

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน:
งานวิจัยเชิงประจักษ์ของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

Entrepreneurial Orientation and Sustainable Competitive Advantage:
an Empirical Research of Furniture Export Business in Thailand

ภัทริกา ชินช่าง*

คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

*e-mail: A_pattarika@hotmail.com

Received: July 24, 2019

Revised: September 9, 2019

Accepted: October 1, 2019

Pattarika Chinchang

Faculty of Business Administration and Accountancy, Roi Et Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และ 2) วิสัยทัศน์ระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรที่มีต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้บริหารของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย จำนวน 758 กิจการ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และ 4) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับกำหนดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน งานวิจัยนี้ช่วยให้เข้าใจถึงกำหนดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในบริบทของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยได้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน วิสัยทัศน์ระยะยาว
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร

Abstract

The objectives of this research were to investigate the effect of: 1) entrepreneurial orientation on sustainable competitive advantage, and 2) long-term vision, technological change, and organizational learning culture on entrepreneurial orientation of furniture exporting business in Thailand. A sample of 758 executives of furniture export business in Thailand. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson's correlation coefficient, simple and multiple regression analysis. The results of study revealed as follows: 1) entrepreneurial orientation had a significantly positive relationship with sustainable competitive advantage at the .01 level, 2) long-term vision had a significantly positive relationship with entrepreneurial orientation at the .01 level, 3) technological change had a significantly positive relationship with entrepreneurial orientation at the .001 level, and 4) organizational learning culture had a significantly positive relationship with entrepreneurial orientation at the .05 level. The research findings suggest that executives of furniture export business in Thailand use them as a guideline for identifying an entrepreneurial orientation that can lead to sustainable competitive advantage. This research also contributes to better understanding of entrepreneurial orientation in the context of furniture export business in Thailand.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Sustainable Competitive Advantage, Long-term Vision, Technological Change, Organizational Learning Culture

บทนำ

ในปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีความสลับซับซ้อนและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างแรงกดดันต่อการในการตอบสนองต่อความต้องการที่มีความหลากหลาย นอกจากนี้กระแสโลกาภิวัตน์ที่เพิ่มมากขึ้นเป็นเหตุให้องค์กรธุรกิจต้องเผชิญกับคู่แข่งระหว่างประเทศ จึงต้องพยายามสำรวจและพัฒนาโอกาสทางการค้าในต่างประเทศ โดยมุ่งเน้นถึงความสำคัญของการกำหนดการมุ่งเน้นในการดำเนินงานที่เพียงพอสำหรับตลาดส่งออก ดังเช่น ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่จะต้องมีความพร้อมในการรับมือกับสถานการณ์ความท้าทายใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง และสามารถที่จะต้านทานการแข่งขันในระดับโลกได้อย่างยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น (Martín-Rojas, García-Morales, & Bolívar-Ramos, 2013) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จภายใต้เงื่อนไขทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง ในระยะแรกองค์การควรมีความสามารถในการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจในช่วงเริ่มต้น หลังจากได้รับทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพที่เพียงพอแล้วจึงจะสามารถผลิตและจำหน่ายสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งโดยปกติจะต้องใช้เวลานานและต้องการความตั้งใจอย่างแรงกล้าในการเริ่มต้นธุรกิจ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการได้รับผลการดำเนินงานที่เพิ่มมากขึ้น โดยผ่านการสร้างความแตกต่าง การพัฒนาวิธีการแก้ไขปัญหาที่ดี

กว่าคู่แข่ง เสริมสร้างการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมและแนวโน้มของตลาด อีกทั้งยังช่วยลดทอนความสามารถในการแข่งขันของคู่แข่งและเป็นการตอบสนองต่อสถานการณ์ในอนาคต (Ruiz-Ortega, Parra-Requena, García-Villaverde, & Rodrigo-Alarcon, 2017)

ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์เป็นหนึ่งในธุรกิจที่สร้างความสมดุลทางการค้าในโลกยุคโลกาภิวัตน์ เนื่องจากกระบวนการขนส่งและการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศกลายเป็นเรื่องที่มีความง่ายมากยิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนาความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีและการขนส่งที่มีความสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้พรมแดนทางด้านเศรษฐกิจได้หายไป ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ช่วยส่งเสริมความเชี่ยวชาญและช่วยให้กระบวนการผลิต การตลาด และการจัดจำหน่ายมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากประเทศต่าง ๆ นั้นได้มีการมุ่งเน้นไปที่สินค้าและบริการที่ตนสามารถผลิตและทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพด้วยทรัพยากรของแต่ละประเทศครอบครองอยู่ ทั้งยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและถ่ายโอนการพัฒนาเหล่านี้จากประเทศต้นทางไปสู่ตลาดปลายทางของการส่งออก (Colak, Cetin, & Engin, 2015) ธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงการใช้อยู่อาศัยจากทรัพยากรทางการผลิตเพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงไปสู่โครงสร้างเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Value-based Economy) เมื่อปริมาณการส่งออกเพิ่มมากขึ้นย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้ประชาชาติที่

เพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ และยังส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจขององค์การจนกลายเป็นการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ โดยถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การเจริญเติบโต และการจัดสวัสดิการของประเทศ (Artopoulos, Friel, & Hallak, 2013)

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นหนึ่งในประเด็นที่มีการวิจัยอย่างกว้างขวางที่สุดในวรรณกรรมทางด้านกลยุทธ์และทางด้านการจัดการ ซึ่งแสดงให้เห็นจากผลงานชิ้นสำคัญของ Miller (1983) ซึ่งให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยมิติที่สำคัญ 3 ประการ คือ การสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovativeness) การดำเนินการเชิงรุก (Proactiveness) และการรับความเสี่ยง (Risk-taking) และได้มีนักวิจัยอีกหลายคนที่ได้พัฒนาโดยใช้ทั้งสามมิตินี้เป็นพื้นฐานสำหรับศึกษา เช่น Jiang, Liu, Fey, & Jiang (2018); Kreiser, Marino, & Weaver (2002) และ Lumpkin, & Dess (1996) การศึกษาครั้งนี้ได้นิยามเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Miller (1983) ว่าเป็นลักษณะเชิงรุกขององค์การทั้งผลิตภัณฑ์และบริการในการแสวงหาโอกาสทางการตลาดสำหรับนวัตกรรมใหม่ ๆ โดยการลงทุนแม้ว่าจะมีความเสี่ยงสูงก็ตาม การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญที่จะนำไปสู่การดำเนินธุรกิจที่ประสบความสำเร็จภายใต้เงื่อนไขทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงสูง ยังถือว่าเป็นวิธีการรักษาความต่อเนื่องและการเติบโตขององค์การ อีกทั้งยังสามารถที่จะเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งของประเทศ นักวิชาการส่วนใหญ่ พบว่า มีผลกระทบเชิงบวกของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Mullens, 2018; Shalender, 2018; Vora, Vora, & Polley, 2012) Drucker (1985) กล่าวว่า ผู้ประกอบการคือ ผู้ที่รับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงในอนาคตและหาวิธีในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนั้น ผู้ประกอบการที่สามารถใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงมาสร้างเป็นโอกาสย่อมจะส่งผลต่อผลิตภาพของทรัพยากรและได้รับผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้น องค์การต่าง ๆ ในปัจจุบันยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายของสภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถการได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาวและเป็นเงื่อนไขที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์การ (Shalender, 2018)

ด้วยการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของธุรกิจ และการแข่งขันระหว่างประเทศ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ช่วย

ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นจะสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จึงเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนางานวิจัยทางด้านกลยุทธ์และการจัดการ อย่างไรก็ตามแม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ แต่ประเด็นนี้ยังคงมีความเข้าใจค่อนข้างน้อยที่ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย Monteiro, Soares, & Rua (2017) ได้อธิบายว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นสามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ของผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นในตลาดส่งออก นอกจากนี้การศึกษาของ Jiang, Liu, Fey, & Jiang (2018) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการแสดงบทบาทที่สำคัญในการสร้างผลการดำเนินงานขององค์การให้มีประสิทธิภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น อันเป็นการสร้างความสำเร็จทางธุรกิจที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนต่อไป อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยเชิงประจักษ์เพียงเล็กน้อยที่ตระหนักถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่อาจส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) และความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) การตระหนักถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีศักยภาพอย่างมากในการสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังได้คำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

ความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นขึ้นอยู่กับทรัพยากรขององค์การที่มีอยู่ คือ ประเด็นที่สำคัญของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Barney, 1991) นอกจากนี้ Wernerfelt (1984) ยังได้อธิบายว่า “ทรัพยากรขององค์การ ณ เวลาใดเวลาหนึ่งสามารถถูกกำหนดให้เป็นสินทรัพย์ที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน ซึ่งผูกขาดกึ่งถาวรกับองค์การ” ตามมุมมองของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Base View) นั้น ทรัพยากรที่จะเป็นแหล่งของความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การนั้นจึงต้องมีลักษณะที่สำคัญ คือ มีคุณค่า (Valuable) หายาก (Rare) ยากที่จะเลียนแบบ (Imperfectly Imitable) และไม่มีสิ่งที่ทดแทนได้ง่าย (Not Substitutable) ทฤษฎีฐานทรัพยากรยังให้ความสำคัญกับความสามารถที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Lu, Zhou, Bruton, & Li, 2010) แหล่งของทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นกระบวนการขององค์การที่เกิดจากการพัฒนา การรวม และ

การเปลี่ยนแปลงทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นสำหรับตลาดส่งออก ทรัพยากรขององค์กรที่มีความแตกต่างและหลากหลายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความสามารถในการทำกำไร (Morgan, Kaleka, & Katsikeas, 2004) ดังนั้น การมุ่งความเป็นผู้ประกอบการจึงถือว่าเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในที่สุด

ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities) อ้างอิงถึงกลยุทธ์ที่มีลักษณะที่เฉพาะเจาะจง ซึ่งองค์กรต่าง ๆ ได้มีการกำหนดทรัพยากรขึ้นมาใหม่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและมีความรุนแรง (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) มุมมองนี้จึงมีความเกี่ยวข้องอย่างมากสำหรับธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย เนื่องจากตลาดต่างประเทศมีสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เต็มไปด้วยการแข่งขันระดับโลกที่มีความรุนแรง เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และตลาดที่มีการพัฒนาซึ่งไม่เอื้อต่อการแลกเปลี่ยนหรือการเรียนรู้ (Prange, & Verdier, 2011) การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดต่างประเทศจึงต้องดำเนินการโดยผ่านการบูรณาการ การเปลี่ยนแปลง การริเริ่ม และการสร้างสรรค์ทรัพยากร ซึ่งความสามารถเหล่านี้เป็นประเด็นสำคัญของความสามารถเชิงพลวัต (Ambrosini, & Bowman, 2009) การรักษาความสามารถเชิงพลวัตจำเป็นต้องอาศัยการจัดการที่สามารถเล็งเห็นถึงประเด็นปัญหา แนวโน้มของสถานการณ์ การกำหนดลักษณะของทรัพยากร ตลอดจนการปรับเปลี่ยนกระบวนการและโครงสร้างขององค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้องค์กรต่าง ๆ

สามารถสร้างโอกาส และแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างต่อเนื่อง (Barreto, 2010) ดังนั้น วิสัยทัศน์ระยะยาว (Long-term Vision) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological Change) และวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร (Organizational Learning Culture) จึงถือว่าเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญซึ่งนำไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอันจะเป็นการสร้างความสามารถเชิงพลวัตให้เกิดขึ้นในองค์กร ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงนำเสนอสมมติฐานต่อไปนี้:

สมมติฐานที่ 1: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 2: วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

สมมติฐานที่ 3: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

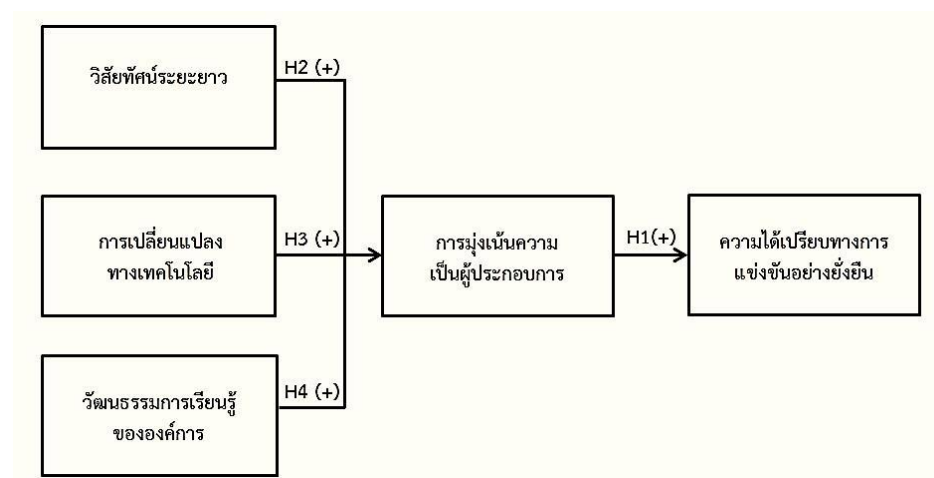
สมมติฐานที่ 4: วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาวิสัยทัศน์ระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรที่มีต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตารางที่ 1 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบและค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ENO)	0.767-0.904	0.864
ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (SCA)	0.842-0.877	0.889
วิสัยทัศน์ระยะยาว (LTV)	0.770-0.905	0.866
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (TEC)	0.817-0.887	0.871
ผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน (OLC)	0.819-0.904	0.890

วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาจากประชากรทั้งหมด ซึ่งทราบจำนวนของประชากรที่แน่นอน คือ จำนวน 758 กิจการ ซึ่งเป็นหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ระดับองค์การ ได้รับข้อมูลจาก <http://www.dipt.go.th> ฐานข้อมูลออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ประชากรที่ใช้ ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดยเป็นประธานกรรมการ (CEO) หรือผู้บริหารระดับสูง (Top Management) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความเหมาะสมซึ่งสามารถให้ข้อมูลของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่เกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน วิสัยทัศน์ระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร ได้เป็นอย่างดี

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาตามกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์และ การรวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้คำนิยามจากนามธรรมมาสร้างเป็นข้อคำถาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตาม Likert Scale ซึ่งแสดงถึงระดับการดำเนินงานในแต่ละข้อคำถาม ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ระยะยาว การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี และวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่มีลักษณะข้อคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตาม Likert Scale ซึ่งแสดงถึงระดับการดำเนินงานในแต่ละข้อคำถาม และ ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้แสดงข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในประเด็น

ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน มีค่าระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับ (Nunnally, & Bernstein, 1994) จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขไปทดลองใช้ (Try-out) กับธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กิจการ แต่มีลักษณะประชากรเหมือนกัน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือ (ตารางที่ 1) คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.767-0.905 คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.40 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่า เครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Hair, Black, Babin, & Anderson (2010) เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) มีค่าเฉลี่ยทั้งหมดอยู่ที่ 0.864 – 0.890 การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.80 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่า เครื่องมือมีคุณภาพเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้อง Hair, Anderson, Tatham, & Black (2006) ดังนั้นจึงแสดงให้เห็นว่า แบบสอบถามที่ใช้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ผ่านเกณฑ์และมีความน่าเชื่อถือสูงสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 758 กิจการ ซึ่งได้รับข้อมูลจาก <http://www.dipt.go.th> ฐานข้อมูลออนไลน์ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ได้รับแบบสอบถามกลับมาทั้งสิ้น จำนวน 713 ฉบับ จำแนกเป็น แบบสอบถามส่งกลับคืนที่ไม่สมบูรณ์เนื่องจากธุรกิจเลิกกิจการและย้ายที่อยู่ จำนวน 45 ฉบับ

แบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 7 ฉบับ สรุปมีแบบสอบถามตอบกลับที่มีความสมบูรณ์ทั้งสิ้น 169 ฉบับ ร้อยละ 23.70 ซึ่งสอดคล้องกับ Aker, Kumar, & Day (2001) ได้เสนอว่า การส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะยอมรับได้ว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยสมการพยากรณ์ที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานในครั้งนี้สามารถแสดงได้ ดังนี้

$$\text{สมการ 1 : } SCA = \alpha_1 + \beta_1 ENO + \varepsilon_1$$

$$\text{สมการ 2 : } ENO = \alpha_2 + \beta_2 LTD + \beta_3 TEC + \beta_4 OLC + \varepsilon_2$$

β หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

ε หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

ENO หมายถึง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

SCA หมายถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

LTV หมายถึง วิสัยทัศน์ระยะยาว

TEC หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

OLC หมายถึง วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร

ผลการวิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีค่าอยู่ระหว่าง 0.511 – 0.770 ซึ่งทุกคู่มีความสัมพันธ์แบบมีทิศทางเดียวกันและมีค่าไม่เกิน 0.8 ดังนั้นจึงไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์สูงเกินไป (Multicollinearity) (Hair, Anderson, Tatham, & Black, 2006)

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่ายเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 ในสมการที่ 1 พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ($\beta_1=0.563$, $P<.01$) ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณเพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4 ในสมการที่ 2 วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\beta_2=0.293$, $P<.01$) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\beta_3=0.176$, $P<.001$) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\beta_4=0.206$, $P<.05$) ดังนั้นจึงสนับสนุนสมมติฐานที่ 2, 3 และ 4

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ตัวแปร	SCA	LTV	TEC	OLC
ค่าเฉลี่ย (Mean)	3.815	4.068	3.998	4.092
ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	.709	.607	.581	.613
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ENO)				
ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (SCA)	.563**			
วิสัยทัศน์ระยะยาว (LTV)	.567**	.557**		
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (TEC)	.528**	.560**	.770**	
วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร (OLC)	.511**	.534**	.672**	.614**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม	
	สมการ 1	สมการ 2
	ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (SCA)	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ENO)
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation : ENO) (สมมติฐานที่ 1)	.563*** (.064)	
วิสัยทัศน์ระยะยาว (Long-term Vision : LTV) (สมมติฐานที่ 2)		.293*** (.106)
การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี (Technological Change : TEC) (สมมติฐานที่ 3)		.176* (.099)
วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร (OLC) (Organizational Learning Culture : OLC) (สมมติฐานที่ 4)		.206** (.068)
Maximum VIF	1.000	2.915
Adjusted R ²	.313	.353

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 สรุปผลลัพธ์ที่ได้จากการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	สนับสนุนสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2: วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	สนับสนุนสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3: การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	สนับสนุนสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 4: วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	สนับสนุนสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 1 แสดงให้เห็นว่า เมื่อธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นจะทำให้ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนก็จะยิ่งแข็งแกร่งขึ้น ดังนั้นธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่ดำเนินงานอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันจะได้รับประโยชน์มากที่สุดจากการพัฒนาระดับของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการ โครงสร้าง และการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย การสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovativeness) การดำเนินการเชิงรุก (Proactiveness) และการรับความเสี่ยง (Risk-taking) (Covin, & Slevin,

1989; Miller, 1983) การสร้างสรรค์นวัตกรรม แสดงให้เห็นถึงการปรับปรุง หรือการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการที่มีอยู่ไปสู่สิ่งใหม่โดยผ่านความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง การวิจัยและการพัฒนา (Lumpkin, & Dess, 1996) การดำเนินการเชิงรุก แสดงให้เห็นถึง การเตรียมการที่ดีเพื่อรองรับเหตุการณ์ต่าง ๆ โดยการใช้ประโยชน์จากโอกาสทางธุรกิจด้วยความระมัดระวัง และการประเมินสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดรอบคอบ (Covin, & Slevin, 1989) การรับความเสี่ยง แสดงให้เห็นถึง การยอมรับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นซึ่งอาจไม่เป็นไปตามความคาดหวัง ภายใต้ความไม่แน่นอนและความคลุมเครือของสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง (Miller,1983) ในปัจจุบันสากลวิวัฒน์ (Internationalization) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรทุกขนาด การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วย

เสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่การเข้าถึงและกระจายสินค้าไปยังตลาดระหว่างประเทศสำหรับธุรกิจส่งออก (Monteiro, Soares, & Rua, 2017) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเกิดจากการเลือกกลยุทธ์ โดยมีเจตนาเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างประสบความสำเร็จ (Lumpkin, & Dess, 1996) ตามแนวคิดของ Miller (1983) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการตั้งอยู่บนพื้นฐานในสามมิติ คือ การสร้างสรรค์นวัตกรรม การดำเนินการเชิงรุก และการรับความเสี่ยง ซึ่งองค์การที่มีมิติทั้งสามในระดับสูงจะสามารถประสบความสำเร็จ และองค์การที่มีเพียงมิติใดมิติหนึ่งมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จล้มเหลว การวิจัยจำนวนมากพบว่า องค์การที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถประสบความสำเร็จได้เนื่องจากมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Adam, Mahrous, & Kortam, 2017; Caseiro, & Coelho, 2018) จากการศึกษาของ Pratono, Darmasetiawan, Yudianto, & Jeong (2019) แสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นเงื่อนไขที่มีความสำคัญต่อองค์การที่ต้องการประสบความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีความรุนแรง การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบทางแข่งขันอย่างยั่งยืน โดยจะต้องคำนึงถึงความสามารถขององค์การด้วยจึงจะสามารถทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Guimarães, Severo, & Vasconcelos, 2018) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับงานวิจัยของ Caseiro, & Coelho (2018) ที่ชี้ให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถช่วยส่งเสริมศักยภาพในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Adam, Mahrous, & Kortam (2017) และการศึกษาของ Pratono, Darmasetiawan, Yudianto, & Jeong (2019) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า เงื่อนไขที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงและมีความรุนแรงนั้น คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อองค์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้แก่องค์การธุรกิจ

2. วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 2 แสดงให้เห็นว่า องค์การที่มีวิสัยทัศน์ระยะยาวในระดับที่สูงกว่ามักจะมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ดีขึ้นมากกว่าองค์การที่มีวิสัยทัศน์ระยะยาวในระดับที่ต่ำกว่า ซึ่งหมายความว่า การพัฒนาวิสัยทัศน์

ระยะยาวในระดับที่สูงขึ้นช่วยส่งเสริมความสำเร็จในการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการ วิสัยทัศน์ระยะยาวจึงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการภายใต้สภาพแวดล้อมของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ที่มีการแข่งขันสูง การให้ความสำคัญต่อวิสัยทัศน์ระยะยาวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถเสริมสร้างศักยภาพต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ วิสัยทัศน์ระยะยาว หมายถึง คำแถลงการณ์เกี่ยวกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดขึ้นโดยฝ่ายบริหารซึ่งยึดตามค่านิยมหลัก และความเชื่อที่ระบุถึงตัวตนขององค์การ และยังเป็นการประกาศอุดมคติเกี่ยวกับทิศทางร่วมกันขององค์การที่สามารถจับต้องได้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในระยะยาว (Ford, & Pasmore, 2006; Haque, TitiAmayah, & Liu, 2016) การมีวิสัยทัศน์ระยะยาวที่ชัดเจนเกี่ยวกับอนาคตขององค์การสามารถกำหนดแผนงานหลักเพื่อให้เกิดการพัฒนาภายใต้ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วิสัยทัศน์ระยะยาว คือ ภาพลักษณ์ที่มุ่งเน้นการดำเนินงานขององค์การในอนาคต กำหนดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้สมาชิกในองค์การมีความตระหนัก ผูกพัน และมุ่งมั่นไปสู่จุดหมายปลายทางในอนาคตที่คาดหวังและพึงประสงค์ขององค์การ นอกจากนี้ยังทำให้องค์การภายนอกหรือคู่ค้าทางธุรกิจได้ทราบถึงบทบาทและมีส่วนร่วมในการผลักดันให้องค์การบรรลุเป้าหมาย (Ruvio, Rosenblatt, & Hertz-Lazarowitz, 2010) นอกจากนี้ Rahimnia, Moghadasian, & Mashreghi (2011) ยังได้อธิบายถึงบทบาทที่สำคัญของวิสัยทัศน์ระยะยาวว่า ต้องมีความเรียบง่ายและเป็นอุดมคติ เป็นภาพแห่งอนาคตที่พึงปรารถนาขององค์การ ควรที่จะแสดงให้เห็นถึงคุณค่า ความหวัง และอุดมคติสำหรับสมาชิกขององค์การและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ ที่ต้องการการสนับสนุน โดยที่วิสัยทัศน์ควรเน้นวัตถุประสงค์ทางอุดมการณ์ในระยะยาวมากกว่าผลประโยชน์ในระยะสั้น Haque, TitiAmayah, & Liu (2016) แสดงให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างวิสัยทัศน์ระยะยาวและกลยุทธ์ ซึ่งกลยุทธ์ คือ เส้นทางที่องค์การเลือกที่จะดำเนินการในอนาคต ในขณะที่วิสัยทัศน์ระยะยาวอธิบายถึงอนาคตขององค์การ โดยเป้าหมายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานเพื่อให้ประสบความสำเร็จนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับปรัชญาและค่านิยมขององค์การ การศึกษาก่อนหน้านี้ระบุว่าวิสัยทัศน์ระยะยาวสามารถนำไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากเมื่อองค์การมีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่มีความชัดเจนและสามารถดำเนินนโยบายในการแบ่งปันวิสัยทัศน์ระยะยาวระหว่างสมาชิกในองค์การ วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chi-hsiang (2015) ที่แสดงให้เห็นว่า วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้วิสัยทัศน์ระยะยาวยังมีความสำคัญต่อเป้าหมายและกลยุทธ์

ในการดำเนินงานเพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับ Lattuch, & Dankert (2018) ที่พบว่า การมีวิสัยทัศน์ในระยะยาวนั้นทำให้องค์การธุรกิจสามารถที่จะบูรณาการทรัพยากรภายในองค์กรได้ดีที่สุด และการมีวิสัยทัศน์ในระยะยาวท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันยังได้รับการยอมรับว่า เป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มขึ้นของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่นำไปสู่การบรรลุผลการดำเนินงานในระดับสูง

3. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 3 ซึ่งจากผลการศึกษาระบุว่าโดยทั่วไปแล้วการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีส่วนช่วยในเชิงบวกต่อความสำเร็จในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งขนาดของผลกระทบจะขึ้นอยู่กับระดับของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเพิ่มการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทยจึงสามารถนำไปสู่ประสิทธิภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มากขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีหมายถึง ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่มีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการที่ส่งผลให้ผลิตภาพเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนด้วยความสามารถทางด้านเทคโนโลยีเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ ตลอดจนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการลดต้นทุนให้สามารถบรรลุเป้าหมายความสำเร็จขององค์กร (Crittenden, Crittenden, & Aijan, 2019; Guerrero, & Urbano, 2019; Kocak, Carsrud, & Oflazoglu, 2017) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสามารถมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ในปัจจุบันจึงได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางถึงบทบาทที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในการเพิ่มศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ โดยพบว่า องค์กรจะมีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นโดยจะขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้า (Crittenden, Crittenden, & Aijan, 2019) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงถูกขับเคลื่อนโดยกิจกรรมของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ซึ่งสามารถส่งเสริมและยกระดับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการให้มีประสิทธิภาพ องค์กรต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการเติบโตขององค์กร อันจะเป็นการช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Kocak, Carsrud, & Oflazoglu, 2017) การศึกษาก่อนหน้านี้ พบว่า องค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ต่างกันจะส่งผลกระทบต่อ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่อาจแตกต่างกันในแง่

ของการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร อย่างไรก็ตามหากไม่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีภายในองค์กร องค์กรนั้นอาจถูกมองว่า ขาดความสามารถเชิงบูรณาการ (Guerrero, & Urbano, 2019) และเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจึงมีศักยภาพในการกระตุ้น การสร้างความรู้ และการถ่ายทอดความรู้ และด้วยเหตุนี้จึงมีบทบาทสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่นำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของ องค์กร การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในหลาย ๆ ด้าน ทั้งในแง่ของการส่งเสริม และอำนวยความสะดวกต่อการเติบโตของธุรกิจ (Lavoie, & Addis, 2018) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้รับการยอมรับว่า เป็นเครื่องมือที่มีศักยภาพสำหรับการเสริมสร้างศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเป็นวิธีการทางอิเล็กทรอนิกส์ของการประมวลผล การจัดเก็บ และการกระจายข้อมูล จึงสามารถสร้างโอกาสให้เกิดขึ้นแก่องค์การเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ สิ่งเหล่านี้จึงมีผลทำให้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีศักยภาพมากขึ้น หากองค์กรสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างชาญฉลาด การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนั้นสามารถช่วยให้องค์การสร้างช่องทางเปิดโอกาส และเชื่อมโยงการพัฒนาไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้น (Deligianni, Voudouris, Spanos, & Lioukas, 2019) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสามารถเพิ่มขีดความสามารถของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการ และการเข้าถึงตลาดใหม่ของ องค์กร การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีจึงได้กลายเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในระบบเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในปัจจุบัน การศึกษาของ Jones, & Parry (2011) พบว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสามารถกระตุ้นให้องค์การที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการหันมาใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ทันสมัย และสามารถแข่งขันในตลาดได้ การศึกษาก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนั้นมีส่วนสำคัญในการพัฒนาองค์การที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจาก การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสามารถช่วยให้องค์การได้รับประโยชน์สูงสุดในแง่ของประสิทธิภาพ การบริหาร การเรียนรู้ ผลิตภาพแรงงาน ความสามารถในการแข่งขัน และการเข้าถึงตลาดใหม่ ตลอดจนการเสริมสร้างความรู้ และการพัฒนาความเชี่ยวชาญ นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น อินเทอร์เน็ต สามารถช่วยให้องค์การที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สามารถสร้างการเชื่อมโยงโดยตรงกับลูกค้า และซัพพลายเออร์ในต่างประเทศ (Bianchi, Glavas, & Mathews, 2017) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจส่งออกซึ่งมี

ความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เนื่องจากไม่ได้พึ่งพาการมีปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพระหว่างบุคคล แต่ต้องการการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างประเทศ จึงต้องตระหนักถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ดังจะเห็นได้จากระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งมีศักยภาพที่สำคัญในการกระตุ้นและพัฒนาปฏิสัมพันธ์และบรรลุปริสิทธิภาพผ่านระบบเครือข่าย ความสัมพันธ์ทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Mohedano-Suanes, & Mar Benavides-Espinosa (2013) ที่แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีขององค์กรธุรกิจถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งในส่วนของการรับข้อมูลและความรู้ การสื่อสารความคิดและการแลกเปลี่ยนข้อมูล

4. วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4 แสดงให้เห็นว่า วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรในระดับที่สูงมีอิทธิพลโดยตรงต่อความสำเร็จในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย โดย Senge (1990) ได้นิยามการเรียนรู้ขององค์กรว่าเป็น “การทดสอบอย่างต่อเนื่องของประสบการณ์และการเปลี่ยนเป็นความรู้ที่มีให้กับทั้งองค์กรและเกี่ยวข้องกับการกิจของพวกเขา” (Senge, 1990) นอกจากนี้ Huber (1991) ชี้ให้เห็นว่า การเรียนรู้ขององค์กรเชื่อมโยงกับมิติที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การได้รับความรู้ (Knowledge Acquisition) การกระจายข้อมูล (Information Distribution) การตีความข้อมูล (Information Interpretation) และความทรงจำขององค์กร (Organizational Memory) Gil, & Mataveli (2017) เสนอแนะว่า การเรียนรู้ขององค์กรต้องการการมีส่วนร่วมระดับสูงของสมาชิกในทุกระดับ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมขององค์กรเป็นพื้นฐานต่อความปรารถนาอันแรงกล้าที่จะปรับปรุงเรียนรู้ และแบ่งปันข้อมูลระหว่างสมาชิกทุกคนในองค์กร นอกจากนี้วัฒนธรรมองค์กรยังเป็นปัจจัยที่สามารถนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ วัฒนธรรมขององค์กรแสดงถึง ค่านิยมที่ระบุถึงกิจกรรมหรือพฤติกรรมขององค์กร ดังนั้นแนวคิดของวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรจึงถูกกำหนดโดยค่านิยมและทัศนคติที่มีต่อการเรียนรู้ (Sanz-Valle, Naranjo-Valencia, Jiménez-Jiménez, & Perez-Caballero, 2011) แนวคิดของวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรจึงเกิดจากแนวคิดการเรียนรู้ขององค์กรและวัฒนธรรมองค์กร ในทางปฏิบัติวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรจึงสามารถเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมองค์กร

และเป็นแกนหลักในการเรียนรู้ขององค์กร (Islam, Khan, Ungku-Ahmas, & Ahmed, 2013) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรเป็นกระบวนการที่มีความซับซ้อนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้ใหม่และมีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร เมื่อมีการพัฒนาวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรที่แข็งแกร่งย่อมส่งผลต่อการสร้าง การรับ และการถ่ายโอนความรู้ เช่นเดียวกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสะท้อนความรู้และความเข้าใจใหม่ ๆ ซึ่งสามารถนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของศักยภาพการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Sorakraikitikul, & Siengthai, 2014) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทำให้องค์กรนั้นสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ได้อย่างหลากหลาย หากองค์กรมีการพัฒนาการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพทั้งในส่วนของการทรัพยากร สมรรถนะ และความสามารถ (Škerlavaj, Song, & Lee, 2010) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากต่อศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นการกำหนดบรรทัดฐานและค่านิยมเกี่ยวกับการทำงานขององค์กร (Hernández-Linares, Kellermanns, & López-Fernández, 2018) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Gil, & Mataveli (2017) และการศึกษาของ Hernández-Linares, Kellermanns, & López-Fernández (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า หากมีการเพิ่มศักยภาพทางด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรให้มากขึ้นก็สามารถที่จะนำไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นเช่นกัน วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรจึงมีความเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อสะท้อนความรู้และความเข้าใจใหม่ ๆ ของสมาชิกในองค์กร อันจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งยังเป็นการกำหนดบรรทัดฐานและค่านิยมที่ทำให้เกิดการพัฒนา การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรนั้นสามารถสร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ได้อย่างหลากหลาย อันจะนำไปสู่ศักยภาพของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่สูงขึ้นต่อไป

สรุป

1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญแก่การสนับสนุนให้เกิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จะทำให้องค์กรสามารถเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจในระดับที่สูงขึ้น อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้

2) วิสัยทัศน์ระยะยาวมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การให้ความสำคัญแก่วิสัยทัศน์ระยะยาวร่วมกันจะช่วยเพิ่มการประสานงานและความร่วมมือภายในองค์กรล้วนต้องอาศัยการแบ่งปันวิสัยทัศน์ร่วมกันระหว่างสมาชิก การมีวิสัยทัศน์ในระยะยาวจึงทำให้เกิดการบูรณาการที่ดีที่สุดของทรัพยากรและยังได้รับการยอมรับว่าเป็นปัจจัยสำคัญในเพิ่มขึ้นของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่จะนำไปสู่การบรรลุผลการดำเนินงานในระดับสูง

3) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีสามารถนำไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่เพิ่มสูงขึ้น ดังเช่น การสร้างช่องทาง การเปิดโอกาส และการเชื่อมโยงการพัฒนาการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีไปสู่การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะเป็นการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

4) วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ภายใต้ความท้าทายของสภาพแวดล้อมของการส่งออกที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญแก่วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเพิ่มการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีความสลับซับซ้อนในการพัฒนาความรู้ใหม่ และมีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กร

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรขยายการศึกษานี้โดยศึกษาที่คล้ายกันในกลุ่มตัวอย่างที่ดำเนินงานธุรกิจให้บริการในบริษัทอื่น ๆ ในประเทศไทยซึ่งอาจมีกระบวนการที่แตกต่างกัน เพื่อตรวจสอบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจมีผลกระทบกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เช่น แรงกดดันทางการแข่งขัน ความคิดสร้างสรรค์ทางการจัดการธุรกิจ การสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง โอกาสทางการแข่งขัน เป็นต้น เพื่อให้องค์กรสามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

3. ควรศึกษาปัญหา และอุปสรรคของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนของส่งออกเฟอร์นิเจอร์ในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาซึ่งจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดี

4. ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลรูปแบบอื่น ๆ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้

สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ตรงกับความต้องการขององค์กร และสามารถนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

References

- Aaker, D. A., Kumar, V. & Day, G. S. (2001). *Marketing Research*. New York: John Wiley and Sons.
- Adam, S., Mahrous, A. A., & Kortam, W. (2017). The relationship between entrepreneurial orientation, marketing innovation and competitive marketing advantage of female entrepreneurs in Egypt. *International Journal of Technology Management & Sustainable Development*, 16(2), 157-174.
- Ambrosini, V., & Bowman, C. (2009). What are dynamic capabilities and are they a useful construct in strategic management?. *International Journal of Management Reviews*, 11(1), 29-49.
- Artopoulos, A., Friel, D., & Hallak, J. C. (2013). Export emergence of differentiated goods from developing countries: Export pioneers and business practices in Argentina. *Journal of Development Economics*, 105, 19-35.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Barreto, I. (2010). Dynamic capabilities: A review of past research and an agenda for the future. *Journal of Management*, 36(1), 256-280.
- Bianchi, C., Glavas, C., & Mathews, S. (2017). SME international performance in Latin America: The role of entrepreneurial and technological capabilities. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 176-195.
- Caseiro, N., & Coelho, A. (2018). Business intelligence and competitiveness: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 28(2), 213-226.
- Chi-hsiang, C. (2015). Effects of shared vision and integrations on entrepreneurial performance: empirical analyses of 246 new Chinese ventures. *Chinese Management Studies*, 9(2), 150-175.
- Colak, M., Cetin, T., & Engin, B. (2015). Reasons for inability of organizations furniture industry

- to get into international markets. *Procedia Economics & Finance*, 26, 818-826.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), 75-87.
- Crittenden, V. L., Crittenden, W. F., & Ajjan, H. (2019). Empowering women micro-entrepreneurs in emerging economies: The role of information communications technology. *Journal of Business Research*, 98, 191-203.
- Deligianni, I., Voudouris, I., Spanos, Y., & Lioukas, S. (2019). Non-linear effects of technological competence on product innovation in new technology-based firms: Resource orchestration and the role of the entrepreneur's political competence and prior start-up experience. *Technovation Elsevier*, 88, 102079.
- Drucker, P. F. (1985). Entrepreneurial strategies. *California Management Review*, 27(2), 9-25.
- Ford, J. D., & Pasmore, W. A. (2006). Vision: friend or foe during change?. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 42(2), 172-176.
- Gil, A. J., & Mataveli, M. (2017). The relevance of information transfer in learning culture: A multigroup study by firm size in the wine industry. *Management Decision*, 55(8), 1698-1716.
- Guerrero, M., & Urbano, D. (2019). Effectiveness of technology transfer policies and legislation in fostering entrepreneurial innovations across continents: an overview. *The Journal of Technology Transfer*, 44(153), 1-20.
- Guimarães, J. C. F., Severo, E. A., & Vasconcelos, C. R. M. (2018). The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage. *Journal of Cleaner Production*, 174, 1653-1663.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Education Incorporation.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data Analysis* (7th ed.). New Jersey: Pearson Education.
- Haque, M. D., TitiAmayah, A., & Liu, L. (2016). The role of vision in organizational readiness for change and growth. *Leadership & Organization Development Journal*, 37(7), 983-999.
- Hernández-Linares, R., Kellermanns, F. W., & López-Fernández, M. C. (2018). A note on the relationships between learning, market, and entrepreneurial orientations in family and nonfamily firms. *Journal of Family Business Strategy*, 9(3), 192-204.
- Huber, G. P. (1991). Organizational learning: The contributing processes and the literatures. *Organization Science*, 2(1), 88-115.
- Islam, T., Khan, S-ur-R., Ungku-Ahmas, U-N., & Ahmed, I. (2013). Organizational learning culture and leader-member exchange quality: The way to enhance organizational commitment and reduce turnover intentions. *The Learning Organization*, 20(4/5), 322-337.
- Jiang, X., Liu, H., Fey, C., & Jiang, F. (2018). Entrepreneurial orientation, network resource acquisition, and firm performance: A network approach. *Journal of Business Research*, 87, 46-57.
- Jones, R., & Parry, S. (2011). Business support for new technology-based firms: a study of entrepreneurs in North Wales. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 17(6), 645-662.
- Kocak, A., Carsrud, A., & Oflazoglu, S. (2017). Market, entrepreneurial, and technology orientations: impact on innovation and firm performance. *Management Decision*, 55(2), 248-270.
- Kreiser, P. M., Marino, L. D., & Weaver, K. M. (2002). Assessing the psychometric properties of the entrepreneurial orientation scale: A multi-country analysis. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 26(4), 71-93.
- Lattuch, F., & Dankert, P. (2018). The glue that holds an organization together: building organizational vision with top management teams. *Development and Learning in Organizations: An International Journal*, 32(6), 1-4.
- Lavoie, M., & Addis, J. L. (2018). Harnessing the potential of additive manufacturing technologies: Challenges and opportunities

- for entrepreneurial strategies. *International Journal of Innovation Studies*, 2(4), 123-136.
- Lu, Y., Zhou, L., Bruton, G., & Li, W. (2010). Capabilities as a mediator linking resources and the international performance of entrepreneurial firms in an emerging economy. *Journal of International Business Studies*, 41(3), 419-436.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Martín-Rojas, R., García-Morales, V. J., & Bolívar-Ramos, M. T. (2013). Influence of technological support, skills and competencies, and learning on corporate entrepreneurship in European technology firms. *Technovation*, 33(12), 417-430.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- Mohedano-Suanes, A., & Mar Benavides-Espinosa, M. (2013). Technology transfer, specific local knowledge and entrepreneurial partner control in international joint ventures. *International Entrepreneurship & Management Journal*, 9(1), 95-112.
- Monteiro, A. P., Soares, A. M., & Rua, O. L. (2017). Linking intangible resources and export performance: The role of entrepreneurial orientation and dynamic capabilities. *Baltic Journal of Management*, 12(3), 329-347.
- Morgan, N. A., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (2004). Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment. *Journal of Marketing*, 68(1), 90-108.
- Mullens, D. (2018). Entrepreneurial orientation and sustainability initiatives in family firms. *Journal of Global Responsibility*, 9(2), 160-178.
- Nunnally, J., & Bernstein, I. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Prange, C., & Verdier, S. (2011). Dynamic capabilities, internationalization processes and performance. *Journal of World Business*, 46(1), 126-133.
- Pratono, A. H., Darmasetiawan, N. K., Yudiarto, A., & Jeong, B. G. (2019). Achieving sustainable competitive advantage through green entrepreneurial orientation and market orientation: The role of inter-organizational learning. *The Bottom Line*, 32(1), 2-15.
- Rahimnia, F., Moghadasian, M., & Mashreghi, E. (2011). Application of grey theory approach to evaluation of organizational vision. *Grey Systems: Theory & Application*, 1(1), 33-46.
- Ruiz-Ortega, M. J., Parra-Requena, G., García-Villaverde, P. M., & Rodrigo-larcon, J. (2017). How does the closure of interorganizational relationships affect entrepreneurial orientation?. *BRQ Business Research Quarterly*, 20(3), 178-191.
- Ruvio, A., Rosenblatt, Z., & Hertz-Lazarowitz, R. (2010). Entrepreneurial leadership vision in nonprofit vs. for-profit organizations. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 144-158.
- Sanz-Valle, R., Naranjo-Valencia, J. C., Jiménez-Jiménez, D., & Perez-Caballero, L. (2011). Linking organizational learning with technical innovation and organizational culture. *Journal of Knowledge Management*, 15(6), 997-1015.
- Senge, P. M. (1990). *The Fifth Discipline: The Art and Practice of Learning Organization*. New York: Currency Doubleday.
- Shalender, K. (2018). Entrepreneurial orientation for sustainable mobility through electric vehicles: Insights from international case studies. *Journal of Enterprising Communities: People & Places in the Global Economy*, 12(1), 67-82.
- Škerlavaj, M., Song, J. H., & Lee, Y. (2010). Organizational learning culture, innovative culture and innovations in South Korean firms. *Expert Systems with Applications*, 37(9), 6390-6403.
- Sorakraikitikul, M., & Siengthai, S. (2014). Organizational learning culture and workplace spirituality: Is knowledge-sharing behaviour a missing link?. *The Learning Organization*, 21(3), 175-192.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Vora, D., Vora, J., & Polley, D. (2012). Applying entrepreneurial orientation to a medium sized firm. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(3), 352-379.
- Wernerfelt, B. (1984). A resource-based view of the firm. *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.