



## รูปแบบการพัฒนาวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศไทย

วิหारी สว่างพลกรัง, บุรพร กำบุญ, ศิริพร สัจจามันท์, ชลกรณ โฆษิตคณิน  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี  
อีเมล: wiraree2015@gmail.com

Received: May 11, 2019 Revised: June 06, 2019 Accepted: June 09, 2019

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการพัฒนาวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย และ (3) เพื่อสร้างแบบจำลองวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ใช้โปรแกรม AMOS การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างหลายขั้นตอน (Multi-Stage-Sampling) โดยขั้นแรก แบ่งตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม ตามประเภทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่เป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรม และกระทรวงพาณิชย์ และตอนที่ 2 ทำการจัดสรรขนาดของตัวอย่างในแต่ละสนามแบบสัดส่วน (Proportional Allocation) เนื่องจากจำนวน SMEs ในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) อย่างเป็นสัดส่วน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 500 ราย เพื่อศึกษาการสร้างแบบจำลองวัตกรรมการส่งออกเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผู้วิจัยพิจารณาความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability:  $\rho_c$  และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted:  $\rho_v$ ) โดยการใช้อัตราของ Dianantopoulos (2000)

ผู้วิจัยทำการศึกษาทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย และกำหนดให้เป็นแบบจำลองการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยโปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลเชิงประจักษ์ (Assessment of Model Fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล (Measurement Model) กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบ



แบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการงานเชิงรุก อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกเป็นผู้ริเริ่มด้านผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ที่ล้ำหน้าคู่แข่ง โดยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินธุรกิจและมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นการตลาดในด้านการมุ่งเน้นลูกค้า อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีการส่งออกได้ทำการวิจัยตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า 3) ผลการวิเคราะห์ระดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาด ความผันผวนของสภาพแวดล้อม นวัตกรรมการส่งออก และผลดำเนินการส่งออก พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความผันผวนของสภาพแวดล้อมในด้านความไม่แน่นอนของตลาด อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกให้ความสำคัญกับลูกค้าเดิมที่เคยใช้สินค้าและบริการมาก่อนโดยแนวโน้มของลูกค้ารายใหม่มีความต้องการสินค้าที่แตกต่างจากลูกค้ารายเดิม 4) ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลแบบจำลองนวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมการส่งออก ในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกได้ทำการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ออกสู่ตลาดต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ 5) ผลการวิเคราะห์เส้นทางและสรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) พบว่า EXIN ON SME MODEL (Export Innovation on Small and Medium Enterprises) เป็น New Model ที่สมบูรณ์แบบครบทุกอย่าง ซึ่งบางองค์กรหรือธุรกิจ อาจเลือกใช้ Model Export Innovation In Thailand บางส่วน เช่น ธุรกิจส่งออกบางอุตสาหกรรม อาจเลือกคุณลักษณะของผู้ประกอบการควบคู่กับการมุ่งเน้นการตลาด หรือการมุ่งเน้นการตลาดควบคู่กับความผันผวนของสภาพแวดล้อม เป็นต้น และท่ามกลางของสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่รุนแรง เป็นสิ่งที่วิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อมต้องเผชิญและมีความท้าทายอย่างยิ่งโดยเฉพาะความต้องการของลูกค้ามีความต้องการในสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวิถีชีวิตผลิตภัณฑ์ที่สั้นลงทุกขณะ ธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันเหล่านั้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด เติบโตอย่างมั่นคง และมีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดต่างประเทศ

**คำสำคัญ:** รูปแบบการพัฒนา, นวัตกรรมการส่งออก, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



## The Potential Development Model Export Innovation Entrepreneurship Business for Small and Medium-Sized Enterprises in Thailand

Wiraree Sawangpolkrang, Buraporn Kambun,

Siriporn Satchanan, Chonkanok Kositkanin

Thesis Adviser Faculty of Business Bangkokthonburi University

อีเมล : chonkanok\_ple@hotmail.com

### ABSTRACT

A Research of the Potential Development Model Export innovation Entrepreneurship Business for Small and Medium-Sized Enterprises in Thailand. A researcher used mixed method research (by mixing both quantitative and qualitative research). The purposes of this study were (1) To examine an export enterprising innovation factors which impact to the resultant of SME entrepreneur in Thailand (2) To find out the factor that impact to an export enterprising innovation of SME entrepreneur in Thailand (3) To investigate about the way that create the model of an export enterprising innovation of SME entrepreneur in Thailand by analysing the Structural Equation Modeling (SEM) from Analysis of Moment Structure (AMOS) program.

In this research, the researcher used Multi-Stage-Sampling method. First of all, divide the samples into two groups of Small and Medium-Sized Enterprises which are the members of DITP, ministries of industry and ministries of commerce. Secondly, do the proportional allocation of each sample size. Because of the different number of SMEs in each group, so the researcher used Stratified Random Sampling method in proportionately. Moreover, To achieve 500 representative samples to study about creation of the model of an export enterprising innovation of SME entrepreneur in Thailand. The researcher also examine the Construct Reliability ( $\rho_c$ ) and the Average Variance Extracted ( $\rho_v$ ) by using the Diamantopoulos (2000) formula. Furthermore, study variant involving theories and researches for developing the research concept. After that, determine them as the research model involving the empirical data by AMOS program. To investigate compatibility of Model fit with empirical data by investigating the assessment of Model Fit using an index of Measurement Model and empirical data.



The results of this study were as follows: 1) The analysis about general information of respondents revealed that almost respondents concentrate on the ability about proactive work of the entrepreneur so, the entrepreneur of both Small and Medium-Sized Enterprises always develop their products and find out the method that can help their products become more modern by using the ability of good solving unexpected problem. 2) Based on the findings of the general information of Small and Medium-Sized Enterprises, it was concluded that most of respondents focus on the target groups at the high level so, the entrepreneur of both groups try a lot to find the way that suitable for the customer all the time to develop their exporting. 3) The analysis about the average of characteristics of entrepreneurs, target group and the environment fluctuation of export innovation and the result of exporting revealed that respondents usually concern about the fluctuation at the high level so, the entrepreneur of both Small and Medium-Sized Enterprises pay attention on their royal customers because the demand of new customers may be different from their target groups. 4) The analysis results of the index of Measurement about Model for an export enterprising innovation of SME entrepreneur in Thailand found that respondents have a high-levelled estimation in product Innovation of export innovation. With the SME entrepreneurs who have an exporting launch a new unique product to the International market successively. 5) The path analysis results and qualitative research summary in An In-depth Interview shows that Export Innovation on Small and Medium Enterprises Model is a New Model with perfection. So, some enterprises or businesses may choose some of the Model Export Innovation In Thailand e.g. an export industries enterprises may choose a characteristics of entrepreneurs together with a marketing focus or a marketing focus together with Environment fluctuations. Among the strong competition environments which the SMEs have to face with, especially have more challenges when the demand of the customers always changea thrive of technology and life cycle and shorten product. Therefore, the enterprises need to develop and prepare themselves for the changing of competitive environments to survive, grow stably and has a competition potential in International market.

**Keywords:** The Potential Development, Model Export Innovation, Entrepreneurship Business for Small and Medium-Sized Enterprises



## บทนำ

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยประกอบด้วยธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise: SME) มากกว่าร้อยละ 90 ของธุรกิจทั้งประเทศ ซึ่งประกอบด้วยภาคการผลิต ภาคการบริการ และภาคการค้าที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (วาสุกรี 2014) โดยมีการจดทะเบียนเป็นจำนวนมากกว่า 2 ล้านราย ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 76 ของทั้งประเทศ และทำรายได้ต่อปีสูงถึง 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (เจษฎา ปุรินทวรกุล 2559) ขณะที่การรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ของ 10 ประเทศในอาเซียนส่งผลกระทบต่อทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งวิธีการดำเนินธุรกิจและด้านการแข่งขัน และเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและความพร้อมและเป็นข้อจำกัดด้านอุปสรรคสำหรับผู้ที่มีความสามารถในการแข่งขัน (บทความอุตสาหกรรม 2558)

หากพิจารณาแนวโน้ม (Trend) ของการส่งออก พบว่า การส่งออกสินค้าของไทยยังคงมีปัจจัยเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกและขาดความพร้อมในภาคการส่งออก ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจที่ลดลงและกระทบต่อการบริโภคของภาคเอกชนให้ชะลอตัวลงและแนวโน้มการเติบโตที่ช้าลงมาก ปกติแล้ว SMEs ที่มีการส่งออกในประเทศไทย ยังขาดการสร้างแบรนด์สินค้า แพ็คเก็จจิ้ง การพัฒนาเพื่อการวิจัยตลอดจนความรู้ในการส่งออก เพราะบางครั้งผู้ประกอบการมีโอกาสไปพบเจอลูกค้า แต่ยังขาดเทคนิคในการเจรจาต่อรอง การทำเอกสารและขาดความสามารถในการคำนวณต้นทุน (เจษฎา ปุรินทวรกุล 2559) ตั้งแต่ พ.ศ. 2554 ภาคการส่งออกยังมีปัญหาอยู่ในขณะที่ภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแล้วทุกภาคส่วนจึงพยายามกระตุ้นการส่งออกด้วยการส่งเสริมให้เกิดการค้าเพื่อทำการวิจัยและพัฒนาผลิตสินค้าที่มีความแปลกใหม่และเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและการลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้สินค้าสามารถแข่งขันกับต่างประเทศไทย (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ 2558) เนื่องจากการส่งออกเป็นธุรกิจที่สามารถนำเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นหลักในแต่ละปีมีรายได้จากการส่งออกจำนวนมากและรายได้ส่วนใหญ่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ ดังนั้น เพื่อให้ธุรกิจการส่งออกประสบความสำเร็จ ผู้ประกอบการที่จะเข้ามาในธุรกิจนี้จำเป็นต้องต้องเรียนรู้ทำความเข้าใจถึงขั้นตอนต่างๆ ในการส่งออกสินค้าให้ดีเสียก่อน เนื่องจากขั้นตอนดังกล่าวในการส่งออกสินค้าเป็นสิ่งที่ต้องทำความเข้าใจและปฏิบัติให้ถูกต้องเพื่อให้การประกอบธุรกิจส่งออกสะดวกและคุ้มค่าต่อการลงทุน (ธุรกิจภาคการส่งออก 2560)

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมการส่งออกที่ส่งผลต่อผลดำเนินการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย



3. เพื่อศึกษารูปแบบนวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย

### วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัย ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนานวัตกรรมการส่งออกของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย โดยวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ใช้โปรแกรม AMOS

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการส่งออกของ SMEs และเป็นสมาชิกของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงอุตสาหกรรมและกระทรวงพาณิชย์ตามฐานข้อมูลรายชื่อผู้ส่งออกในประเทศไทย (Thailand’s Exports Directory) โดยมีจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย ส่วนวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ราย

### ผลการวิจัย

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.40) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ส่งออกสินค้าหลักอยู่ในกลุ่มธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (ร้อยละ 23.2)
2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการในด้านการงานเชิงรุก และการดำเนินการส่งออกอยู่ในระดับมาก โดยแก้ปัญหาเฉพาะหน้าในการดำเนินธุรกิจและมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตน
3. การมุ่งเน้นการตลาด ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกมีการวิจัยการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
4. ความผันผวนของสภาพแวดล้อม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการแข่งขันด้านราคาถือเป็นจุดเด่นในตลาดส่งออกและด้านความวุ่นวายของกฎระเบียบทางการค้าระหว่างประเทศ มีกฎหมายคุ้มครองสิ่งแวดล้อมและการกำหนดราคาของรัฐบาล รวมถึงข้อบังคับในต่างประเทศเกี่ยวกับการขายสินค้าและบริการ มีความเข้มงวด และเป็นเรื่องยุ่งยาก
5. นวัตกรรมการส่งออก ในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการที่มีการส่งออกได้ทำการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ออกสู่ตลาดต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ โดยนำความรู้ทางด้านเทคโนโลยีมาใช้เพื่อบูรณาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากแนวคิดเก่าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
6. ผลดำเนินการส่งออก ผู้ประกอบการได้ทำการปรับปรุงการแข่งขันในการส่งออกให้เหมาะสมกับตลาดเพื่อให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดทั่วโลกจากการส่งออก ซึ่งผู้ประกอบการประสบความสำเร็จจาก



การส่งออกอย่างมาก เพราะได้รับการตอบสนองจากการส่งออกเกินความคาดหวัง ส่งผลให้ผลดำเนินงานส่งออกเป็นที่น่าพอใจอย่างมาก

## อภิปรายผล

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 1 พบว่า ตรงกับงานวิจัยของ (Hult 2004, Peng 2008, Rhee 2010, Tajeddini 2010, Boso, Cadogan and Story 2011, Boso, Cadogan and Story 2010) ในปัจจุบันคุณลักษณะของผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะถูกมองว่าเป็นกระบวนการในวัฒนธรรมขององค์กรมากกว่าที่จะเป็นเหตุการณ์ที่จะสร้างมูลค่าโดยใช้ทรัพยากรที่ใช้ประโยชน์จากโอกาสของธุรกิจ

2. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 2 พบว่า ตรงกับงานวิจัยของ (Jalali 2012, Patel, D'Souza and Louisville 2009, Abiodun and Rosli 2014) โดย Wang (2008) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการเป็นกระบวนการและกิจกรรมในการตัดสินใจของผู้ประกอบการในการสนับสนุนกิจกรรมต่อการเข้าสู่งานใหม่ (Lumpkin and Dess 2001, Kropp, Lindsay and Shoham 2006) โดยมีการศึกษาถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การทำงานเชิงรุก และการกล้าเสี่ยง

3. การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 3 พบว่า ตรงกับงานวิจัยของ (Phasauk 2014, Vila 2011, Engin Deniz Eris 2012, Han et al. 1998, Jabeen et al. 2013) เนื่องจากการศึกษาส่วนใหญ่เกี่ยวกับการมุ่งเน้นการตลาด ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 ได้มีการนำแนวคิดด้านนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยที่แนวคิดด้านการมุ่งเน้นการตลาด กล่าวว่า การมุ่งเน้นการตลาดเป็นแนวทางวัฒนธรรมหรือพฤติกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าโดยตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

4. การมุ่งเน้นการตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 4 พบว่า มีวรรณกรรมที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ดังกล่าว เช่น งานวิจัยของ (Jawad Hussain 2016, Julia M. Armario 2008, Nayebzadeh 2013, Lageat Charles 2012, Haim Hilman 2014, Jabeen et al. 2013, Farrell 2000) ในด้านยอดขาย เป้าหมายของการจัดการและเป้าหมายของการประเมินผลของบริษัท ความสำเร็จในการส่งออก การตรวจสอบความแตกต่างระหว่างการมุ่งเน้นการตลาดและผลดำเนินการส่งออกของบริษัททั้งในและต่างประเทศ

5. ความผันผวนของสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 5 พบว่า ผลการศึกษาความผันผวนของสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อนวัตกรรมการส่งออก เช่น งานวิจัยของ (Low 2007, Marios Theodosioua 2012, Huse, Neubaum and Gabrielsson 2005, Romijn and Albaladejo 2002, Woratham Phong-





sichomphu 2013, Akman 2008, Jin K. Han 1998, Zhu 2015, Hasan Jursat Gules 2015, Zhou 2005, Mai Q. Nguyen 2013, Hsiang-Feng Ting 2012, Dibrell, Fairclough and Davis 2014) โดย Mike (2014) ทำการศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ใหม่ในประเทศเจ้าบ้าน : กรณี ความรู้และมุมมองการเรียนรู้ พบว่า เนื่องจากตลาดมีความแตกต่างกันในสภาพแวดล้อมที่วุ่นวาย บริษัทเผชิญกับความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจในประเทศ

6. ความผันผวนของสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 7 พบว่า ผลการศึกษาความผันผวนของสภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลดำเนินการส่งออก เช่น งานวิจัยของ (Abiodun and Mahmood 2015, Johli and Jawrski 1990, Cadogan et al. 2006, Kim 2015, Hermann Frank 2012, Rajdeep Grewal 2001, Azizi Hj. Abdul Adis 2008, V. Jumar 2011, Jaworski 1993) โดย (Mugler 1998) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ SME มีการดำเนินงานในตลาดที่มีความผันผวนทั้งในด้านของลูกค้าน้ำและซัพพลายเออร์ เช่นเดียวกับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์สามารถมองเห็นปัจจัยดังกล่าวที่ส่งผลต่อกัน สภาพแวดล้อมแบบไดนามิกมีความไม่แน่นอนสูงเกี่ยวกับพฤติกรรมด้านสินค้าและความคาดหวังของลูกค้า

7. นวัตกรรมการส่งออกมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลดำเนินการส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย ข้อที่ 8 สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Godwin 2013, Hult 2004, Serna 2016, J. Guan 2003, Hybakk 2009, Low 2007, drogendijk 2016, Jabeen et al 2013) โดยการพัฒนารูธุรกิจให้เป็นเลิศนั้น ต้องมีการนำแนวความคิดนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ Han et al (1998) สอดคล้องกับ Deshpande (1993) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้แนวคิดด้านนวัตกรรมการส่งออกสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรให้ประสบความสำเร็จนั้นต้องมีการนำแนวความคิดด้านการมุ่งเน้นการตลาดมาใช้ร่วมกันจึงจะสำเร็จ

## ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ข้อเสนอแนะด้านการจัดการสำหรับการนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### 1. ข้อเสนอแนะด้านการจัดการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการส่งออกควรดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในเรื่องของการส่งออกเป็นสำคัญ โดยควรมีแนวคิดด้านนวัตกรรมใหม่ๆ อยู่เสมอ และเพื่อให้ผลดำเนินการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสูงขึ้น โดยให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น โดยผู้บริหารในองค์กรมีการดำเนินกิจกรรมต่างๆ เช่น การดำเนินงานเชิงรุก โดยแสวงหาโอกาสในตลาดส่งออกใหม่ๆ เนื่องจากวิสาหกิจขนาดใหญ่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างทั่วถึง ข้อได้เปรียบของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คือ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็วและมีความยืดหยุ่นกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ ส่งผลให้





วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการปรับตัวได้ดีและมีผลดำเนินงานเป็นไปตามที่คาดหวังมีความเติบโตในระดับที่สูงขึ้น

## 2. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษาครั้งนี้ เช่น การเรียนรู้ขององค์กร การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (CRM) เป็นต้น

### บรรณานุกรม

- Asha, F. (2011). *The impact of firm and entrepreneurial characteristic on acces to debe finance by SMEs in King Willams's Town, South Africal*. International Journal of Busniess and Management, 6(8), 170-179.
- Boccardelli, P., & Magnusson, M. G. (2006). *Dynamic capabilities in earlyphase entrepreneurship*. Knowledge and Process Management, 13(3), 162-174.
- Boone, D. (2004). "Entrepreneurial growth: Think region, act local," [Online] Available: <http://www.entreworld.com>. [2011, Dec 5].
- Carter, R. & Jones-Evans, D. (2000). *Enterprise and Small Business: Principles, Practice and Policy*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Corman, J., Sonfield, M. C., Lussier, R. N., & Kinney, M. T. (2001). *Gender comparisons in strategic decision-making: An empirical study of the entrepreneurial strategy matrix*. Journal of Small Business Management, 36, 165-173.
- Frederick, H.H., Kuratko, D.F., & Hodgetts, R.M. (2007). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. Australia: Thomson.
- Gartner, W.B., & Bellamy, M. G. (2010). *Enterprise*, Ohio: South Westem Cengage Learning.
- Grant, R. M. (1996). *Toward a knowledge-based theory of the firm*. Strategic Management Journal , 7(2), 109-122.
- Grewall, D., Iyeer, G.R., Javalgi, R. G., & Radulovich, L. (2011). *Franchise partnership and international expansion: A conceptual framework and research propositions*. Waco, B.J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006), *Multivariate data analysks(6th ed.)*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.



McMahon, R. (1999). *Growth and performance of manufacturing SMEs: The influence of financial management characteristics (Research No.99-1)*. Bedford Park, Australia: The Flinders University of south Australia, School of commerce.