหกรรมกาแฟ. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชุติกายุจน์ ทัพเจริญ และคณะ. (2562). การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการที่โดดเด่นกับผลประกอบการบริษัทของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ของไทย. วารสารการบริหาร, 39(2), 38-51.
- ณัฏพร ไชยเสนา. (2560). การจัดเส้นทางขนส่งด้วยวิธีเมตาฮีริสติกส์: กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการขนส่ง. มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS กรุงเทพฯ: บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นนทวรรณ พาณิชยจิระสกุล. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างราคาน้ำมันกับปริมาณการส่งออกสินค้าทางอากาศของประเทศไทยโดยใช้วิธีเทอร์สโอสต์โคอินทิเกรชั่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

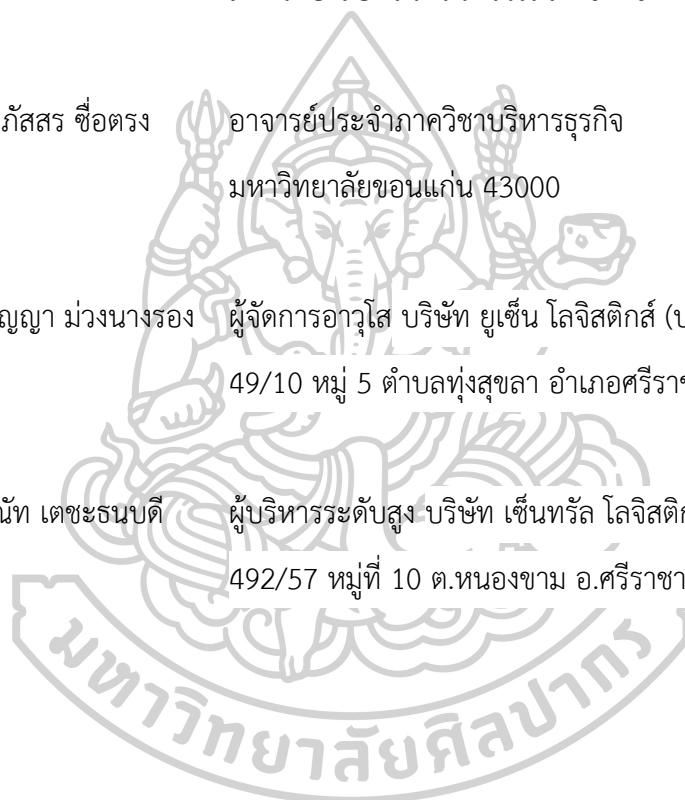
- ปพฤกษ์บาร์มี อุตสาหกรรมพาณิชย์. (2559). การวัดผลการดำเนินงานแบบบูรณาการของธุรกิจการเงินในประเทศไทย: ผลกระทบของความยุติธรรมในองค์กร การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความเป็นพลวัตของสภาพแวดล้อม. วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 9(2), 13-25.
- ปรารธนา หลีกภัย และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2555). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 29(1), 77-90.
- ปาจริย์ อ่อนสอาด. (2559). การสื่อสารองค์กรสุขภาพ: ชมรมคนรักซ์ดับ ศูนย์โรคดับ โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์. วารสารทริปริทัศน์, 30(94), 1-267.
- ปิยะนุช สถาพงศ์ภักดี. (2562). ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนน. เข้าถึงเมื่อ 27 พฤษภาคม 2564. เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/logistics/road-freight-transportation/IO/io-road-freight-transportation-20>
- พงศ์ภักดี บานชื่น และคณะ. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรของสหกรณ์การเกษตรในประเทศไทย. วารสารวิทยาการจัดการ, 37(1), 135-162.
- พรสวรรค์ มงคลชัยอรัญญา และนภาพร ประสมทอง. (2551). ทฤษฎีว่าด้วยฐานทรัพยากร: อะไรที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน. วารสารวิชาการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 3(8), 1-132.
- พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2557). บทความวิชาการ หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 6(2), 136-145.
- ภัทริกา ชิมช่าง. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน: งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้, 13(1), 108-120.
- ระบิล พันภัย. (2557). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ความสามารถในการแบ่งปันความรู้ของบุคลากรในองค์กร : ปรากฏการณ์เชิงประจักษ์ของธนาคารพาณิชย์ไทย. ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิภาวี เนาวรังษี. (2557). การศึกษาผลการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการดำเนินงานของธนาคารออมสิน ภาค 13. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- ศตายุ รัมเย็น. (2562). ความสามารถทางนวัตกรรมและความสามารถทางการตลาดที่ส่งผลต่อผลดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์

- ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศิริวัฒน์ ตั้งทรงเจริญ. (2558). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิลป์ชัย อุ่นอรุณ. (2554). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการให้บริการ การปฏิบัติงานเพื่อกำจัดความสูญเปล่า และประสิทธิภาพการขนส่งทางบก กรณีศึกษา บริษัท เอ็น เอ็ม แอล จำกัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- สลิลาทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2554). อนาคตระบบขนส่งไทยผันที่เป็นจริงหรือความหวังอันเลื่อนลอย. วารสารนักบริหาร 31(3), 99-104.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). รายงานโลจิสติกประเทศไทย 2562. เข้าถึงเมื่อ 17 สิงหาคม 2564. เข้าถึงได้จาก https://dol.dip.go.th/uploadcontent/DOL/FON/BP/logistics_report_2562.pdf
- สุกฤตา แท่งเพ็ชร. (2552). การสำรวจปัจจัยที่ส่งผลต่อการถ่ายโอนความรู้ในอุตสาหกรรมธุรกิจการเงินและอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์. วารสารจุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 32(2), 1-23.
- สุธาทิพย์ จันทร์เจริญผล. (2557). อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้นการตลาดที่มีต่อการตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้านยาในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภัญชลี อ้นไชยะ. (2555). รูปแบบความสัมพันธ์ของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมของมหาวิทยาลัยราชภัฏในประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์การจัดการดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อนุวัต สงสม. (2560). ความสามารถทางนวัตกรรม: การทบทวนวรรณกรรมและแบบจำลองเชิงแนวคิดเพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 37(4), 182-194.



รายชื่อผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพเครื่องมือ

1. ผศ.ดร.กัญจนา เมธารมณี อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 12121
2. ผศ.ดร.อินทกะ พิริยะกุล อาจารย์ประจำภาควิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ 10110
3. อ.ดร.ประภัสสร ชี้อตรง อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น 43000
4. นางสาวสัญญา ม่วงนางรอง ผู้จัดการอาวุโส บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด
49/10 หมู่ 5 ตำบลทุ่งสุขลา อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี 20230
5. นายกฤษณ์ เตชะธนบดี ผู้บริหารระดับสูง บริษัท เซ็นทรัล โลจิสติกส์ จำกัด
492/57 หมู่ที่ 10 ต.หนองขาม อ.ศรีราชา จ.ชลบุรี





ภาคผนวก ข
ตัวอย่างแบบสอบถาม



แบบสอบถามงานวิจัย

แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด
และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง
ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

คำอธิบาย

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม (Engineering Business) ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ดังนั้นจึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดกรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ตามพฤติกรรมและความคิดเห็นที่เป็นจริงของท่านด้วยความตรงไปตรงมา เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ทั้งนี้ข้อมูลต่าง ๆ ที่ท่านได้กรุณาให้คำตอบไว้ในแบบสอบถามชุดนี้จะถูกเก็บเป็นความลับ การนำเสนอผลของการศึกษาจะนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

คำชี้แจง

ลักษณะของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่ง

ส่วนที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 4 การมุ่งเน้นตลาด

ส่วนที่ 5 การมุ่งเน้นการเรียนรู้

ส่วนที่ 6 ผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่ง

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณอย่างสูง

ที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าของท่านมาตอบแบบสอบถาม

นางสาวธนพร ทองณรงค์

ผู้ศึกษาวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความหรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

26 – 35 ปี

36 – 45 ปี

46 – 55 ปี

มากกว่า 55 ปี

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

ปริญญาโท

ปริญญาเอก

4. ตำแหน่งงาน

เจ้าของกิจการ

ผู้บริหารระดับสูง

ผู้จัดการแผนก/ฝ่าย

อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. ประสบการณ์ทำงาน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

6 – 10 ปี

11 – 15 ปี

มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจบริการขนส่ง

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความหรือเติมข้อความในช่องว่างตามความเป็นจริง

6. จำนวนพนักงาน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 100 คน

101 – 300 คน

301 – 500 คน

มากกว่า 500 คน

7. ระยะเวลาในการดำเนินงาน

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 5 ปี

6 – 10 ปี

11 – 15 ปี

มากกว่า 15 ปี

8. กลุ่มลูกค้าหลัก

ชาวไทย

ชาวต่างชาติ

9. รูปแบบการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ

 ห้างหุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด บริษัทมหาชนจำกัด

ส่วนที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีคะแนน 5 ระดับ คือ 5 เห็นด้วยมากที่สุด 4 เห็นด้วยมาก 3 เห็นด้วยปานกลาง 2 เห็นด้วยน้อย และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านความกล้าเสี่ยง						
1.	ยอมรับความเสี่ยงถึงแม้ไม่รู้ถึงสิ่งที่จะตามมา					
2.	สามารถปรับตัวให้เข้ากับการแข่งขันที่รุนแรง					
3.	ยอมรับและอดทนต่อความเสี่ยงที่สูง					
4.	มีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าก่อนแสวงหาโอกาสการลงทุนเพิ่ม					
5.	ปรับปรุงการปฏิบัติงานจากการเรียนรู้ข้อผิดพลาดและประสบการณ์					
ด้านการมีนวัตกรรม						
6.	คำนึงถึงคุณค่าของการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อเพิ่มแรงจูงใจและกำลังใจให้กับบุคลากร					
7.	แสวงหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจอยู่ตลอดเวลา					
8.	สนับสนุนให้บุคลากรในองค์กรแสวงหารูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานใหม่ ๆ เสมอ					
9.	มีการนำวิธีการปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จแล้วมาปรับใช้ในองค์กร					

ข้อ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการทำงานเชิงรุก						
10.	เป็นผู้นำในการให้บริการต่าง ๆ รวมถึงแนวคิดใหม่ ๆ					
11.	มีการปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา					
12.	ใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของตลาดก่อนคู่แข่ง					
13.	มีความพร้อมในการดำเนินธุรกิจภายใต้การแข่งขันจากทั้งภายใน และภายนอกประเทศ					
14.	มีความกระตือรือร้นในการติดตามสภาพแวดล้อมของการแข่งขันอยู่ตลอดเวลา					

ส่วนที่ 4 การมุ่งเน้นตลาด

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีคะแนน 5 ระดับ คือ 5 เห็นด้วยมากที่สุด 4 เห็นด้วยมาก 3 เห็นด้วยปานกลาง 2 เห็นด้วยน้อย และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	การมุ่งเน้นตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า						
15.	มีการประเมินและตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ					
16.	แสวงหาและเสนอรูปแบบการให้บริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
17.	มีการกำหนดวัตถุประสงค์หลักคือ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นอันดับแรก					
18.	องค์กรมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้า					

ข้อ	การมุ่งเน้นตลาด	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการมุ่งเน้นคู่แข่ง						
19.	ตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการดำเนินงานของคู่แข่ง					
20.	มีการปรึกษาหารือเกี่ยวกับกลยุทธ์ของคู่แข่ง					
21.	แสวงหาโอกาสในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขัน					
22.	มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านปฏิสัมพันธ์ภายในองค์กร						
23.	ทุกแผนกทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร					
24.	ทุกแผนกมีความทุ่มเทเพื่อส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า					
25.	มีการประชุมระหว่างแผนกเพื่อปรึกษาหารือ					
26.	มีการแบ่งปันข้อมูลให้แก่บุคลากรระหว่างแผนกเพื่อให้เป็นที่ทราบกันทั่วทั้งองค์กร					
27.	มีการแบ่งปันการใช้ทรัพยากรร่วมกันในแต่ละฝ่ายงาน					

ส่วนที่ 5 การมุ่งเน้นการเรียนรู้

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีคะแนน 5 ระดับ คือ 5 เห็นด้วยมากที่สุด 4 เห็นด้วยมาก 3 เห็นด้วยปานกลาง 2 เห็นด้วยน้อย และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	การมุ่งเน้นการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการมุ่งเน้นในการเรียนรู้						
28.	ความสามารถในการรับรู้เป็นส่วนสำคัญที่นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน					
29.	การเรียนรู้ของบุคลากรคือการลงทุนไม่ใช่ค่าใช้จ่าย					
30.	การเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาความคิดและประสิทธิภาพพร้อมกันในทุกระดับ					

ข้อ	การมุ่งเน้นการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการมุ่งมั่นในการเรียนรู้						
31.	บุคลากรมีความกระตือรือร้นและตั้งใจเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ					
32.	บุคลากรเรียนรู้ความผิดพลาดโดยนำความผิดพลาดดังกล่าวมาปรับปรุงการปฏิบัติงาน					
ด้านการมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน						
33.	มีข้อตกลงร่วมกันเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ในทุกระดับ ทุกหน้าที่ และทุกแผนก					
34.	บุคลากรทุกคนมุ่งมั่นที่จะบรรลุเป้าหมายของธุรกิจร่วมกัน					
35.	บุคลากรตระหนักว่าตนเองมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อให้ธุรกิจไปสู่ทิศทางเดียวกัน					
36.	มีการนำวิสัยทัศน์ขององค์กรไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงาน					
ด้านการยอมรับฟังความคิดเห็น						
37.	พร้อมยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่างจากบุคคลอื่น					
38.	สนับสนุนให้พนักงานคิดนอกกรอบ					
39.	ให้การยอมรับและเข้าใจความแตกต่างของบุคลากร					

ส่วนที่ 6 ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

คำชี้แจง : กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน โดยมีคะแนน 5 ระดับ คือ 5 เห็นด้วยมากที่สุด 4 เห็นด้วยมาก 3 เห็นด้วยปานกลาง 2 เห็นด้วยน้อย และ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด

ข้อ	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการเงิน						
40.	กิจการมีรายได้จากการให้บริการขนส่งเพิ่มมากขึ้น					
41.	มีกำไรจากการดำเนินงานตามเป้าหมายที่ตั้งไว้					

ข้อ	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
ด้านการเงิน						
42.	กิจการสามารถใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า และตรงตามวัตถุประสงค์					
43.	สามารถลดค่าใช้จ่ายในการบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
ด้านลูกค้า						
44.	สามารถรักษารฐานลูกค้ารายเดิมได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
45.	สามารถแสวงหาลูกค้ารายใหม่ได้เพิ่มขึ้น					
46.	กิจการมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มมากขึ้น					
47.	ลูกค้ามีความพึงพอใจในการใช้บริการ					
ด้านกระบวนการภายใน						
48.	กิจการได้รับการยอมรับในด้านการเก็บรักษาที่ถูกต้องตามคุณสมบัติของสินค้าทั้งก่อนและขณะจัดส่งสินค้าถึงลูกค้า					
49.	ทำงานเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น					
50.	สามารถใช้สินทรัพย์ภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
51.	ลดความผิดพลาดในการทำงานและปฏิบัติงานได้ถูกต้อง					
ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต						
52.	มีทักษะ ความรู้ และความชำนาญในงานเพิ่มขึ้น					
53.	สามารถลดอัตราการลาออกของบุคลากร					
54.	บุคลากรมีความพึงพอใจในการทำงาน					
55.	บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร					

ส่วนที่ 7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านสละเวลาปฏิบัติงานอันมีค่าและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามทุกข้อ







ที่ อว 8615/ 04434

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

๑๙ ธันวาคม 2564

เรื่อง ขออนุญาตระงับในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญรดา เมธารมณี

ด้วยนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง “แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย” จัดทำโดยนางสาวธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม ชั้นปีที่ 2 โดยมีอาจารย์ ดร.จงรัก ปรีวีตรนานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา มีความจำเป็นต้องขออนุญาตระงับจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญรดา เมธารมณี ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ในการนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี สีธีร์จำเนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520



ที่ อว 8615/ 04436

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

๑๘ ธันวาคม 2564

เรื่อง ขออนุญาตเคราะหในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล

ด้วยนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง “แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย” จัดทำโดยนางสาวธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม ชั้นปีที่ 2 โดยมีอาจารย์ ดร.จรงค์ ปรีวัชรานานท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา มีความจำเป็นต้องขออนุญาตเคราะหจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทกะ พิริยะกุล ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ในกรณีนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขออนุญาตเคราะหในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี ลีศิริจำเนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520



ที่ อว 8615/ 04435

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

๗ ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ประภัสสร ชื่อดรง

ด้วยนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง “แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย” จัดทำโดยนางสาวธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม ชั้นปีที่ 2 โดยมีอาจารย์ ดร.จงรัก ปรีวีตรนานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา มีความจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์จากอาจารย์ ดร.ประภัสสร ชื่อดรง ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ในการนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี ลีจรรย์เนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520



ที่ อว 8615/ 4454

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

29 ธันวาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย
เรียน ผู้จัดการอาวุโส บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด

ด้วยนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง “แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย” จัดทำโดยนางสาวธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม ชั้นปีที่ 2 โดยมีอาจารย์ ดร.จงรัก ปรีวัตรนานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา มีความจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์จากผู้จัดการอาวุโส บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ในการนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี สิริจรจำเนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520



ที่ อว 8615/ 04433

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000

๗ ธันวาคม 2564

เรื่อง ขออนุญาตขอความเห็นในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย

เรียน ผู้จัดการ บริษัท เซ็นทรัล โลจิสติกส์ จำกัด

ด้วยนักศึกษา คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง “แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกของประเทศไทย” จัดทำโดยนางสาวธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 นักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจวิศวกรรม ชั้นปีที่ 2 โดยมีอาจารย์ ดร.จงรัก ปรีวัฒนานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา มีความจำเป็นต้องขออนุญาตขอความเห็นจากผู้จัดการ บริษัท เซ็นทรัล โลจิสติกส์ จำกัด ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ในการนี้ทางคณะฯ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยเพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี สีธีร์จำเนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520



ที่ อว 8615/ 167

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

19 มกราคม 2565

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บข้อมูลงานวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม
เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเรื่อง "แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย" จำนวน ชุด

ด้วยนักศึกษาคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล มหาวิทยาลัยศิลปากร พระราชวังสนามจันทร์ ได้จัดทำวิทยานิพนธ์ในรายวิชา 626 673 วิทยานิพนธ์ หัวข้อเรื่อง "แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการขนส่งในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย" จัดทำโดยนางสาว ธนพร ทองณรงค์ รหัสนักศึกษา 630920041 โดยมีอาจารย์ ดร.จงรัก ปรีวีตรานานนท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งทางผู้จัดทำเล็งเห็นถึงการเจริญเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างมั่นคงของธุรกิจบริการขนส่ง จึงได้นำการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้มาประยุกต์กับธุรกิจบริการขนส่ง ดังนั้นทางผู้จัดทำจึงขอเข้าเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ.2565 เพื่อประกอบการวิเคราะห์ผลในการจัดทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักเป็นพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณศรี ลิขิจำเนียร)
คณบดีคณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

สำนักงานคณบดี
โทร. 0-3427-0510-2 ต่อ 209400
โทรสาร 0-3427-0520

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ชนพร ทองณรงค์
วัน เดือน ปี เกิด	01 ธันวาคม 2540
สถานที่เกิด	อุดรธานี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2562 เทคโนโลยีบัณฑิต(ธุรกิจวิศวกรรม) มหาวิทยาลัยศิลปากร พ.ศ. 2563 ศึกษาดำเนินระดับวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ธุรกิจวิศวกรรม) มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	128 ม.6 ถ.อุดร-สกล ต.หนองนาคำ อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000

