

Innovativeness: Literature Review and Proposed Conceptual Model for Examining the Antecedents and Consequences

Anuwat Songsom^{1,*}

Abstract

This article presents the concepts of innovativeness and the proposed conceptual model of the antecedents and consequences of innovativeness. The study focuses particularly on the Resource Based View and Learning Organization, and is based on literature review, documentary analysis, and analytical description. The proposed structural model consists of three antecedents: Entrepreneurial orientation, market orientation, and learning orientation, while the consequence is the competitive advantage. The study also recommends future research to regard business types and the organizational environments as influential to the measurement validity.

Keywords: innovativeness, entrepreneurial orientation, learning orientation

¹ Department of Business Administration, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand.

* Corresponding author. E-mail: sanuwat52@gmail.com

ก

ความสามารถทางนวัตกรรม: การทบทวน วรรณกรรมและแบบจำลองเชิงแนวคิด เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์

อนุวัต สงสม^{1,*}

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้นำเสนอโมทัศน์เกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม และแบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความสามารถทางนวัตกรรม การศึกษามุ่งเน้นการอธิบายโดยอาศัยแนวคิดด้านทรัพยากร และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ รูปแบบการนำเสนอใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรม การวิเคราะห์เอกสาร และนำเสนอรายงานแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ผลการศึกษาแสดงถึงแบบจำลองเชิงแนวคิดซึ่งอยู่ในรูปแบบจำลองเชิงโครงสร้างที่พัฒนาขึ้น ประกอบด้วยปัจจัยเชิงสาเหตุ 3 ตัวแปร คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ขณะที่ตัวแปรซึ่งเป็นผลลัพธ์คือความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเสนอแนะให้ผู้วิจัยที่จะนำแบบจำลองดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ จะต้องคำนึงถึงบริบทที่เกี่ยวข้องกับประเภทของธุรกิจ และสภาพแวดล้อมขององค์กรที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อความเที่ยงตรงของการวิจัย

คำสำคัญ: ความสามารถทางนวัตกรรม การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้

¹ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ จังหวัดสงขลา

* Corresponding author. E-mail: sanuwat52@gmail.com

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการแข่งขันในยุคปัจจุบันที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น จำเป็นที่องค์กรต่าง ๆ ต้องมีการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ขององค์กร ผู้บริหารขององค์กรที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์กรไปสู่การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม เพื่อนำความรู้และแนวคิดใหม่มาสร้างสรรค์และปรับใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการของตน (Chutiwong & Kertsri, 2011) นวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Zehir, Can, & Karaboga, 2015) โดยเฉพาะนวัตกรรมในระดับองค์กร ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และเป็นองค์ประกอบหนึ่งในความสำเร็จขององค์กร (Suliyanto & Rahab, 2012)

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) เป็นสิ่งที่มาก่อนนวัตกรรม และความสามารถทางนวัตกรรมนั้นแสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ (Hult, Hurley, & Knight, 2004; Suliyanto & Rahab, 2012; Tutar, Nart, & Bingol, 2015) ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นเสมือนกลยุทธ์องค์กรและเป็นการมุ่งเน้นการแข่งขันด้วยนวัตกรรมขององค์กร ส่วนนวัตกรรมเป็นเสมือนเครื่องมือซึ่งองค์กรใช้เพื่อที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้ องค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรมตลอดเวลา เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญในการทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จากการมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น (Suliyanto & Rahab, 2012)

และความสามารถทางนวัตกรรมเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์กรที่จะบรรลุความสำเร็จระยะยาว (Noble, Sinha, & Kumar, 2002; Tutar, Nart, & Bingol, 2015)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตมักจะมีมุ่งเน้นศึกษาความสามารถทางนวัตกรรม บนพื้นฐานของหน้าที่ทางการตลาดและเทคโนโลยีมากกว่าการศึกษาทั้งระบบขององค์กร (Siguaw, Simpson, & Enz, 2006; Wutthirong, 2015) จึงทำให้เกิดช่องว่าง เกี่ยวกับรูปแบบหรือกรอบแนวคิดที่ชัดเจนด้านโครงสร้างการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมในระดับระบบขององค์กร

ดังนั้น บทความวิชาการฉบับนี้ถือเป็นการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยการสร้างกรอบแนวคิดเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยเชิงเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งอาศัยสองแนวคิดที่สำคัญ คือ แนวคิดด้านทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based View) และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) โดยแนวคิดด้านทรัพยากรขององค์กร อธิบายถึงการที่องค์กรมีความสามารถและทรัพยากรที่มีคุณค่า องค์กรอื่นไม่สามารถเลียนแบบหรือทดแทนได้ เพื่อช่วยสร้างความได้เปรียบในเชิงของการแข่งขัน ขณะที่แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ อธิบายถึงความรู้ใหม่ ๆ ที่เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กร ทุนด้านความรู้ที่เพิ่มขึ้นทั่วทั้งองค์กรจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น และนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงของการแข่งขัน (Wutthirong, 2015) ซึ่งการศึกษาโดยอาศัยสองแนวคิดดังกล่าว จะช่วยให้องค์กรเข้าใจและพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมได้ดียิ่งขึ้น

ความหมายของความสามารถทางนวัตกรรม

Wutthirong (2015) กล่าวว่าความสามารถทางนวัตกรรม คือ ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารจัดการทั่วทั้งองค์กร เพื่อพัฒนาให้เกิดขึ้นใหม่ ทั้งในรูปแบบของสินค้า บริการ กระบวนการทำงาน รวมถึงรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบใหม่ ขณะที่ Nybakk, Crespell, Hansen, และ Lunnan (2009) ได้ให้ความหมายว่าเป็นความโน้มเอียงในการสร้าง และ/หรือนำมาใช้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการ และระบบธุรกิจ เป็นการเปิดรับความคิดใหม่ เหมือนเป็นวัฒนธรรมขององค์กร ด้วยความเต็มใจที่จะเสนอความคิดใหม่ ๆ หาวิธีใหม่ ๆ ในการทำสิ่งต่าง ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการของการดำเนินงาน และอัตราของการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ และเป็นความสามารถของธุรกิจที่จะรับได้ในนวัตกรรม นั่นคือ การนำเสนอกระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือความคิดใหม่ในองค์กร (Hult, Hurley, & Knight, 2004; Suliyanto & Rahab, 2012)

แนวคิดที่ใช้อธิบายความสามารถทางนวัตกรรม

1. แนวคิดหรือมุมมองด้านทรัพยากรขององค์กร (Resource Based View: RBV)

แนวคิดหรือมุมมองด้านทรัพยากรขององค์กร ให้ความสนใจกับสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เพื่อการอธิบายว่าทำไมองค์กรหนึ่งจึงสามารถดำเนินงานได้ดีกว่าอีกองค์กรอื่น และค้นหากระบวนการภายในองค์กรเพื่อสร้างการรวมกันของทรัพยากร (Resource Bundles) และให้ความสนใจว่าทรัพยากรขององค์กรขับเคลื่อนผลการดำเนินงานในสภาพ

แวดล้อมที่มีการแข่งขันรุนแรงได้อย่างไร แนวคิดนี้เน้นการพัฒนาความสามารถด้านการจัดการและความยากที่จะลอกเลียนแบบ จากการรวมกันของสมรรถนะด้านเทคโนโลยี หน้าที่ และองค์กร ปัจจัยดังกล่าวถูกนำมารวมกัน และนำไปใช้ในการวิจัยและพัฒนาสินค้าและกระบวนการการถ่ายทอดเทคโนโลยี ทรัพยากรมนุษย์ และการเรียนรู้ขององค์กร ความได้เปรียบในการเป็นเจ้าของทรัพยากร แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่เหนือกว่าขององค์กร รวมถึงความสามารถในการพัฒนาสินค้าที่มีความแตกต่างและดีกว่า (Wutthirong, 2015)

ทรัพยากรภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมองที่แหล่งทรัพยากร (Resources) และความสามารถ (Capabilities) ซึ่งแบ่งออกเป็นทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible Resources) และทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible Resources) โดยทรัพยากรที่มีตัวตนเป็นสินทรัพย์ที่หาได้ง่ายโดยทั่วไปและอ้างอิงกับสินทรัพย์ถาวรและสินทรัพย์หมุนเวียนขององค์กร เช่น ที่ดิน อาคาร โรงงาน ทุนทางด้านเครื่องจักร การเงิน กายภาพ บุคลากร และเทคโนโลยี เป็นต้น ขณะที่ ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน หรือมองไม่เห็นและจับต้องไม่ได้ และยากจะประเมินคุณค่า ไม่มีสถานะทางกายภาพ แต่องค์กรเป็นเจ้าของ เช่น ความภักดีของลูกค้า ประสบการณ์ด้านการผลิต ความเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี ชื่อเสียง ต้นทุนด้านองค์กร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และความลับทางการค้า เป็นต้น โดยทรัพยากรและความสามารถที่มีคุณค่า จะกลายเป็นความสมรรถนะหลักขององค์กร (Core Competencies) และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร (Barney, 1991; Barney, Wright, & Ketchen, 2001; Dess, Lumpkin, &

Eisner, 2007; Mills, Platts, & Bourne, 2003)

แนวคิดหรือมุมมองด้านทรัพยากรขององค์กรดังกล่าว ถือว่าทรัพยากรและความสามารถขององค์กรเป็นพื้นฐานของกลยุทธ์ธุรกิจ และพื้นฐานของการสร้างความสามารถในการทำกำไรขององค์กร ดังนั้น บทความนี้จึงอาศัยแนวคิดดังกล่าวเพื่อเชื่อมโยงไปยังปัจจัยเชิงสาเหตุที่นำมาพิจารณาในการพัฒนาแบบจำลองเชิงแนวคิด ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นตลาด โดยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อมโยงกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เกี่ยวข้องกับความตั้งใจที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ การค้นหาความเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุกมากขึ้น รวมถึงเป็นกระบวนการเพิ่มพูนภายในขององค์กรที่ส่งผลต่อนวัตกรรม (Huang & Wang, 2011; Hult, Hurley, & Knight, 2004) ขณะที่การมุ่งเน้นตลาดเป็นการรวบรวมข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งอย่างเป็นระบบ นำมาใช้เป็นแนวทางการกำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม (Lee & Tsai, 2005; Rahab, 2012)

2. แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization: LO)

Jones (2007) กล่าวว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นการออกแบบโครงสร้าง วัฒนธรรมและกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร และทำให้เกิดผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน ขณะที่ Senge (2006) กล่าวว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้ หมายถึงองค์กรที่สนับสนุนแนวคิดใหม่ และสมาชิกมีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และได้กำหนด 5 หลักการสำคัญที่นำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ คือ การคิดอย่างเป็นระบบ ความมุ่งมั่นเฉพาะ

บุคคล การตรวจสอบวิสัยทัศน์ การสร้างวิสัยทัศน์ร่วม และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างสมาชิกในองค์กร

แนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้มองว่า การพัฒนาและเคลื่อนย้ายความรู้ไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาและเคลื่อนย้ายความรู้เป็นส่วนหนึ่งของการมุ่งเน้นด้านนวัตกรรม ความรู้ใหม่เป็นสิ่งที่จำเป็นต่อองค์กร และมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002; Hana, 2013; Suliyanto & Rahab, 2012) ดังนั้น ทุนด้านความรู้ที่เพิ่มขึ้นทั่วทั้งองค์กร ทำให้องค์กรเติบโตและแข็งแกร่ง สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและนำหน้าคู่แข่ง

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

จากแนวคิดมุมมองด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์กร และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้สามารถสรุปปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ว่าประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มุ่งเน้นการเรียนรู้ และการมุ่งเน้นตลาด โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation)

ความเป็นผู้ประกอบการมีความหมายเฉพาะมากกว่าตัวผู้ประกอบการ มิใช่เพียงคุณลักษณะ แต่ความเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการที่เกิดจากการกระทำในความรู้สึกรับผิดชอบแบบผู้ประกอบการ (Drucker, 1985) ตามแนวคิดของ Bygrave และ Hofer (1991) อธิบายว่าความเป็นผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์กับหน้าที่และกิจกรรม

ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการได้มาซึ่งโอกาส และการสร้างสรรค์องค์กรให้สามารถดำเนินงานได้ดีตามโอกาสนั้น ๆ รวมถึงความกล้าเสี่ยง การทำงานเชิงรุก และการสร้างสรรค์นวัตกรรมเหนือคู่แข่ง

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้การปฏิบัติงานมีความเจริญเติบโต มีมาตรฐาน ต้นทุนต่ำและมีความคุ้มค่า ซึ่งเป็นผลประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานในอนาคต ที่ส่งผลไปถึงนวัตกรรมองค์กร ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านกระบวนการทางความคิดเพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมและเป็นประโยชน์มากขึ้น รวมไปถึงผลการดำเนินงานธุรกิจจัดว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานขององค์กร คือ ผลทางด้านการเงิน ได้แก่ ผลกำไร ผลตอบแทนการลงทุน เป็นต้น ผลทางด้านการตลาด ได้แก่ ยอดขาย สัดส่วนทางการตลาดและผลทางด้านค่าตอบแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือผู้ถือหุ้น ได้แก่ ผลตอบแทนรวม มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่มีความสุขกับโอกาสในการแสวงหาแหล่งเงินทุนและรางวัลส่วนบุคคลได้อย่างอิสระเสรี โดยใช้ความรักความทุ่มเท ตลอดจนพลังงานและความสามารถทั้งหลายของตนเอง เพื่อเตรียมความพร้อมในการเผชิญกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน เพื่อเสริมสร้างความเติบโตให้แก่กิจการของตนเอง (Ma'atoofi & Tajeddini, 2010)

จากผลงานวิจัยของ Satthayopath, Lertpachin, และ Thechatonmenasakool (2014) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด ความสามารถทางนวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของไทย

พบว่า ภาวะความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นตลาดและความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.70 และ 0.48 ตามลำดับ ขณะที่งานวิจัยของ Wang (2008) ซึ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์กรในประเทศอังกฤษ พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการเรียนรู้ขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.86 ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานของ Ma'atoofi และ Tajeddini (2010) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ดังกล่าวในธุรกิจขนาดเล็กของประเทศอิหร่าน พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ เท่ากับ 0.75 จากผลการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว จึงสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานในแบบจำลองเชิงแนวคิดได้ดังนี้

- H1: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งเน้นตลาด
- H2: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม
- H3: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้

2. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation)

การมุ่งเน้นการเรียนรู้เป็นแนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้ขององค์กร และความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร (Ferraresi, Santos, Frega, & Pereira, 2012) ซึ่งเป็นลักษณะขององค์กรที่มีกิจกรรมหลากหลายในการสร้างและใช้ความรู้ เพื่อทำให้เกิดความ

ได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการได้รับและแลกเปลี่ยนสารสนเทศเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงด้านตลาด และผลการดำเนินงานของคู่แข่ง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาสินค้าใหม่ที่มีคุณลักษณะและคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง ขณะเดียวกันการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อประเภทของสารสนเทศที่จำเป็นต้องเก็บรวบรวม มีการแปลความหมาย การประเมิน และการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ของสมาชิกในองค์กรนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงความรู้ขององค์กร และทำให้เกิดความเข้าใจของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างระบบขององค์กรและสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้น (Wutthirong, 2015) ดังนั้น การมุ่งเน้นการเรียนรู้ขององค์กร จึงมีความจำเป็นอย่างมาก เพราะส่งผลต่อการอยู่รอดขององค์กรในสภาวะที่มีการแข่งขันภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมถึงเป็นรากฐานสำคัญกับการเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับบทความของ Mathuramaytha (2014) ซึ่งได้กล่าวไว้ว่า หากองค์กรได้มีการสร้างทุนทางปัญญา องค์กรจะเกิดความสามารถทางนวัตกรรม และเกิดการบรรลุเป้าหมายขององค์กรที่จะทำให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

Suliyato และ Rahab (2012) ศึกษาบทบาทของการมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.44 ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Rattanaprichavej (2010) ซึ่งศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์กรแห่งการ

เรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร พบว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.75 ขณะที่งานของ Shu-Hsien และ Chi-Chuan (2009) พบว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้ นอกจากจะมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมแล้ว ยังมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.35 จึงสามารถนำมากำหนดสมมติฐานได้ดังนี้

H4: การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม

H5: การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation)

กรอบแนวคิดการมุ่งเน้นตลาด สามารถแบ่งออกเป็น 2 แนวทาง แนวทางแรกเป็นมุมมองการมุ่งเน้นตลาดในเชิงพฤติกรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลข่าวสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการตอบสนองตลาด ขณะที่แนวทางที่สองเป็นมุมมองการมุ่งเน้นตลาดเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นไปที่บรรทัดฐานองค์กร และค่านิยมที่ส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมที่สอดคล้องกับแนวทางการตลาด (Pojsupap, 2015)

การมุ่งเน้นตลาดเป็นวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพอย่างมากในการสร้างพฤติกรรมที่จำเป็นสำหรับองค์กร เป็นแนวคิดที่ช่วยขยายผลการดำเนินงานทางธุรกิจในบริบทของการจัดการเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากการมุ่งเน้นตลาดช่วยส่งเสริมให้องค์กรจัดทำกลยุทธ์และจัดการองค์กร ด้วยการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นให้กับลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร

Ferraresi, et al. (2012) มองว่าการมุ่งเน้นตลาด จัดเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลอย่างมาก ในการสร้างพฤติกรรมที่จำเป็น สำหรับการสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้นให้แก่ลูกค้า และส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Farrell และ Mavondo (2004) ซึ่งมองว่าการมุ่งเน้นตลาด คือ มิติหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรที่ช่วยให้มีความเข้าใจว่าวัฒนธรรมการมุ่งเน้นตลาดมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันอย่างไร ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของพนักงานแต่ละคน และพฤติกรรมองค์กร ซึ่งประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลทางการตลาดทั้งข้อมูลลูกค้า คู่แข่งขัน และสภาพตลาด แล้วกระจายข้อมูลที่ได้รับมาให้บุคลากรภายในองค์กรได้รับรู้ เพื่อจัดหาคุณค่าที่เพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองให้แก่ลูกค้า ผ่านการใช้ข้อมูลทางการตลาดนั้น ขณะที่ Nasution, Mavondo, Matanda, และ Ndubisi (2011) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นตลาด และนวัตกรรมของกลุ่มธุรกิจโรงแรมในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.18 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Suliyanto และ Rahab (2012) ซึ่งพบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถเชิงนวัตกรรมเท่ากับ 0.41 นอกจากนี้ การมุ่งเน้นตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรเท่ากับ 0.23 จึงสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานในแบบจำลองเชิงแนวคิดได้ดังนี้

H6: การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม

H7: การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผลลัพธ์ของความสามารถทางนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นสิ่งตั้งต้นสำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรมและพัฒนาความสามารถในการคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆ ของบริษัท (Ferraresi, et al., 2012; Hult, Hurley, & Knight, 2004; Suliyanto & Rahab, 2012) โดยความสามารถทางนวัตกรรม ถูกมองว่าเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการ และการตลาดเพื่อการแข่งขันขององค์กร (Hana, 2013) ความสามารถทางนวัตกรรม ได้มีการศึกษามาเป็นระยะเวลานาน เนื่องจากเป็นความสามารถขององค์กรในการคิดค้นสิ่งใหม่ และได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กำหนดเพื่อให้องค์กรอยู่รอด และประสบความสำเร็จในระยะยาว ดังนั้น การนำแนวคิดความสามารถทางนวัตกรรมมาใช้ จึงเป็นหนึ่งในแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์กรและธุรกิจทุกประเภท ที่ช่วยให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันและทำให้องค์กรบรรลุความสำเร็จอย่างยั่งยืนในระยะยาว (Hana, 2013; Huang & Wang, 2011) รวมถึงยังส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กรให้สูงขึ้น (Cláudio, Marcelo, & Sandro, 2010; Gunday, Ulusoy, Kilic, & Alpkan, 2011; Micheels, 2010)

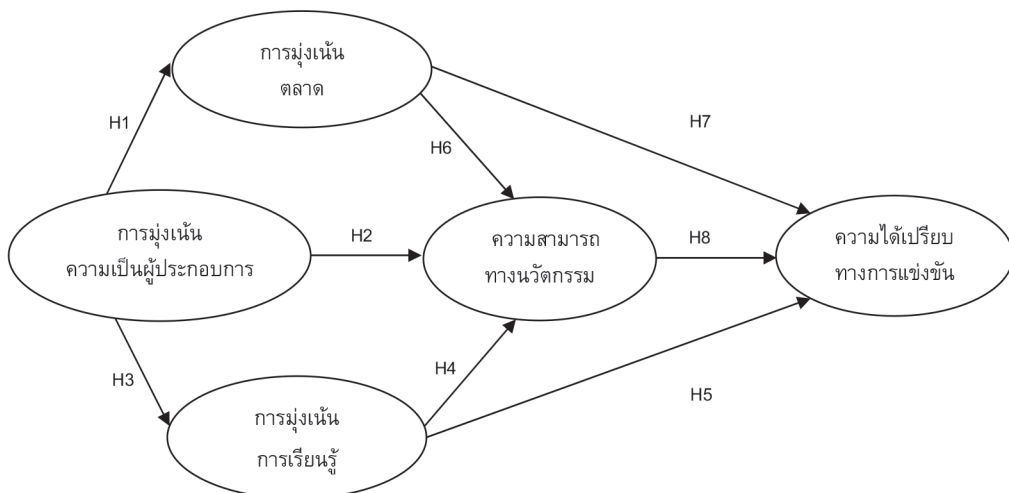
Rattanaprichavej (2010) ศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร พบว่านวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่า

สัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.78 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Satthayopath, Lertpachin, & Thechatonmenasakool, (2014) และ Suliyanto และ Rahab (2012) ที่พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร เท่ากับ 0.34 และ 0.39 ตามลำดับ จึงสามารถนำมากำหนดเป็นสมมติฐานในแบบจำลองเชิงแนวคิดได้ดังนี้

H8 ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

แบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความสามารถทางนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานซึ่งนำเสนอไปแล้วในหัวข้อที่ผ่านมาสามารถพัฒนาเป็นแบบจำลองเชิงแนวคิด (Proposed Conceptual Model) ซึ่งประกอบด้วย 5 ตัวแปรแฝง (Latent Variables) และกำหนดสมมติฐานได้ดังภาพ



ภาพที่ 1 แสดงแบบจำลองเชิงแนวคิดความสามารถทางนวัตกรรม

สำหรับการวัดตัวแปรแฝงในแบบจำลองข้างต้น วัดจากตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ซึ่งต้องกำหนดค่านิยามปฏิบัติการสำหรับการวัด (Operationalization) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

(1) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ดัดแปลงจากแนวคิดของ Rhee, Park, และ Lee (2010) และ Zehir, Can, และ Karaboga (2015) ซึ่งวัดจากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

จาก 4 องค์ประกอบ คือ การดำเนินงานเชิงรุก (Pro Activeness) การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressiveness) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) และความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy)

(2) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นการเรียนรู้ อาศัยการบูรณาการแนวคิดของ Ferraresi, et al. (2012) และ Suliyanto และ Rahab (2012) โดยมองว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้ สามารถวัดได้จาก 3

องค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared Vision) และยอมรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง (Open Mindedness)

(3) การวัดตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นตลาด อาศัยแนวคิดของ Long (2013) ซึ่งวัดการมุ่งเน้นตลาดจาก 3 องค์ประกอบ การมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

(4) การวัดตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม อาศัยการบูรณาการระหว่างแนวคิดของ Wang และ Ahmed (2004), Ferraresi, et al. (2012) และ Rahab (2012) โดยวัดความสามารถทางนวัตกรรมจาก 5 องค์ประกอบ คือ ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านพฤติกรรม และด้านกลยุทธ์

(5) การวัดตัวแปรแฝงความได้เปรียบทางการแข่งขัน อาศัยแนวคิดของ Hana (2013) ที่ได้นำเสนอกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ว่าประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งเฉพาะส่วน

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการสำรวจมโนทัศน์เกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรม โดยอาศัยแนวคิดด้านทรัพยากรที่มีคุณค่าขององค์กร และแนวคิดองค์กรแห่งการเรียนรู้ และนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองเชิงแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของความสามารถทางนวัตกรรม พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุของความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วย 3 ตัวแปรแฝง คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาด และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ขณะที่ตัวแปร

แฝงซึ่งเป็นผลลัพธ์ คือ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ทั้งนี้ข้อเสนอแนะในการนำแบบจำลองดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ จะต้องคำนึงถึงการกำหนดคำนิยามปฏิบัติการสำหรับการวัดตัวแปรแฝงต่างๆ โดยใช้ตัวแปรสังเกตได้ที่หลากหลาย ให้สอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแต่ละประเภท ขณะเดียวกันอาจใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธีการ (Mixed Method) โดยในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณ อาจนำแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นไปทดสอบความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และทดสอบความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลองระหว่างกลุ่มธุรกิจที่แตกต่างกัน ขณะที่การวิจัยเชิงคุณภาพอาจมีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสามารถทางนวัตกรรมในแบบจำลองที่หลากหลายมิติมากขึ้น อันจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

บรรณานุกรม

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barney, J., Wright, M., & Ketchen, D. J. (2001). The resource-based view of the firm: Ten years after 1991. *Journal of Management*, 27(6), 625-641.
- Bygrave, W. D., & Hofer, C. W. (1991). Theorizing about Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(2), 13-22.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation, and firm performance. *Industrial Marketing*

- Management*, 31(6), 515-524.
- Chutiwong, N., & Kertsri, N. (2011). Analysis of factors supporting an innovative organization in Thailand. *Thammasat Business Journal*, 34(130), 47-58. (in Thai).
- Cláudio, H. S., Marcelo, G. P., & Sandro, N. F. (2010). Market orientation and learning orientation directed to innovation and organization performance. *International Journal of Sustainable Business*, 14(3), 1-20.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic management creating competitive advantage*. Boston, MA: McGraw-Hill/Irwin.
- Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157.
- Farrell, M., & Mavondo, F. T. (2004). The effect of downsizing strategy and reorientation strategy on a learning orientation. *Personnel Review*, 33(4), 383-402.
- Ferraresi, A. A., Santos, S. A., Frega, J. R., & Pereira, H. J. (2012). Knowledge management, market orientation, innovativeness and organizational outcomes: A study of companies operating in Brazil. *Journal of Information Systems and Technology Management*, 9(1), 89-108.
- Gunday, G., Ulusoy, G., Kilic, K., & Alpkan L. (2011). Effects of innovation types on firm performance. *International Journal of Production Economics*, 133, 662-676.
- Hana, U. (2013). Competitive advantage achievement through innovation and knowledge. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.
- Henard, D. H., & Szymanski, D. M. (2001). Why some new products are more successful than others. *Journal of Marketing Research*, 38(3), 362-375.
- Huang, S. K., & Wang, Y. L. (2011). Entrepreneurial orientation, learning orientation and innovation in small and medium enterprises. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 563-570.
- Hult, G. T. M., Hurley, R. F., & Knight, G. A. (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438.
- Jones, G. R. (2007). *Organizational theory, design, and change*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Lee, T. S., & Tsai, H. J. (2005). The effect of business operation mode on market orientation, learning orientation and innovativeness. *Industrial Management & Data System*, 105(3), 325-348.
- Long, H. C. (2013). The relationship among learning orientation, market orientation, entrepreneurship orientation and firm performance of Vietnam marketing communications firms. *Philippine Management Review*, 20(1), 37-46.

- Ma'atoofi, A. R., & Tajeddini, K. (2010). The effect of entrepreneurship orientation on learning orientation and innovation: A study of small-sized business firms in Iran. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 1(3), 254-260.
- Mathuramaytha, C. (2014). Intellectual capital concepts for competitive advantages. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 34(3), 127-135. (in Thai).
- Micheels, E. T. (2010). *Market orientation in production agriculture: Measurement, relationships and implications* (Unpublished doctoral dissertation). University of Illinois at Urbana-Champaign.
- Mills, J., Platts, K., & Bourne, M. (2003). Applying resource-based theory methods, outcomes and utility for managers. *International Journal of Operations and Production Management*, 23(2), 148-166.
- Nasution, H. N., Mavondo, F.T., Matanda, M. J., & Ndubisi, N.O. (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation and as antecedents to innovation and customer value. *Industrial Marketing Management*, 40(3), 336-345.
- Noble, C. H., Sinha, R. K., & Kumar, A. (2002). Market orientation and alternative strategic orientation: A longitudinal assessment of performance implications. *Journal of Marketing*, 66(4), 25-39.
- Nybakk, E., Crespell, P., Hansen, E., & Lunnan, A. (2009). Antecedents to forest owner innovativeness: An investigation of the non-timber forest products and services sector. *Forest Ecology and Management*, 257, 608-618.
- Pojsupap, T. (2015). The development of characteristics indicators of export market orientation: A case study of Thai processed food exporters. *University of the Thai Chamber of Commerce Journal*, 35(4), 29-41. (in Thai).
- Rahab, R. (2012). Innovativeness model of small and medium enterprises based on market orientation and learning orientation: Testing moderating effect of business operation mode. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 4, 97-109.
- Rattanaprichavej, N. (2010). *Organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) from the concepts of learning organization and organizational innovation* (Unpublished doctoral dissertation). National Institute of Development Administration. Bangkok, Thailand. (in Thai).
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D.H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30(1), 65-75.
- Satthayopath, P., Lertpachin, S., & Thechatonmenasakool, S. (2014). The

- causal relationship among entrepreneurial, marketing capabilities, innovation and business strategy toward competitive advantage of SMEs in northern region of Thailand. *Journal of Management Lampang Rajabhat University*, 7(1), 11-29. (in Thai).
- Senge, P. M. (2006). *The fifth discipline: The art and practice of the learning Organization*. New York: Double Day Currency.
- Shu-Hsien, L., & Chi-Chuan, W. (2009). The relationship among knowledge management, organizational learning and organizational performance. *International Journal of Business and Management*, 4(4), 64-76.
- Siguaw, J. A., Simpson, P. M., & Enz, C. A. (2006). Conceptualizing innovation orientation: A framework for study and integration of innovation research. *Journal of Product Innovation Management*, 23, 556-574.
- Suliyanto, S., and Rahab, R. (2012). The role of market orientation and learning orientation In improving innovativeness and performance of small and medium enterprises. *Asian Social Science*, 8(1), 134-145.
- Tutar, H., Nart, S., & Bingol, D. (2015). The effect of strategic orientations on innovation capabilities and market performance: The case of ASEM. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 207, 709-719.
- Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation and firm performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32, 635-657.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.
- Wutthirong, P. (2015). *Innovation management: Resource, learning organization and innovation*. Bangkok, Thailand: Chulapress. (in Thai).
- Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking entrepreneurial to firm performance: The role of differentiation strategy and innovation performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210, 358-367.