

โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ: การศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

Structural Relationship Model of Organizational Dynamic Capabilities, Organizational Creativity, Organizational Innovativeness and Business Excellence: An Empirical Investigation from Information and Communication Technology Business in Thailand

ดร. ภัทริกา ชินช่าง

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

Pattarika Chinchang

Lectures of Bachelor of Business Administration Program in Management

Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

E-mail: Pattarika.ch@gmail.com; Phone: 086-619-5645

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ	: 30 มิถุนายน 2565
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ	
ครั้งที่ 1	: 28 สิงหาคม 2565
ครั้งที่ 2	: 20 กันยายน 2565
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ	: 5 ตุลาคม 2565

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย และ 2) เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ผู้บริหารระดับสูงขององค์กร จำนวน 340 คน ที่ได้รับมอบหมายจาก 340 องค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม แต่ได้รับการส่งคืน จำนวน 175 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์องค์ประกอบ และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุด้วยโมเดลสมการเชิงโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร อย่าง ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ และความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 2) ลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย พบว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่า $\chi^2/df = 1.095$, $df = 80$, $p\text{-value} = 0.262$, $GFI = 0.944$, $CFI = 0.996$, $AGFI = 0.904$, $RMSEA = 0.023$ ผลการศึกษานี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติการ ด้านความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

คำสำคัญ: ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร
ความเป็นเลิศทางธุรกิจ

Abstract

The objectives of this study were to: (1) develop a causal relationship model of organizational dynamic capabilities, organizational creativity, organizational innovativeness, and business excellence from information and communication technology business in Thailand; and (2) study a causal relationship among organizational dynamic capabilities, organizational creativity, organizational innovativeness and business excellence from information and communication technology business. The 340 top management level, who have been received authorization from 340 Information and communication technology businesses sectors and certified by Department of Business Development, were respondents. However, only 175 respondents were returned in total. The data were analyzed by using percentages, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficient, factor analysis, and path analysis were used to find out the causal relationship with structural equation models (SEM). The research results were found as follows; 1) Organizational dynamic capabilities had a positive influence on organizational creativity. Organizational dynamic capabilities had a positive influence on organizational innovativeness. Organizational creativity had a positive influence on organizational innovativeness. Organizational creativity had a positive influence on business excellence. Likewise, organizational innovativeness had a positive influence on business excellence with a statistical significance at .01; 2) A causal relationship of organizational dynamic capabilities, organizational creativity, organizational innovativeness, and business excellence: : An empirical investigation from information and communication technology business in Thailand indicated that this model was consistent with the empirical data statistical value of $\chi^2/df = 1.095$, $df = 80$, $p\text{-value} = 0.262$, $GFI = 0.944$, $CFI = 0.996$, $AGFI = 0.904$, $RMSEA = 0.023$. The result of this study will be the guidelines for driving managerial policy as well as practical skill development in terms of organizational dynamic capabilities, organizational creativity, organizational Innovativeness and business excellence in the information and communication technology business in Thailand.

Keywords: Organizational Dynamic Capabilities, Organizational Creativity, Organizational Innovativeness, Business Excellence

บทนำ

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีลักษณะเฉพาะที่คาดการณ์ได้ยากและมีการแข่งขันสูง เพื่อให้องค์กรสามารถปรับตัวและอยู่รอดได้ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงทางอย่างรวดเร็ว ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรจึงมีบทบาทสำคัญยิ่งขึ้นในการบรรลุผลการดำเนินงาน และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า (Wang & Feng, 2020) ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรถือว่ามีความสำคัญในการสร้างคุณค่า ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถรับรู้โอกาส และภัยคุกคามในตลาด ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรเป็นความสามารถระดับสูงที่กำหนดความสามารถในการบูรณาการ สร้าง ขยาย หรือปรับปรุงศักยภาพของทรัพยากรในองค์กรให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้เหนือกว่าคู่แข่ง แหล่งที่มาของความสามารถทางการแข่งขันของกิจการที่ก่อให้เกิดประโยชน์ยังเชื่อมโยงกับการเข้าถึงทรัพยากรและความสามารถ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Teece, 2018)

ด้วยการเกิดขึ้นของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลยังสร้างความท้าทายให้กับองค์กรต่าง ๆ ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารถูกมองว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนที่สำคัญทางเศรษฐกิจ มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลลัพธ์ และนวัตกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่สนับสนุนการประมวลผลข้อมูลและระบบอัตโนมัติของกิจกรรมการบริหาร สามารถประมวลผล และสื่อสารข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว (Secundo et al., 2020) เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในฐานะเครื่องมือที่สร้างทางเลือกดิจิทัล และสิ่งประดิษฐ์ทางวิศวกรรมได้แทรกซึมเข้าไปในทุกแง่มุมขององค์กรและมีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจ นำมาซึ่งโอกาสใหม่ ๆ ด้วยคุณค่าทางธุรกิจที่เป็นไปได้ ต้นทุนในการเข้าถึงในระดับที่ต่ำและความยืดหยุ่นในการดำเนินงานที่มากขึ้น และกลายเป็นแหล่งที่มาของนวัตกรรมและการเปลี่ยนแปลงทางการแข่งขันที่เหนือกว่าธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีความสำคัญและเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้เกิดนวัตกรรมหลากหลายประเภท

ซึ่งได้เริ่มวิธีการใหม่ในการทำงานร่วมกัน การประสานงาน นวัตกรรมและการแข่งขัน การพัฒนาทางธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงบทบาทธุรกิจ รูปแบบ กลยุทธ์ และการดำเนินงานแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดเปลี่ยนแปลง การแข่งขัน กลยุทธ์ทางธุรกิจ โครงสร้าง และกระบวนการในรูปแบบใหม่ ๆ (Neirotti & Pesce, 2019) ประเด็นเกี่ยวกับ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรได้รับความสนใจจากนักวิจัยด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ (Teece, 2018) ความสามารถ เชิงพลวัตขององค์กรเป็นกลไกที่มีความสำคัญซึ่งเป็นแรงผลักดันพื้นฐานในแง่ของการเปลี่ยนแปลงความสามารถที่เกี่ยวข้อง กับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรม และยังสามารถนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความเป็นเลิศทางธุรกิจ การเชื่อมโยงดังกล่าวสามารถนำมาปรับใช้เพื่อเพิ่มผลกำไร สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และสร้างความมั่นใจในการอยู่รอด ที่มั่นคงของธุรกิจ (Sijabat et al., 2021) ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรถูกกำหนดให้เป็นความสามารถของกิจการ ในการปรับเปลี่ยนทรัพยากร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ สะท้อนให้เห็นถึง ความสามารถขององค์กรในการบรรลุความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ซึ่งต้องอาศัยความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรภายใต้ การพึ่งพาและการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ในขณะที่แนวคิดของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรถูกนำไปใช้กับธุรกิจต่าง ๆ ภายในอุตสาหกรรม และความพยายามในการทำให้มีความเป็นสากล ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องพัฒนาศักยภาพ เพื่อให้สามารถรับมือต่อสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นพลวัตที่จำเป็นต้องคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงและตอบสนองต่อสิ่งเหล่านี้ (Ferreira et al., 2020)

การวิจัยในอดีตไม่สามารถสรุปเกี่ยวกับผลลัพธ์ของโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัต ขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ การศึกษานี้ ให้ความกระจ่างเกี่ยวกับการศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ผ่านปัจจัยเชิงสาเหตุ และความสอดคล้องของอิทธิพลที่ทำให้เกิดความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถ ทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ทั้งยังช่วยเติมเต็มช่องว่างในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศ ทางธุรกิจ การศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญนอกจากนี้ผู้บริหารยังสามารถ ดังนั้น ด้วยความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัย จึงสนใจศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถ ทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทยให้ทันต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ที่จะเกิดขึ้นในปัจจุบันและในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริหารยังสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการสร้างกลยุทธ์ ทำให้ทราบถึงการวางแผนเตรียมความพร้อม การปรับตัว และการพัฒนาองค์กรเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว และเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจ ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความเป็นเลิศทางธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนเป็นข้อมูลสารสนเทศ ที่สำคัญสำหรับนำไปสู่การพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. พัฒนาตัวแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาลักษณะความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากร (Resource-advantage Theory) มาใช้ในการอธิบายกรอบแนวคิด และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถ ทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรเป็นทฤษฎีของการแข่งขันที่อธิบาย กระบวนการแข่งขัน (Hunt & Arnett, 2001) ทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรมีส่วนสัมพันธ์กับทฤษฎีอื่นโดยทั่วไป โดยจะรวมทฤษฎีความต้องการที่แตกต่างกัน (Heterogeneous Demand Theory) (Alderson, 1957) กับทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View Theory) (Wernerfelt, 1984) เนื่องจากทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรอธิบายว่าการแข่งขัน ทางธุรกิจนั้นเป็นการต่อสู้อย่างต่อเนื่องระหว่างองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความเปรียบเทียบกับทางด้านการทรัพยากรให้ได้รับความได้เปรียบ ในการแข่งขันของตำแหน่งทางการตลาด และด้วยเหตุนี้เององค์กรจึงมีประสิทธิภาพทางการเงินที่เหนือกว่าคู่แข่งด้วย

(Hunt & Lambe, 2000) แนวคิดพื้นฐานของทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากร ประกอบด้วยแนวคิดพื้นฐาน 4 ประการ คือ ทรัพยากร ความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่วนแบ่งทางการตลาด และประสิทธิภาพทางการเงินที่เหนือกว่า ลักษณะสำคัญของทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรจึงอธิบายถึงความสามารถขององค์กรในการพัฒนาและรักษาความได้เปรียบในทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่ง ทรัพยากรเหล่านี้จึงเป็นทั้งสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้สำหรับองค์กรซึ่งสามารถทำให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยในการวิจัยครั้งนี้ทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรถูกนำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรที่เป็นทรัพยากรที่สามารถส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ Ferreira et al. (2020) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรยังนำไปสู่ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรและความเป็นเลิศทางธุรกิจ สอดคล้องกับการศึกษาของ Stojic et al. (2018), Taghvaeeyazdi and Niaz Azari (2020) และ Hamouda and Abd El-Aliem (2020) นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Alamiri et al. (2020) ยังแสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ องค์กรต่าง ๆ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในทรัพยากรเหนือกว่าคู่แข่งเพราะทรัพยากรมีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละกิจการ และไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์ แม้ว่าแต่ละองค์กรจะมีทรัพยากรที่คล้ายคลึงกันแต่ก็มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ความซับซ้อนของทรัพยากรที่แต่ละองค์กรมีจึงทำให้มั่นใจได้ว่าจะไม่ซ้ำซ้อนและไม่เหมือนกันอย่างแน่นอนจึงเป็นข้อได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบในทรัพยากรที่หาได้ยากและสามารถคงอยู่ได้เมื่อเวลาผ่านไป

ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร (Organizational Dynamic Capabilities)

ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร หมายถึง ความสามารถของกิจการในการบูรณาการ การสร้างและการกำหนดความสามารถภายในและภายนอกในการดำเนินงานที่มีประสิทธิผล ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงหรือทางอ้อมกับความสามารถในการสร้างคุณค่าผ่านการเปลี่ยนแปลงปัจจัยการผลิตไปเป็นผลลัพธ์เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Teece, 2018; Ferreira et al., 2020) นอกจากนี้ Rashidirad and Salimian (2020) ได้เสนอว่า ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรนั้นเป็นการให้ความสำคัญต่อกระบวนการที่ความเฉพาะเจาะจงและระบุได้ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ และการรวมกลุ่ม ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรจึงเป็นกระบวนการที่มีรากฐานมาจากทรัพยากรและกระบวนการของกิจการ ทรัพยากรและความสามารถที่มีความแตกต่างสร้างขึ้นมาจากลักษณะเฉพาะจึงเป็นการยากสำหรับคู่แข่งที่จะทำซ้ำหรือลอกเลียนแบบได้ยาก ความมีเอกลักษณ์และทรงคุณค่าของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรที่แข็งแกร่งสามารถใช้เป็นรากฐานที่มั่นคงส่งผลให้สามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันที่ยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากความสามารถนั้นฝังลึกอยู่ในองค์กร (Sachitra & Chong, 2018) Teece (2014) อธิบายถึงความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ 1) ความสามารถในการรับรู้โอกาส 2) ความสามารถในการปรับโครงสร้าง 3) ความสามารถทางด้านความยืดหยุ่นของเทคโนโลยี และ 4) ความสามารถทางด้านความยืดหยุ่นขององค์กร จากงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีตแสดงให้เห็นว่าความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ดังเช่น การศึกษาของ Sijabat et al. (2021) และ Ferreira et al. (2020) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีความสำคัญอย่างมากต่อธุรกิจต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและทำให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเพิ่มศักยภาพของความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะจำเป็นต่อการอยู่รอดของธุรกิจในตลาดที่มีลักษณะเฉพาะและมีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นความสามารถของธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขัน นอกจากนี้ จากผลการวิจัยเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ดังเช่น การศึกษาของ Farzaneh et al. (2022) ได้แสดงให้เห็นว่าความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรสามารถบรรลุผลลัพธ์ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรที่ดีได้ เนื่องจากสามารถจัดการกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรขึ้นอยู่กับ การตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการเปลี่ยนแปลงความชอบของลูกค้าหรือความต้องการสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไป เช่นเดียวกับการศึกษาของ Wang and Feng (2020) ซึ่งให้เห็นถึงอิทธิพลของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรที่มีต่อนวัตกรรม และยังแสดงให้เห็นว่ามีผลกระทบเชิงบวกของนวัตกรรมต่อประสิทธิภาพขององค์กร ลักษณะเด่นประการหนึ่งที่สำคัญของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวที่อยู่บนพื้นฐานของการดำเนินงานขององค์กร รูปแบบพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ซ้ำซ้ำภายใต้บริบทของการพึ่งพาอาศัยกัน จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 1-2 ดังนี้

สมมติฐานที่ 1: ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 2: ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (Organizational Creativity)

ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ บริการ แนวคิด ขั้นตอน หรือกระบวนการใหม่ที่มีคุณค่าและมีประโยชน์ โดยบุคคลที่ทำงานร่วมกันในระบบสังคมที่มีความซับซ้อน (Woodman et al., 1993; Ferreira et al., 2020) งานวิจัยเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มีแนวโน้มที่จะมุ่งเน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ซึ่งต้องการให้บุคคลมีส่วนร่วมในทักษะ ความสามารถ และความเต็มใจที่จะทำงานร่วมกัน การเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรที่มีประสิทธิภาพสามารถทำได้ด้วยการประเมินและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคล ความคิดสร้างสรรค์ในการกำหนดวิธีการทำสิ่งใหม่ ๆ ต้องใช้ความสามารถที่หลากหลายจากบุคคล เช่น ทักษะ ความรู้ และความเข้าใจ โดยความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นรูปธรรมเป็นผลสืบเนื่องมาจากการทุ่มเทความพยายามและการลงทุนขององค์กร (De Vasconcellos et al., 2019) ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนโดยผ่านองค์ประกอบที่เกิดจากการสร้างแรงบันดาลใจทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ทักษะ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางสังคมที่มีต่อความคิดสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นได้จากแรงจูงใจในงาน และทักษะที่เกี่ยวข้องหรือกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Ferreira et al., 2020) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในบริบทขององค์กรเป็นผลลัพธ์ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถ แรงกดดัน ทรัพยากร และการผสมผสานด้านเทคนิคและด้านสังคมในสภาพแวดล้อมการทำงาน โดยความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประกอบด้วย 4 มิติที่พัฒนาโดย Woodman et al. (1993) ได้แก่ 1) กระบวนการสร้างสรรค์ 2) ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 3) บุคลากรสร้างสรรค์ และ 4) สถานการณ์สร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนระหว่างบุคคลและสถานการณ์ซึ่งก่อให้เกิดผลลัพธ์ของความคิดสร้างสรรค์ภายในองค์กร ทั้งนี้ยังเป็นปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคล กลุ่ม และองค์กร จากงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีตแสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ดังเช่น การศึกษาของ Ferreira et al. (2020) พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลและทีมงานภายในองค์กร เช่นเดียวกับการศึกษาของ Stojic et al. (2018) และ De Vasconcellos et al. (2019) นำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับผลกระทบของกระบวนการนวัตกรรมที่มีต่อผลผลิตภาพของธุรกิจ พบว่าความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเป็นปัจจัยและแรงผลักดันที่มีความสำคัญต่อกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมและปรับปรุงประสิทธิภาพทางด้านดำเนินงานของธุรกิจ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีศักยภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันและประสิทธิภาพที่มั่นคงในธุรกิจ นอกจากนี้ จากผลการวิจัยเชิงประจักษ์ยังแสดงให้เห็นว่าความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ดังเช่น การศึกษาของ Taghvaeeyazdi and Niaz Azari (2020) และ Hamouda and Abd El-Aliem (2020) ซึ่งให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญทางสถิติอย่างมากระหว่างความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรกับประสิทธิภาพขององค์กรและความเป็นเลิศทางธุรกิจและประสิทธิภาพขององค์กร จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 3-4 ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 : ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

สมมติฐานที่ 4 : ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ

ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร (Organizational Innovativeness)

ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการส่งเสริมและสนับสนุนโดยการพัฒนาความรู้และข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ ในกระบวนการสร้างสรรค์ การทดลอง การประยุกต์ใช้แนวทาง และเทคนิค สร้างองค์ความรู้ และผลิตภัณฑ์ใหม่ (Hult et al., 2004; Celtekligil & Adiguzel, 2019) ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรจึงเป็นความสามารถโดยรวมขององค์กรในการนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดหรือเปิดตลาดใหม่ โดยผสมผสานการวางแผนทางเชิงกลยุทธ์กับนวัตกรรม พฤติกรรม และกระบวนการ (Santos et al., 2018) ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีบทบาทสำคัญในความเป็นเลิศทางธุรกิจขององค์กรเพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังเช่น การแนะนำแนวคิด ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ ๆ ในองค์กร ธุรกิจแทบทุกประเภทกำลังเผชิญกับความท้าทายในการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและไม่หยุดนิ่ง ภายใต้เงื่อนไขที่ท้าทายเหล่านี้ ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรจึงเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถละเลยได้ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความเป็นเลิศทางธุรกิจ (Alamiri et al., 2020)

โดยความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ประกอบด้วย 4 มิติที่พัฒนาโดย North and Smallbone (2000) ได้แก่ 1) ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 2) ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ 3) ความสามารถทางนวัตกรรมการตลาด และ 4) ความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม เนื่องมาจากการปรับปรุงความสามารถโดยรวมขององค์กรควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้และข้อมูลเชิงลึกใหม่ ๆ ส่งผลให้ความเป็นเลิศทางธุรกิจดีขึ้น ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรถูกมองว่าเป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้า ความสามารถในการแข่งขัน และทักษะทางเทคโนโลยี การศึกษากันจำนวนมากในด้านกลยุทธ์และการตลาดเชื่อมั่นว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรเชื่อมโยงกับประสิทธิภาพที่เหนือกว่าของความเป็นเลิศทางธุรกิจ เนื่องจากเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน (Celtekligil & Adiguzel, 2019) จากผลการวิจัยเชิงประจักษ์แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ดังเช่น Santos et al. (2018) และ Chinchang (2019) แสดงให้เห็นว่า ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความเป็นเลิศทางธุรกิจ และยังคงมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของความเป็นเลิศทางธุรกิจ เนื่องจากแนวคิดผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการใหม่ ๆ เป็นประโยชน์เกิดขึ้นจากความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ทำให้มีการพัฒนาปรับปรุง และสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ปัจจุบันการแข่งขันระหว่างธุรกิจที่รุนแรง จำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรที่เหมาะสมที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ และสามารถลดต้นทุนการดำเนินงาน เช่นเดียวกับการศึกษาของ Alamiri et al. (2020) แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์ต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างมีนัยสำคัญ ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรเป็นหัวใจสำคัญของการสร้างความเป็นเลิศทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง องค์กรจะได้รับประโยชน์สูงสุดในเงื่อนไขความสำเร็จโดยรวมขององค์กร หากมีการสนับสนุนความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร จึงนำมาสู่การตั้งสมมติฐานที่ 5 ดังนี้

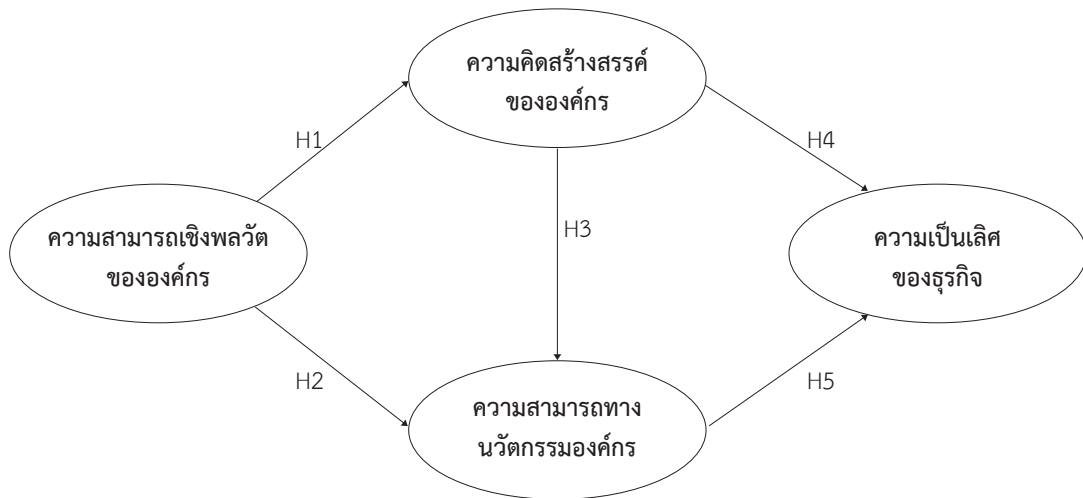
สมมติฐานที่ 5 : ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ

ความเป็นเลิศทางธุรกิจ(Business Excellence)

ความเป็นเลิศทางธุรกิจ หมายถึง ระดับความสามารถในการแสวงหาและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยมีเป้าหมายในการปรับปรุงประสิทธิภาพตามหลักการของการมุ่งเน้นลูกค้า คุณค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการจัดการกระบวนการ (Vartiak & Jankalova, 2017) ความเป็นเลิศขององค์กรเป็นหนึ่งในเงื่อนไขเบื้องต้นสำหรับความสำเร็จที่ยั่งยืน ดังนั้นควรให้ความสนใจในการศึกษาและประยุกต์ใช้ความเป็นเลิศขององค์กรซึ่งเป็นแนวคิดที่ไม่ควรพิจารณาว่าเป็นสิ่งที่องค์กรจะสามารถบรรลุได้ในระยะสั้นเท่านั้น แต่เป็นแนวทางที่จะสร้างผลลัพธ์โดยรวมที่ดีที่สุดในระยะกลางและระยะยาว ตลอดจนสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต (Jankalová & Jankal, 2020) โลกาภิวัตน์และความกดดันในการเผชิญกับตลาดที่มีความต้องการและซับซ้อนมากขึ้น ภาคอุตสาหกรรมจึงถูกบังคับให้ทำการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้สามารถแข่งขันได้มากขึ้น และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการแข่งขันสูง องค์กรต่าง ๆ ได้ค้นหาแนวทางใหม่ที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการอย่างต่อเนื่อง (Metaxas & Koulouriotis, 2019) ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ประกอบด้วย 4 มิติที่สำคัญ ที่พัฒนาโดย Dahlggaard et al (2011) ได้แก่ 1) บุคลากร 2) ความร่วมมือหรือทีมงาน 3) กระบวนการทำงาน และ 4) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ความเป็นเลิศทางธุรกิจมีส่วนช่วยในการดำเนินธุรกิจผ่านยอดขายที่เพิ่มขึ้น และยังผ่านการลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการอีกด้วย ทั้งยังช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว ความเป็นเลิศทางธุรกิจแสดงให้เห็นถึงโครงสร้างหรือกลยุทธ์ที่ยั่งยืนเพื่อ การบรรลุความเป็นเลิศ เมื่อความคาดหวังของลูกค้าเพิ่มขึ้นจึงเกิดแรงผลักดันในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพ โดยเริ่มต้นจากการมุ่งเน้นเฉพาะผลิตภัณฑ์หรือบริการจนไปสู่ความพยายามให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์กร หลายองค์กรได้นำแนวคิดความเป็นเลิศทางธุรกิจมาใช้เนื่องจากตระหนักดีว่าเป็นปัจจัยสำคัญช่วยส่งเสริมให้เกิดแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดและเป็นเครื่องมือที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลยุทธ์ทางด้านคุณภาพ การวัดเปรียบเทียบการประเมินตนเอง และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Jankalová & Jankal, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ: การศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสารในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถกำหนดความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ องค์กรที่ดำเนินธุรกิจทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย หน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นหน่วยระดับองค์กร (Organizational Unit) โดยผู้บริหารระดับสูง (Top Management) ที่ได้รับมอบหมายจากองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร และขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ในการตอบแบบสอบถาม เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความเหมาะสมซึ่งสามารถให้ข้อมูลของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ที่เกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี ซึ่งทราบจำนวนประชากร (Population) ที่แน่นอน คือ องค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้านเทคโนโลยีของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จำนวนทั้งสิ้น 1,619 แห่ง ซึ่งได้มาจากคลังข้อมูลธุรกิจ (Datawarehouse) กรมการพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ประเทศไทย ประจำปี 2565 ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐบาลที่ได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือในเชิงวิชาการ (Department of Business Development, 2022) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 321 ตัวอย่าง และสำรองเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล 19 ตัวอย่าง ขนาดของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้จึงเท่ากับ 340 ตัวอย่าง สำหรับการพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling :SEM) ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย และได้รับการยอมรับในการวิเคราะห์ระบุว่า ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Wiratchai, 1999) การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 16 ตัวแปร จำนวนตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอจึงควรมีอย่างน้อย $16 \times 10 = 160$ ถึง $16 \times 20 = 320$ ซึ่งผลจากการคำนวณดังกล่าวเป็นจำนวนของขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 160 ตัวอย่าง เพื่อให้การวิจัยมีข้อมูลเพียงพอที่จะนำมาวิเคราะห์ได้ ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง 340 ตัวอย่าง จึงเป็นจำนวนที่เหมาะสมในการศึกษาครั้งนี้ที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling :SEM) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากธุรกิจเทคโนโลยีของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย จำนวน 1,619 แห่ง โดยใช้โปรแกรมสุ่มเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างครบตามจำนวน 340 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัย คือ แบบสอบถาม ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากรและความหมายของตัวแปรที่ปรับเปลี่ยน รวมถึงนำมาจากงานวิจัยที่ผ่านมา โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้บริหารธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (5 points likert's scale) เรียงลำดับจาก 1 (ระดับความสำคัญน้อยที่สุด) ถึง 5 (ระดับความสำคัญมากที่สุด) โดยที่ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ Teece (2014) จำนวน 4 ข้อ ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ Woodman et al. (1993) จำนวน 4 ข้อ ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ North and Smallbone (2000) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นเลิศของธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยเป็นข้อคำถามแบบประเมินค่า 5 ระดับของลิเคิร์ท (5 points likert's scale) เรียงลำดับจาก 1 (ระดับความสำคัญน้อยที่สุด) ถึง 5 (ระดับความสำคัญมากที่สุด) โดยที่ความเป็นเลิศของธุรกิจพัฒนาตัววัดจากกรอบแนวคิดของ Dahlgard et al. (2011) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ และได้รับแบบสอบถามตอบกลับมาทั้งสิ้น 177 ฉบับ โดยนำมาใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 175 ฉบับ ทั้งนี้เพราะมีแบบสอบถาม จำนวน 2 ฉบับที่มีข้อมูลไม่ครบถ้วน คิดเป็นอัตราตอบกลับ ร้อยละ 51.47 ซึ่งจากงานวิจัยของ Aaker et al. (2001) ระบุว่าอัตราการตอบกลับ (Response Rate) ร้อยละ 20.00 เป็นอัตราการตอบกลับที่ยอมรับได้เป็นไปตามเกณฑ์ที่ระบุไว้ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทดสอบความอคติในการตอบ (Non-response Bias) โดยเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตอบก่อน (Early Respondents) จำนวน 88 ฉบับ และกลุ่มตอบภายหลัง (Late Respondents) จำนวน 87 ฉบับ โดยใช้สถิติ (t-test) ในการทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของทั้ง 2 กลุ่ม เกี่ยวกับทุนในการดำเนินงาน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ จำนวนพนักงานในปัจจุบัน และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี ผลการทดสอบพบว่า กลุ่มตอบก่อนและตอบภายหลัง ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าข้อมูลที่ได้รับไม่มีปัญหาความอคติในการตอบ เป็นข้อบ่งชี้ว่าการวิจัยในครั้งนี้ ไม่มีปัญหาความลำเอียงในการตอบแบบสอบถามอย่างมีนัยสำคัญ (Armstrong & Overton, 1977)

คุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

การวิเคราะห์ค่าความสอดคล้องของเนื้อหาหรือจุดประสงค์ (Index of item-Objective Congruence: IOC) โดยผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally & Bernstein, 1994) จากนั้นนำแบบสอบถามที่แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยจากประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กิจการ การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ของตัวแปร มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.744-0.915 ซึ่งมากกว่า 0.40 และอยู่ในเกณฑ์ที่รับได้ตาม Hair et al. (2010) เครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ของแบบสอบถามเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ที่ 0.766 – 0.908 ซึ่งมากกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ที่รับได้ของ Nunnally and Bernstein (1994) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามในการวิจัยนี้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ผ่านเกณฑ์และมีความน่าเชื่อถือสูง ผลความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นเป็นไปดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ตัวแปร	IOC	ความตรง (Validity) (Factor Loadings)	ความเชื่อมั่น (Reliability) (Cronbach's Alpha)
ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร (ORD)	0.67-1.00	0.853-0.910	0.908
ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC)	0.67-1.00	0.850-0.915	0.900
ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร (ORI)	0.67-1.00	0.744-0.798	0.766
ความเป็นเลิศทางธุรกิจ (BUE)	0.67-1.00	0.843-0.888	0.884

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

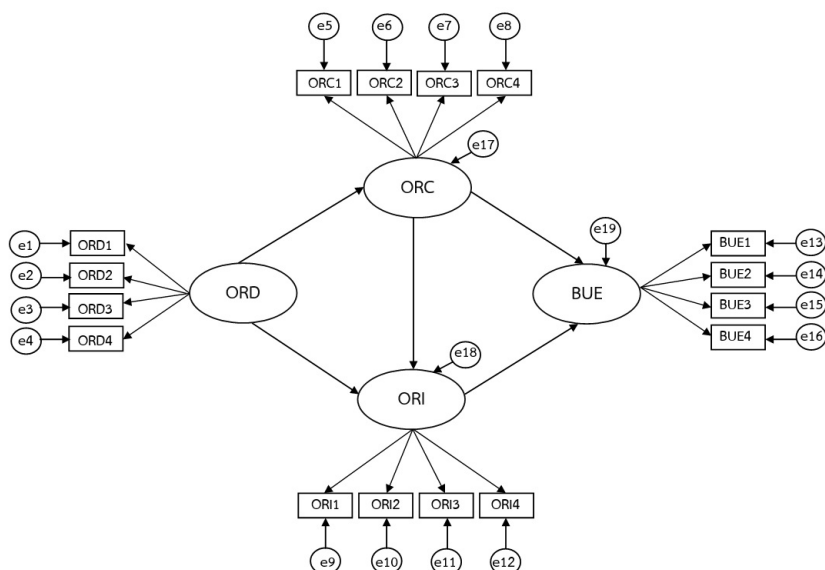
การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูล (Normality) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยตัวแปรแฝง ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ส่วนตัวแปรสังเกตได้ของตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัว ประกอบด้วย

ตัวแปรแฝง ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ประกอบด้วย ความสามารถในการรับรู้โอกาส (ORD1) ความสามารถในการปรับโครงสร้าง (ORD2) ความสามารถทางด้านความยืดหยุ่นของเทคโนโลยี (ORD3) ความสามารถทางด้านความยืดหยุ่นขององค์กร (ORD4)

ตัวแปรแฝง ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ประกอบด้วย กระบวนการสร้างสรรค์ (ORC1) ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (ORC2) บุคลากรสร้างสรรค์ (ORC3) สถานการณ์สร้างสรรค์ (ORC4)

ตัวแปรแฝง ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ประกอบด้วย ความสามารถทางนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (ORI1) ความสามารถทางนวัตกรรมกระบวนการ (ORI2) ความสามารถทางนวัตกรรมการตลาด (ORI3) ความสามารถทางนวัตกรรมพฤติกรรม (ORI4)

ตัวแปรแฝง ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ประกอบด้วย บุคลากร (BUE1) ความร่วมมือหรือทีมงาน (BUE2) กระบวนการทำงาน (BUE3) และผลิตภัณฑ์หรือบริการ (BUE4)



ภาพที่ 2 โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ

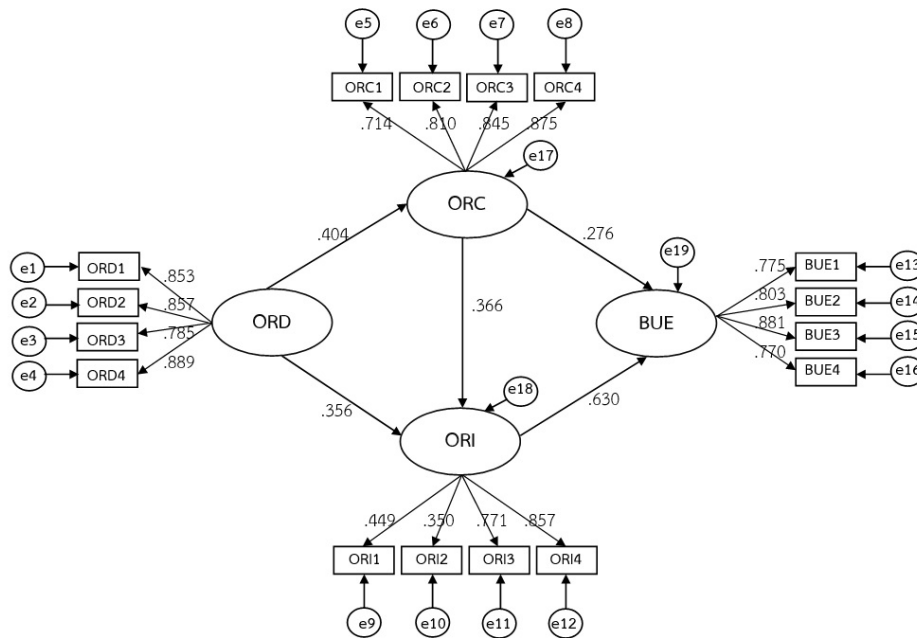
ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 54.90 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 53.70 มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 20 ปี ร้อยละ 42.90 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,000 – 70,000 บาท ร้อยละ 41.70 และมีตำแหน่งงานในตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป ร้อยละ 75.40 และลักษณะปัจจัยส่วนองค์กรพบว่า รูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ร้อยละ 96.60 มีทุนในการดำเนินงาน 50,000,000 – 100,000,000 บาท ร้อยละ 44.60 มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 80.60 มีจำนวนพนักงานในปัจจุบัน มากกว่า 150 คน ร้อยละ 58.30 และรายได้เฉลี่ยของกิจการต่อปี 25,000,001 – 75,000,000 บาท ร้อยละ 50.30 การวิเคราะห์ความผิดปกติของข้อมูล (Normality) โดยการตรวจสอบค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ของข้อมูลทั้งหมดมีค่าอยู่ระหว่าง 0.039 ถึง -0.525 และ -0.004 ถึง -1.284 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง ± 3.29 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์แจกแจงปกติ แสดงว่าทุกตัวแปรมีการกระจายข้อมูลแบบโค้งปกติ (Tabachnick & Fidell, 2013) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.353 ถึง 0.559 ซึ่งทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกันและมีค่าไม่เกิน 0.8 (Hair et al., 2010) ดังนั้นจึงไม่พบปัญหาความสัมพันธ์กันระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ในส่วนของ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) จำแนกรายตัวแปร พบว่า ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.125 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.658 รองลงมา คือ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร มีค่าเฉลี่ย 4.060 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.655 ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีค่าเฉลี่ย 3.947 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.547 และลำดับสุดท้าย คือ ความเป็นเลิศทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ย 3.802 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.591 ดังแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ตัวแปร	ORD	ORC	ORI	BUE
ค่าเฉลี่ย (Mean)	4.060	4.125	3.947	3.802
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	.655	.658	.547	.591
ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร (ORD)				
ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร (ORC)	.375**			
ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร (ORI)	.408**	.353**		
ความเป็นเลิศทางธุรกิจ (BUE)	.460**	.533**	.559**	

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



ภาพที่ 3 ผลการทดสอบโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ

การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (ภาพที่ 3) โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 87.611 โดยมีความน่าจะเป็น (P) เท่ากับ 0.262 ท้องศาอิสระ (df) เท่ากับ 80 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.095 มีค่าไม่เกิน 3.00 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสม (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.944 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพหุเชิงเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ .996 ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพหุที่ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.904 ซึ่งทั้งหมดมีค่ามากกว่า 0.90 และค่าดัชนีรากที่สองของความคลาดเคลื่อนในการประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.023 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานระดับค่าสถิติที่แนะนำ ซึ่งมีค่าสูงกว่าเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาทุกข้อบ่งชี้ให้เห็นว่ามีความเหมาะสมสอดคล้องกลมกลืนกันเป็นอย่างดี (Byrne, 1998) ดังแสดงในตารางที่ 3

จากภาพที่ 3 และตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ผลของการวิเคราะห์นำเสนอค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในแต่ละเส้นทางสามารถอธิบายได้ดังนี้ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีค่าเท่ากับ 0.404 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.404 ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.356 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.504 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร มีค่าเท่ากับ 0.366 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.366 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.276 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.507 ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ มีค่าเท่ากับ 0.630 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.630 นอกจากนี้ ผลงานวิจัยนี้ได้แสดงค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) หรือค่าความเชื่อมั่นรายข้อในการวัดอันเป็นค่าที่ระบุสัดส่วนความแปรผันระหว่างตัวบ่งชี้กับองค์ประกอบร่วม ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ในระดับสูงจะสะท้อนให้เห็นถึงค่าความเชื่อมั่น โดยตัวบ่งชี้ที่มีความเชื่อมั่นสูงสุดได้แก่ ความเป็นเลิศทางธุรกิจ ($R^2 = .651$) ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ($R^2 = .366$) และความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ($R^2 = .163$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้องและกลมกลืนของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร
กับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ

ดัชนีบ่งชี้ความสอดคล้อง และกลมกลืน	เกณฑ์การ พิจารณา (Byrne, 1998)	ค่าสถิติในตัวแบบก่อนปรับโมเดล		ค่าสถิติในตัวแบบหลังปรับโมเดล (ซึ่งสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูล เชิงประจักษ์)	
		ค่าที่ได้	ความหมาย	ค่าที่ได้	ความหมาย
1. ค่าไค-สแควร์ (χ^2)	Not Significant	$\chi^2 = 324.140$, df=99, p-value = 0.000	ไม่ผ่านเกณฑ์	$\chi^2 = 87.611$, df=80, p-value = 0.262	ผ่านเกณฑ์
2. ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df)	<3.00	3.274	ไม่ผ่านเกณฑ์	1.095	ผ่านเกณฑ์
3. ค่าดัชนีวัดระดับ ความเหมาะสม (GFI)	>0.90	0.821	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.944	ผ่านเกณฑ์
4. ค่าดัชนีวัดระดับ ความเหมาะสมพอดี เชิงเปรียบเทียบ (CFI)	>0.90	0.878	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.996	ผ่านเกณฑ์
5. ค่าดัชนีวัดระดับ ความเหมาะสมพอดีที่ ปรับแก้ไขแล้ว (AGFI)	>0.90	0.754	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.904	ผ่านเกณฑ์
6. ค่าดัชนีรากที่สอง ของความคาดเคลื่อน ในการประมาณ (RMSEA)	<0.05	0.114	ไม่ผ่านเกณฑ์	0.023	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางความสัมพันธ์ของอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect)
และอิทธิพลรวม (Total Effect) ของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร
กับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ

ตัวแปรแฝง ภายนอก	ตัวแปรแฝงภายใน								
	ORC			ORI			BUE		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ORD	.404***	-	.404***	.356***	.148***	.504***	-	-	-
ORC	-	-	-	.356***	-	.366***	.276***	.231***	.507***
ORI	-	-	-	-	-	-	.630***	-	.630***
BUE	-	-	-	-	-	-	-	-	-
R ²	.163				.366			.651	
ค่าสถิติ	$\chi^2 = 87.611$, df=80, p-value= .262 GFI = .944, CFI=.996, AGFI=.904, RMSEA=.023								

DE=Direct Effect, IE=Indirect Effect, TE=Total Effect (Standard Errors: S.E.) *** p<0.01

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

	สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1	ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2	ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3	ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4	ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5	ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ	ยอมรับ

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ($\beta = 0.404, p < 0.01$) ยอมรับสมมติฐานที่ 1 นอกจากนี้ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ($\beta = 0.356, p < 0.01$) ยอมรับสมมติฐานที่ 2 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ($\beta = 0.366, p < 0.01$) ยอมรับสมมติฐานที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ($\beta = 0.276, p < 0.01$) ยอมรับสมมติฐานที่ 4 ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ($\beta = 0.630, p < 0.01$) ยอมรับสมมติฐานที่ 5

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเรื่องโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ: การศึกษาเชิงประจักษ์ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยตามสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ต้องอาศัยความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ซึ่งในปัจจุบันแทบทุกธุรกิจอยู่ในตำแหน่งที่ยากลำบากมากเนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและรุนแรง ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจและกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและตอบสนองต่อการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ferreira et al (2020) และ Wang and Feng (2020) ซึ่งให้เห็นว่า ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรสามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพในความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร การดำเนินการธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีความเป็นพลวัต การสื่อสารโทรคมนาคมและตลาดที่มีความผันผวน จึงมีความต้องการการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรและความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยนั้นพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรและความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร เนื่องจากในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงได้สร้างให้เกิดศักยภาพทางการแข่งขันที่ต้องขับเคลื่อนธุรกิจให้พัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ธุรกิจที่มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรมและใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ ทักษะ และทรัพยากรที่มีอยู่จึงสามารถสร้างโอกาสใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Farzaneh et al. (2022) และ Sijabat et al. (2021) ที่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร อันจะเป็นการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันเพื่อตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอกซึ่งเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป

สมมติฐานที่ 3 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยนั้นพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรกับความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ก่อให้เกิดความสำเร็จที่ทำให้สามารถการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสามารถตอบสนองต่อโอกาสที่เพิ่มขึ้นในตลาด กระบวนการสร้างนวัตกรรมของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยจำเป็นต้องใช้ทักษะและการคิดที่แตกต่างกัน ความสามารถในการบริหารจัดการในการใช้ทักษะเชิงสร้างสรรค์ที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสมในแต่ละขั้นตอนของนวัตกรรม ทำให้ธุรกิจที่ประสบความสำเร็จแตกต่างจากธุรกิจอื่น ซึ่งเกิดจากการมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละขั้นตอนของความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรและความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stojic et al. (2018) ได้ทำการศึกษาถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ช่วยให้ธุรกิจต่าง ๆ สามารถปรับใช้ในการลงทุนเพื่อให้การดำเนินงานดีขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ อันจะนำไปสู่ความอยู่รอดและความสำเร็จในระยะยาว

สมมติฐานที่ 4 ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถสร้างความเป็นเลิศทางธุรกิจในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นและรุนแรง ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรยังเป็นความท้าทายที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาความเป็นเลิศทางธุรกิจของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย เนื่องจากความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างมูลค่า การส่งมอบและเป็นกลไก เพื่อดึงดูดและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งยังถือเป็นองค์ประกอบที่ทำให้มีความสามารถในการเสริมสร้างความเป็นเลิศทางธุรกิจอันนำไปสู่การเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่แก่ลูกค้าและเป็นแหล่งรายได้ที่เพิ่มขึ้นต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Taghvaeeyazdi and Niaz Azari (2020) ที่พบว่าความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรนั้นสามารถที่จะเพิ่มความเป็นเลิศทางธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันได้ โดยความคิดสร้างสรรค์ในองค์กรทำให้เกิดแนวคิดใหม่ ๆ ในกระบวนการ วิธีการ และการปรับปรุงการดำเนินงาน ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรจึงมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ และงานวิจัยของ Hamouda and Abd El-Aliem (2020) ที่แสดงให้เห็นว่ามีการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ขององค์กรกับความเป็นเลิศทางธุรกิจ

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทางบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ แสดงให้เห็นว่าธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยควรให้ความสำคัญต่อการเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ในปัจจุบันองค์กรจำนวนมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยซึ่งต้องแสวงหาความเป็นเลิศทางธุรกิจ แต่มีเพียงไม่กี่องค์กรเท่านั้นที่เข้าถึงและบรรลุผลสำเร็จนี้ได้ สาเหตุหลักของความสำเร็จที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ การเพิ่มความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับแนวคิดความเป็นเลิศทางธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ความสำคัญต่อบทบาทของความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร การเพิ่มขีดความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงผลการดำเนินงานจะนำไปสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ เนื่องจากการเสริมสร้างความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ และมีศักยภาพในการเพิ่มความเป็นเลิศทางธุรกิจ ความเป็นพลวัตของสภาพแวดล้อมร่วมสมัยที่มีลักษณะเฉพาะของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยได้สนับสนุนผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรที่มีต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ซึ่งเป็นลักษณะที่สำคัญต่อการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน สอดคล้องกับการศึกษาของ Santos et al. (2018) ซึ่งพบว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร มีอิทธิพลโดยตรงต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ภายใต้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงแบบพลวัต ทุกองค์กรต่างเผชิญความผันผวนของสภาพแวดล้อมองค์กรที่มีความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรจะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และการเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจ อันเป็นปัจจัยสำคัญต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจ ดังนั้น ผลการวิจัยนี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งระหว่างความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรและความเป็นเลิศทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ผลลัพธ์นี้มีความสอดคล้องกันเป็นอย่างดีกับการศึกษาของ Alamiri et al. (2020) ที่พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมองค์กรมีความสัมพันธ์กับความเป็นเลิศทางธุรกิจ ในการสร้างคุณค่าซึ่งกันและกันและเชื่อมโยงถึงกันในการบรรลุและรักษาความเป็นเลิศทางธุรกิจ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้พบว่า องค์ความรู้ใหม่ของงานวิจัยนี้ คือ โครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรในธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย ซึ่งได้รับการยอมรับมากขึ้นเรื่อย ๆ ว่าความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรเป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเสริมสร้างศักยภาพความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร และความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และเป็นรากฐานสำหรับการเพิ่มความเป็นเลิศทางธุรกิจ หากองค์กรสามารถใช้ศักยภาพดังกล่าวเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อีกทั้งความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจยังเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด และประสบความสำเร็จในระยะยาว ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้ได้วางแนวทางไปสู่ความเข้าใจที่ดีขึ้นของโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ภายใต้บริบทของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้ช่วยเสริมความแข็งแกร่งให้กับการวิจัยในปัจจุบันเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ เนื่องจากขอบเขตของการวิจัยนี้ได้ตรวจสอบในสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยดำเนินการอยู่

ข้อเสนอแนะที่ได้รับการวิจัย

1. **ข้อเสนอแนะเชิงทฤษฎี** การศึกษานี้มีส่วนสนับสนุนสู่ประโยชน์ในเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจในหลากหลายแนวทาง และสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปต่อยอดในงานวิจัยในประเด็นอื่น ๆ การศึกษานี้ทำให้เห็นความเข้าใจที่ชัดเจนที่ควรตระหนักถึงของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร กับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ การศึกษานี้ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงทฤษฎี 2 ประการ ประการแรก คือ การศึกษานี้ได้ขยายความเข้าใจเกี่ยวกับทฤษฎีความได้เปรียบด้านทรัพยากร (Resource-advantage Theory) มาใช้ในการอธิบายกรอบแนวคิดและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางด้านทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่ง ซึ่งเกิดจากการครอบครองทรัพยากรที่มีความแตกต่างกันและไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างสมบูรณ์ในแต่ละกิจการ ประการที่สอง คือ ผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถและประสิทธิภาพในการแข่งขัน

2. **ข้อเสนอแนะเชิงการปฏิบัติ** ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยสามารถนำผลที่ได้จากงานวิจัยไปปรับใช้เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อวิเคราะห์และการกำหนดกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการผสมผสานระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจที่ดำเนินการในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากพัฒนาหรือส่งเสริมศักยภาพเพียงด้านเดียวอาจทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลลดลงได้ซึ่งจะนำไปสู่จุดอ่อน ผู้บริหารขององค์กรธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยต้องตระหนักถึงข้อจำกัดของความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ ที่มีอยู่และควรพัฒนาความยืดหยุ่น เชิงกลยุทธ์ในการจัดสรรทรัพยากรและการประสานงานเพราะสิ่งนี้ช่วยกระตุ้นการค้นหาเทคโนโลยีใหม่ และตลาดใหม่ ๆ ซึ่งอาจช่วยให้กิจการหลุดพ้นจากกับดักความสามารถและสะท้อนให้เห็นว่าขีดความสามารถของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

3. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ผลการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานของรัฐบาล เอกชน และองค์กรต่าง ๆ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานที่นำไปสู่การสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายซึ่งควรให้ความสำคัญกับโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ: เพื่อเป็นการรักษาและพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของกิจการอย่างต่อเนื่อง โดยมีบทบาทในการผลักดันความสำเร็จ และการพัฒนาความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมโดยมองหาคะบวนกร สามารถเพิ่มผลกระทบของความสามารถเชิงพลวัต ขององค์กรต่อความเป็นเลิศทางธุรกิจโดยการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างธุรกิจกลุ่มอื่น ๆ เพื่อนำข้อมูลจากงานวิจัยไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นที่แตกต่างกันซึ่งอาจจะมีเหมือนหรือความแตกต่าง ซึ่งนอกเหนือไปจากกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในประเทศไทยเท่านั้น เพื่อเป็นการต่อยอดงานวิจัยครั้งนี้

2. การวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการศึกษาถึงลักษณะของปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรกับความคิดสร้างสรรค์ขององค์กร ความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร และความเป็นเลิศทางธุรกิจ

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบอื่น ๆ ที่มีความหลากหลายเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความละเอียดตรงกับวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) หรือใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research)

เอกสารอ้างอิง

- Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2001). *Marketing research* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Alamiri, M., Ameen, A., Isaac, O., Alrajawy, I., & Al-Shibami, A. H. (2020). The moderating Role of the innovation on the Relationship between achievement, Enablers, and organizational Excellence: organizational and business excellence model. *International Journal of Management and Human Science*, 4(2), 1-10.
- Alderson, W. (1957). *Marketing Behavior and Executive Action: A Functionalist Approach to Marketing Theory*. Homewood, Illinois: Irwin.
- Armstrong, J. S., & Overton, T. S. (1977). Estimating non-response bias in mail surveys. *Journal of Marketing Research*, 14(3), 396-402.
- Byrne, M. (1998). *Structural Equation Modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: Basic Concepts, Applications, and Programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Celtekligil, K., & Adiguzel, Z. (2019). Analysis of the effect of innovation strategy and technological turbulence on competitive capabilities and organizational innovativeness in technology firms. *Procedia Computer Science*, 158, 772-780.
- Chinchang, P. (2019). Organizational creativity and business competitiveness: empirical evidence from the thai gem and jewelry industry firms. *Asean Journal of Management & Innovation*, 6(2), 93-105. DOI: 10.14456/ajmi.2019.23
- Dahlgard, J. J., Pettersen, J., & Dahlgard-Park, S. M. (2011). Quality and lean healthcare: A system for assessing and improving the health of healthcare organizations. *Total Quality Management & Business Excellence*, 22(6), 673-689. <https://doi.org/10.1080/14783363.2011.580651>
- De Vasconcellos, S. L., Garrido, I. L., & Parente, R. C. (2019). Organizational creativity as a crucial resource for building international business competence. *International Business Review*, 28(3), 438-449.

- Department of Business Development. (2022). *List of Information and Communication Technology Business in Thailand*. Nonthaburi: Department of Business Development. [in Thai]
- Farzaneh, M., Wilden, R., Afshari, L., & Mehralian, G. (2022). Dynamic capabilities and innovation ambidexterity: The roles of intellectual capital and innovation orientation. *Journal of Business Research*, 148, 47-59.
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: the moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92(102061), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Hamouda, G., & Abd El-Aliem, S. (2020). Organizational creativity as a mediating factor for organizational performance and excellence among nurses: Developing a model. *International Journal of Novel Research in Healthcare and Nursing*, 7(1), 1026-1037.
- 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.
- Hunt, S. D., & Arnett, D. B. (2001). Competition as an evolutionary process and antitrust policy. *Journal of Public Policy and Marketing*, 20(1), 15-26.
- Hunt, S. D., & Lambe, C. J. (2000). Marketing's contribution to business strategy: market orientation, relationship marketing, and resource-advantage theory. *International Journal of Management Review*, 2(1), 17-43.
- Jankalová, M., & Jankal, R. (2020). How to characterize business excellence and determine the relation between business excellence and sustainability. *Sustainability*, 12(15), 6198. <https://doi.org/10.3390/su12156198>
- Neirotti, P., & Pesce, D. (2019). ICT-based innovation and its competitive outcome: the role of information intensity. *European Journal of Innovation Management*, 22(2), 383-404. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2018-0039>
- North, D., & Smallbone, D. (2000). The innovativeness and growth of rural SMEs during the 1990s. *Regional Studies*, 34(2), 145-157. <https://doi.org/10.1080/00343400050006069>
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory*. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Metaxas, I. N., & Koulouriotis, D. E. (2019). Business excellence measurement: a literature analysis (1990–2016). *Total Quality Management & Business Excellence*, 30(11-12), 1189-1218. <https://doi.org/10.1080/14783363.2017.1356201>
- Rashidirad, M., & Salimian, H. (2020). SMEs' dynamic capabilities and value creation: the mediating role of competitive strategy. *European Business Review*, 32(4), 591-613. <https://doi.org/10.1108/EBR-06-2019-0113>
- Sachitra, V., & Chong, S. C. (2018). Resources, capabilities and competitive advantage of minor export crops farms in Sri Lanka: An empirical investigation. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 28(5), 478-502. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2017-0004>
- Santos, G., Afonseca, J., Lopes, N., Félix, M. J., & Murmura, F. (2018). Critical success factors in the management of ideas as an essential component of innovation and business excellence. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 10(3), 214-232. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-05-2017-0051>
- Secundo, G., Rippa, P., & Meoli, M. (2020). Digital transformation in entrepreneurship education centres: preliminary evidence from the Italian Contamination Labs network. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(7), 1589-1605.

- Sijabat, E. A. S., Nimran, U., Utami, H. N., & Prasetya, A. (2021). The Effects of Dynamic Capabilities, Entrepreneurial Creativity and Ambidextrous Innovation on Firm's Competitiveness. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(1), 711-721. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no1.711>
- Stojcic, N., Hashi, I., & Orlic, E. (2018). Creativity, innovation effectiveness and productive efficiency in the UK. *European Journal of Innovation Management*, 21(4), 564-580. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2017-0166>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6th ed.) Boston, MA: Pearson.
- Taghvaeeyazdi, M., & Niaz Azari, M. (2020). Futuristic relationship with organizational intelligence, organizational creativity and organizational excellence In the Islamic Azad Universities of Mazandaran Province in order to present the model. *Journal of New Approaches in Educational Administration*, 11(42), 167-192.
- Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning*, 51(1), 40-49.
- Teece, D.J. (2014). The foundations of enterprise performance: dynamic and ordinary capabilities in an (economic) theory of firms. *Academy of Management Perspectives*, 28(4), 328-352.
- Vartiak, L., & Jankalova, M. (2017). The business excellence assessment. *Procedia Engineering*, 192, 917-922.
- Wang, H., & Feng, J. (2020). Influences of dynamic capability on breakthrough innovation: Evidence from China's manufacturing industry. *Chinese Management Studies*, 14(3), 565-586. <https://doi.org/10.1108/CMS-03-2019-0099>
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(3), 171-180.
- Wiratchai, N. (1999). *LISREL Model: Statistical Analysis for Research* (3rd ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Press. [in Thai]
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of management review*, 18(2), 293-321.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.