

## ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรม การส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย

### The Structural Relationship that Affect on Business Performance in Software Export Industry of Thai Entrepreneurs

<sup>1</sup>จรงค์ ปรีวัตรัตนานนท์, <sup>2</sup>แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์ และ <sup>3</sup>วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

<sup>1</sup>Chongrug Pariwatnanont, <sup>2</sup>Kaewta Poopatanapong and <sup>3</sup>Visit Rittiboonchai

<sup>1,2,3</sup>หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง กรุงเทพมหานคร

<sup>1,2,3</sup>Doctoral of Business Administration Program, Faculty of Business Administration,  
Ramkhamhaeng University, Bangkok

<sup>1</sup> Corresponding Author. E-mail :chongrug.pariwatnanont@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยและการสร้างตัวแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย จำนวนกลุ่มตัวอย่างคำนวณตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) 360 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติเชิงพรรณนาที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง สถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยใช้โปรแกรม Analysis Moment of Structure (AMOS) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารระดับสูงและผู้จัดการ ระยะเวลาในการดำรงตำแหน่งบริหาร 5-10 ปี ผู้บริหารส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นต่อทุกองค์ประกอบในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า ทุกองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรม (TE=0.87) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน (TE=0.86) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (TE=0.62) การจัดการนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขัน (TE=0.66) การจัดการนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (TE=0.01) ประสิทธิภาพในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (TE=0.70) และความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (TE=0.10) สอดคล้องกับข้อสมมติฐานที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของกิจการหรือผู้บริหารระดับสูง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง โดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า ข้อเสนอที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมีความสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณในด้านการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของธุรกิจ

**คำสำคัญ:** การมุ่งเน้นตลาด; การจัดการนวัตกรรม; ประสิทธิภาพในการแข่งขัน; ความผันผวนของสภาพแวดล้อม; ผลการดำเนินงานของธุรกิจ

## Abstract

This research aimed to study the influence of factors and structural modeling of the causal relationship of business performance in the software export industry of Thai entrepreneurs. The data was collected from 360 executives by using questionnaire and sample size was calculated from Hair et al. (2010). The descriptive statistics used in the analysis were percentage, mean, standard deviation, coefficient of variation, skewness and kurtosis, and the inferential statistics were the Pearson's correlation coefficient and Structural Equation Modeling (SEM) using AMOS (Analysis Moment of Structure). The results of statistical analysis showed that the most of respondents were male whose ages between 40-49 years old, with Master's degree level, have positions of executive and manager, term of management 5-10 years, and most executives have opinion on all components at a high level. The hypothesis testing found that all factors were significantly correlated at the statistically significant level of 0.01. The analysis of the structural equation model showed that the market orientation influences innovation management (TE=0.87), market orientation influences competitive efficiency (TE=0.86), market orientation influences business performance (TE=0.62), innovation management influences competitive efficiency (TE=0.66), innovation management influences business performance (TE=0.01), competitive efficiency influences business performance (TE=0.70), and environment turbulence influences the relationship of market orientation to business performance (TE=0.10). The findings were congruent with the hypothesis postulated for this investigation at the statistically significant level of 0.01. In regard to the qualitative research phase of this investigation, the researcher collected data from business owner or executive. The instrument of research was a collection of semistructured in-depth interviews. The correctness of the data was verified by cross verification in an application of the technique of triangulation. Findings indicated that the summaries of the data obtained in the course of conducting in-depth interviews were congruent with the aforementioned results of the quantitative phase of this research investigation in the market orientation, innovation management, competitive efficiency, environment turbulence, and business performance.

**Keywords:** Market Orientation; Innovation Management; Competitive Efficiency; Environment Turbulence; Business Performance

## บทนำ

ซอฟต์แวร์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อระบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในด้านต่างๆ ในการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในภาครัฐและภาคธุรกิจ ในอุตสาหกรรมใช้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ในภาคการผลิต และภาคบริการ ซึ่งอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุคศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ เป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมต่างๆ นำมาซึ่งความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของธุรกิจและประเทศ ส่งผลให้มูลค่าของ

ตลาดซอฟต์แวร์ซึ่งประกอบด้วย ซอฟต์แวร์สำเร็จรูป (software as a service) บริการซอฟต์แวร์ (system integrated service) และซอฟต์แวร์ฝังตัว (embedded system software) ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี บ่งบอกถึงความต้องการซอฟต์แวร์ที่เพิ่มขึ้น และมีการคาดการณ์ว่ามูลค่าของตลาดซอฟต์แวร์ในประเทศไทย จะมีแนวโน้มอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องตามการขยายตัวของเศรษฐกิจดิจิทัลทั้งภายในและภายนอกประเทศ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2560)

การผลักดันอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยให้เจริญเติบโต ถือได้ว่าเป็นกลไกหลักสำคัญยิ่งต่อยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยรัฐบาลเล็งเห็นความสำคัญ และได้บรรจุแผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2555-2558 นอกจากนั้น กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร พ.ศ. 2554-2563 หรือ ICT 2020 (สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554) ในยุทธศาสตร์ที่ 3 กำหนดนโยบายยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร (ICT) เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้จะต้องให้ความสำคัญกับศักยภาพของผู้ประกอบการ ที่กระจายตัวตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ ซึ่งจะเป็นการพัฒนารากฐานที่สำคัญของอุตสาหกรรมให้ก้าวไปสู่ การแข่งขันในระดับนานาชาติได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ในการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบทางธุรกิจเป็นประเด็นที่สำคัญในงานวิชาการเชิงกลยุทธ์ ในปัจจุบันและเป็นประเด็นที่สำคัญในโลกธุรกิจที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในต่างประเทศ ทั้งนี้ภาวการณ์นักปฏิบัติ และผู้บริหารขององค์กรต่างๆ โดยมีการศึกษาและทดสอบแนวความคิดปัจจัยหรือ องค์ประกอบของธุรกิจที่นำไปสู่ประสิทธิภาพในการดำเนินงานในบริบทที่แตกต่างในหลากหลายประเทศ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์และอินเทอร์เน็ตที่มีการเติบโตอย่างมาก ทำให้เกิดการถกเถียงกัน เกี่ยวกับปัจจัยหรือองค์ประกอบของธุรกิจเหล่านี้ ดังนั้นการศึกษาปัจจัยหรือองค์ประกอบของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ซึ่งเป็นธุรกิจที่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมจึงเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง (Rajala, Rossi and Tuunainen, 2003) อีกทั้งในประเทศที่มีภพงานวิจัยทางด้านอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ที่มุ่งเน้น การศึกษาเชิงวิศวกรรมและเชิงเทคนิค หรือพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อจะช่วยให้ทราบถึงสภาพการณ์และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของ องค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความผันผวนของ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของธุรกิจให้อุตสาหกรรมส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย เพื่อหาความสัมพันธ์ของโครงสร้างที่เหมาะสม สร้างประสิทธิภาพในการแข่งขันและการดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งจะได้ข้อเสนอแนะเป็นแนวทางในการส่งเสริมยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทยให้เจริญเติบโต อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพของการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรม การส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน และความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรม การส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย
3. เพื่อสร้างตัวแบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรม การส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย ที่มีการตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์

### วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการศึกษาวิจัยโดยใช้เทคนิควิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods research) รูปแบบนำ-รูปแบบรอง (dominant-less dominant design) หรือการวิจัยแบบขั้นตอนเชิงอธิบาย (explanatory sequential design) ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ที่มุ่งเน้นการทดสอบหรือยืนยันแนวคิดทฤษฎีเพื่ออธิบายข้อมูล หรือการอนุมานแบบนิรนัย (deduction) เป็นหลัก แล้วนำการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งเน้นการสร้างรูปแบบ แนวคิดทฤษฎีจากปรากฏการณ์จริง หรือการอนุมานแบบอุปนัย (induction) มาเสริมเพื่อขยายความ ตรวจสอบยืนยันและเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล เพื่อให้ได้คำตอบที่ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และสามารถตอบคำถามในการวิจัยได้ชัดเจนครบถ้วนและถูกต้องตามหลักวิชาการ (Creswell, 2013) ประชากรในการศึกษา คือบริษัทในอุตสาหกรรมส่งออกซอฟต์แวร์ในประเทศไทย มีเจ้าของเป็นคนไทย ซึ่งหน่วยวิเคราะห์ (unit of analysis) ของการวิจัยเป็นระดับองค์กร ตามรายชื่อของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy Promotion Agency : DEPA) กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 360 ตัวอย่าง (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2562) โดยการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวคิดของ Hair et al. (2010) คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลควรมีประมาณ 10-20 ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (Observed variable) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน (coefficient of variation) ค่าความเบ้ (skewness) และค่าความโด่ง (kurtosis) เพื่ออธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลและธุรกิจในอุตสาหกรรมส่งออกซอฟต์แวร์ และสถิติเชิงอนุมานหรืออ้างอิง (inferential statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (hypothesis testing) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's rank correlation coefficient) และหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) โดยใช้โปรแกรม Analysis Moment of Structure (AMOS) (ธารินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทยพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและข้อมูลมีการกระจายแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย ความเบ้ และความโด่งขององค์ประกอบ

ตัวแปร	Mean	S.D.	%CV	SK	KU
MO	4.11	0.46	11.15	-0.34	-0.46
IM	4.19	0.51	12.56	-0.54	-0.48
CE	3.91	0.45	12.69	-0.43	0.46
ET	4.20	0.52	12.37	-0.53	-0.48
BP	4.19	0.40	9.59	-0.58	0.87

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรของตัวแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการมุ่งเน้นตลาด การจัดการนวัตกรรม ประสิทธิภาพในการแข่งขัน ความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแตกต่างกันจากศูนย์ หมายถึงมีความสัมพันธ์ต่อกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทุกคู่ตัวแปร ทั้งนี้ทุกคู่มีค่าความสัมพันธ์เป็นบวกอยู่ระหว่าง 0.51 – 0.81 โดยคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุดคือความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด (MO) และการจัดการนวัตกรรมด้านนวัตกรรมการบริหาร (IM) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.81 ส่วนคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำที่สุดเป็นความสัมพันธ์ระหว่างความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ET) และผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.51 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ดังตาราง 2

ตาราง 2 เมทริกค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ

ตัวแปร	MO	IM	CE	ET	BP
MO	1.00				
IM	0.81**	1.00			
CE	0.71**	0.71**	1.00		
ET	0.55**	0.54**	0.53**	1.00	
BP	0.64**	0.59**	0.64**	0.51**	1.00

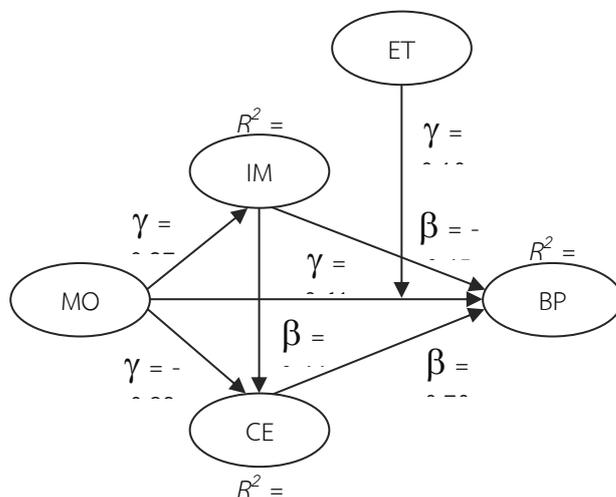
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy = 0.862,

Bartlett's Test of Sphericity = 1,069.520, df = 10, p-value = 0.000, \*\*p < 0.01

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling–SEM) ของความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย

พบว่า เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาด (MO) ส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มีค่าเท่ากับ 0.41 เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาดส่งผลไปยังการจัดการนวัตกรรม (IM) มีค่าเท่ากับ 0.87 ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการจัดการนวัตกรรมไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) เท่ากับ -0.45 เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาดส่งผลไปยังการจัดการนวัตกรรมมีค่าเท่ากับ 0.87 ซึ่งส่งผลให้เกิดค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการจัดการนวัตกรรมไปยังประสิทธิภาพในการแข่งขัน (CE) เท่ากับ 0.66 ซึ่งประสิทธิภาพในการแข่งขันส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจเท่ากับ 0.70 และเส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาดส่งผลไปยังประสิทธิภาพในการแข่งขันมีค่าเท่ากับ 0.66 ซึ่งประสิทธิภาพในการแข่งขันส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจเท่ากับ 0.70 นอกจากนี้ เส้นอิทธิพลเชิงสาเหตุจากการมุ่งเน้นตลาดร่วมกับความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (MO\*ET) ซึ่งเกิดจากตัวแปรอิทธิพลกำกับของความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (ET) ส่งผลไปยังผลการดำเนินงานของธุรกิจมีค่าเท่ากับ 0.10

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐานขององค์ประกอบเชิงสาเหตุของตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรสาเหตุที่มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ประสิทธิภาพในการแข่งขัน (CE) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.70 ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) มากที่สุด สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรประสิทธิภาพในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจมากที่สุด รองลงมาคือ การมุ่งเน้นตลาด (MO) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.62 ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) การมุ่งเน้นตลาดร่วมกับความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (MO\*ET) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.10 ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) และการจัดการนวัตกรรม (IM) มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุรวมเท่ากับ 0.01 ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (BP) ตามลำดับ ดังภาพ 1 และตาราง 3



ภาพ 1 ตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ

**ตาราง 3** การประมาณค่าอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมขององค์ประกอบเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ของผู้ประกอบการไทย

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผลลัพธ์								
	IM			CE			BP		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
MO	0.87	-	0.87	0.29	0.57	0.86	0.41	0.21	0.62
IM	-	-	-	0.67	-	0.67	-0.45	0.46	0.01
CE	-	-	-	-	-	-	0.70	-	0.70
MO*ET	-	-	-	-	-	-	0.10	-	0.10
R-Square	0.75			0.85			0.79		

$$\chi^2 = 135.180, \chi^2/df = 1.073, df = 126, p\text{-value} = 0.522, GFI = 0.967,$$

$$AGFI = 0.937, CFI = 0.998, NFI = 0.972, RMSEA = 0.014, RMR = 0.007$$

### อภิปรายผลการวิจัย

การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.87 และค่า  $t$ -value เท่ากับ 17.19 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Antonio and Rodriguez (2016), Abdolvand et al. (2016), Zhang and Zhu (2016) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.29 และค่า  $t$ -value เท่ากับ 3.93 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Mohsenzadeh and Ahmadian (2016) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.41 และค่า  $t$ -value เท่ากับ 2.37 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Jawad et al. (2020), Dorson (2018), Antonio and Rodriguez (2016), Zhang and Zhu (2016) การจัดการนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการแข่งขันของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.66 และค่า  $t$ -value เท่ากับ 8.84 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ferreira, Coelho, and Moutinho (2018), Lorenzo (2018), Rodriguez-Victoria, Puig, and Gonzalez-Loureiro (2017) การจัดการนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ -0.45 และค่า  $t$ -value เท่ากับ -2.62 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ferreira, Coelho, and Moutinho (2018), Rodriguez-Victoria, Puig, and Gonzalez-Loureiro (2017), Antonio and Rodriguez (2016) ประสิทธิภาพในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.70 และค่า  $t$ -value เท่ากับ 3.56 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Hernandez-Perlines and Mancebo-Lozano (2017) และ Riasi (2015) และความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาดและผลการดำเนินงานของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการส่งออกซอฟต์แวร์ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.10

และค่า  $t$ -value เท่ากับ 2.21 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Abidemi et al. (2018), Jadeen et al. (2016), Jailu et al. (2016)

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1) ในสภาวะการณ์ของการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อองค์กร เนื่องจากการแข่งขันเชิงเศรษฐกิจ พฤติกรรมการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า ตลอดจนความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่สามารถส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความสามารถที่องค์กรมีอยู่อาจไม่สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าวได้ องค์กรจึงจำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการดำเนินงานรูปแบบใหม่ในการใช้ความสามารถเชิงพลวัต หรือความสามารถในการจัดการนวัตกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าได้อย่างแท้จริง ซึ่งการกำหนดกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดด้านการมุ่งเน้นลูกค้า การมุ่งเน้นคู่แข่ง และการประสานงานภายในองค์กร เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงจัดเป็นความสามารถเชิงพลวัตเพื่อพัฒนาปรับปรุงความสามารถขององค์กรและควรให้ความสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการปรับกระบวนการในการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

2) กลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดของธุรกิจในอนาคตของการส่งออกซอฟต์แวร์ ซึ่งเป็นการพัฒนาซอฟต์แวร์ในการตอบสนองต่อความจำเป็นและความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่นๆ เนื่องจากพนักงานขององค์กรต้องมีปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานลูกค้าในหลายระดับอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการศึกษาภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมส่งออกซอฟต์แวร์ พบว่า องค์ประกอบหลักของกลยุทธ์การมุ่งเน้นตลาดที่ส่งผลต่อการจัดการนวัตกรรมประสิทธิภาพในการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจเรียงจากมากไปหาน้อย คือ การมุ่งเน้นลูกค้า การประสานงานภายในองค์กร และการมุ่งเน้นคู่แข่ง โดยปัจจัยสำคัญที่องค์กรต้องดำเนินการคือ การให้ความสำคัญกับปัญหาและความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสมกับความจำเป็นและประโยชน์สูงสุดของลูกค้า อาทิ แสวงหาและนำเสนอรูปแบบใหม่ๆ สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ทำความเข้าใจในความต้องการและตอบสนองต่อความต้องการนั้นได้เป็นอย่างดี และควรมีการประเมินและตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการทำงานประสานกันเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งขององค์กรและลูกค้า

## เอกสารอ้างอิง

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. นนทบุรี:

เอส.อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2554). *กรอบนโยบายเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารระยะ พ.ศ. 2554-2563 ของประเทศไทย ICT2020*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2561, จาก <http://www.wise.co.th>.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2562). *รายชื่อบริษัทในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.depa.or.th>.

- สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2560). *รายงานประจำปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2561, จาก <http://www.sipa.or.th>.
- Abdolvand, M. A., ASL, A. M., Sadeghian, M., and Farzin, M. (2016). Investigation the effect of market orientation, social media marketing and international experience on global marketing strategy and company performance. *International Journal of Life science & Pharma Research*, 2, 93-101.
- Abidemi, B. T., Halim, F. B., and Alshauibi, A. (2018). Environment turbulence, service marketing mix, market orientation and microfinance performance: A conceptual model. *Journal of Business and Social Review in Emerging Economies*, 4(1), 27-36.
- Antonio, L., and Rodriguez, Leal. (2016). Linking market orientation, innovation and performance: an empirical study on small industrial enterprises in Spain. *Strategy Journal of Small Business*, 26(1), 37-49.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (2<sup>nd</sup> ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage publications.
- Dorson, Thomas A. (2018). Customer involvement capability and service firm performance: The mediating role of innovation. *Journal of Business Research*, 86, 269-280.
- Ferreira, Jorge, Coelho Arnaldo, and Moutinho Luiz. (2018). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Journal of Technovation*, (In press).
- Hair F. Joseph, Black C. William, Babin J. Barry, and Anderson E. Rolph. (2010). *Multivariate data analysis (7<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Hernandez-Perlines, Felipe, and Mancebo-Lozano Esteban. (2017). Condition destination of competitive strategy and environment in international entrepreneurial orientation of family business. *European Journal of Family Business*, 6, 86-98.
- Jabeen, Rubina and Aliyu, Mukhtar Shehu and Mahmood, Rosli. (2016). The moderating effect of external environment on the relationship between market orientation and business performance: a quantitative approach. *International Postgraduate Business Journal*, 8 (1),16-25.
- Jawad, Sakhawat, U. R. S., Naushad, S., Yousaf, S., and Yousaf, Z. (2020). Exploring performance of software houses: market orientation and mediating role of firm innovativeness. *World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 16(1), 1-11.

- Jialu, Sun, et al. (2016). Entrepreneurial environment, market-oriented strategy, and entrepreneurial performance: A study of Chinese automobile firms. *Internet Research*, 26(2), 546-562.
- Rajala, R., Rossi, M. and Tuunainen, K. V. (2003). *A framework for analyzing software business model*. Retrieve April 8, 2017, from <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.100.6308&rep1&type=pdf>.
- Riasi, Arash. (2015). Competitiveness advantage of shadow banking industry: An analysis using Porter diamond model. *Business Management and Strategy*, 6(2), 15-27.
- Rodriguez-Victoria, Oriantha E., Puig Francisco, and Gonzalez-Loureiro Miguel. (2017). Clustering, innovation and hotel competitiveness: evidence from the Columbia destination. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(11), 2785-2806.
- Zhang, J., and Zhu, M. (2016). Market orientation, product innovation and export performance: evidence from Chinese manufacturers. *Journal of Strategic Marketing*, 24(5), 377-379.