

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุน  
จากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติ  
ในประเทศไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุน  
จากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติ  
ในประเทศไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 25 กันยายน พ.ศ. 2566

นางสาวมาริษา อิงสกุล  
ผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา,  
Ph.D.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี,  
Ph.D.  
ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,  
Ph.D.  
คณบดีวิทยาลัยการจัดการ  
มหาวิทยาลัยมหิดล

ชาคริต พิชญางกูร,  
Ph.D.  
กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงสมบูรณ์ได้ด้วยการได้รับความช่วยเหลือและการให้คำแนะนำ ปรีกษาอย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยรองศาสตราจารย์ ดร.กิตติชัย ราชมหา ที่ได้สละเวลา ทู่มเท ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะ ตลอดจนให้แนวคิดเพิ่มเติมในเชิงที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัย ทำให้สามารถนำไปต่อยอดความรู้ อีกทั้งยังช่วยตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยใคร่ขอแสดงความขอบคุณ แต่อาจารย์ผู้สอนในระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ทุกท่าน ผู้ซึ่งได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และสร้างประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ทั้งในปัจจุบันและอนาคตให้แก่ผู้วิจัย และนอกจากนี้ยังขอขอบคุณเพื่อนรุ่น 24C สาขาการจัดการธุรกิจทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพื่อนในกลุ่มคนสวย ที่ได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจให้กันและกันอย่างดีมาโดยตลอดจนจบการศึกษา

ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า สารนิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในด้านวิชาการ และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในองค์กร ส่งเสริมการสร้างให้ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ให้มีความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กรของตนเอง

มาริษา อึ้งสกุล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร  
ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย

A STUDY OF THE RELATIONSHIP BETWEEN INTRAPRENEURIAL COMPETENCIES,  
PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT OF MEDICAL REPRESENTATIVE AND  
FIRM'S GROWTH IN MULTINATIONAL PHARMACEUTICAL COMPANIES IN  
THAILAND

มาริษา อิงสกุล 6450369

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติชัย ราชมหา, Ph.D., รองศาสตราจารย์  
ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, Ph.D., ชาคริต พิชญางกูร, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน  
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัท  
ข้ามชาติในประเทศไทยปัจจุบัน โดยกลุ่มประชากรคือ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่ทำงานอยู่ในบริษัทข้าม  
ชาติที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์หรือ PReMA และเป็นบริษัทที่มีมูลค่าสูงสุด 10  
อันดับแรก จำนวน 430 คน โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS ผลการวิจัยพบว่า มี  
สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน 4 ปัจจัย ที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติใน  
ประเทศไทย คือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) ปัจจัย  
ด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส  
(Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านผู้มีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ดังนั้น หากองค์กร  
บริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ต้องการการเติบโตทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว มั่นคงและยั่งยืน จึงควร  
สนับสนุนและสร้างให้พนักงานในองค์กรมีสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน ใน 4 ปัจจัยดังที่กล่าวไว้  
ข้างต้น

คำสำคัญ : ผู้ประกอบการภายใน/ การรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์กร/ การเติบโตขององค์กร

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ณ
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย	4
1.5 เป้าหมายความสอดคล้องของการศึกษาวิจัยที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน	5
1.6 นิยามศัพท์	6
1.7 บทสรุป	6
<b>บทที่ 2</b> <b>แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>7</b>
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดในการวิจัย	7
2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับฐานทรัพยากร	7
2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	8
2.1.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร	10
2.1.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเจริญเติบโตขององค์กร	11
2.2 การทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
2.3 กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย	21
2.4 สมมติฐานและกรอบแนวคิดการศึกษากิจการวิจัย	21
2.5 บทสรุป	23
<b>บทที่ 3</b> <b>ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย</b>	<b>24</b>
3.1 รูปแบบงานวิจัย	25

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	26
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	27
3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	28
3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	32
3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	33
3.7 การป้องกันความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย	36
3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนการดำเนิน โครงการวิจัย	36
3.9 บทสรุป	37
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>39</b>
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	39
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์	41
4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)	49
4.4 การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)	56
4.5 บทสรุป	67
<b>บทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>69</b>
5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย	69
5.1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	69
5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน	70
5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ	72
5.2.1 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย	72
5.2.2 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ	76
5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย	78
5.4 บทสรุป	80
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>81</b>

## สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
<b>ภาคผนวก</b>		
ภาคผนวก ก	แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย	87
ภาคผนวก ข	แบบประเมินดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Content Validity Index : CVI)	91
ภาคผนวก ค	แบบประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Item Objective Congruence : IOC)	95
ภาคผนวก ง	เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย	99
ภาคผนวก จ	เอกสารรับรองเกณฑ์การวิจัยอย่างมีจรรยาบรรณ (Social and Behavioral Responsible Conduct of Research : RCR)	101
ภาคผนวก ฉ	ผลการตรวจวิเคราะห์ฐานข้อมูลออนไลน์ Turnitin	102
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>		<b>103</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
3.1	แสดงตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	27
3.2	ตารางแสดงคำถามในส่วนที่ 2	29
3.3	แผนการดำเนินงานวิจัย	37
4.1	ข้อมูลค่าความถี่(Frequency)และค่าร้อยละ(Percentage)จำแนกตามเพศของ กลุ่มตัวอย่าง	40
4.2	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามอายุของ กลุ่มตัวอย่าง	40
4.3	ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามระดับ การศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง	41
4.4	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter: OP)	42
4.5	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity: P)	43
4.6	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility: F)	44
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver: BD)	45
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption: R)	46
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุน จากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)	47
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth: OG)	48
4.11	ค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin และค่าสถิติของ Bartlett	49



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.12	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ก่อนหมุนแกน	51
4.13	ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ด้วยวิธีหมุนแกนแบบ Varimax	52
4.14	ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ครั้งที่ 1	56
4.15	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ครั้งที่ 1	57
4.16	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ครั้งที่ 1	58
4.17	ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ครั้งที่ 2	61
4.18	ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ครั้งที่ 2	61
4.19	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ครั้งที่ 2	62
4.20	แสดงค่าการทดสอบ Kolmogorov-Smirnov	64
4.21	แสดงค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error)	66
4.22	แสดงผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor	66
5.1	แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	71
5.2	แสดงการอภิปรายผลการศึกษาวิจัย	72

## สารบัญรูปร่าง

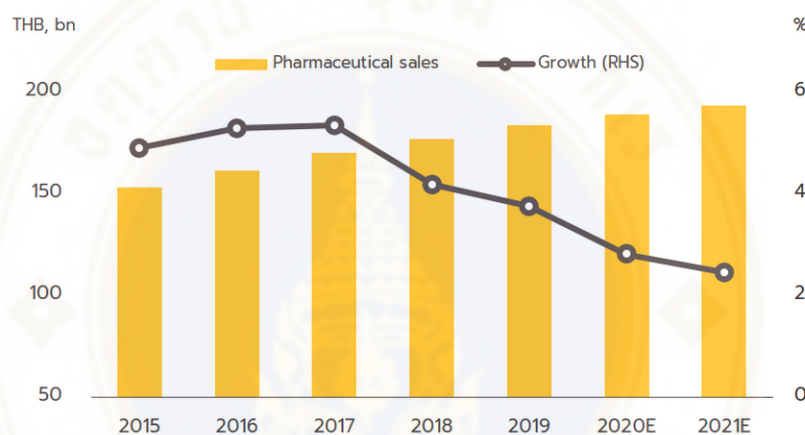
ภาพ	หน้า
1.1 แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศไทยและอัตราการเติบโตของตลาดปี 2564	1
1.2 แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศไทยและอัตราการเติบโตของตลาดปี 2566-2568	2
2.1 แสดงกรอบแนวคิดเรื่องสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในและการเติบโตขององค์กร โดยมีตัวแปรส่งผ่านคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	13
2.2 แสดงกรอบแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงาน การเติบโต และการพัฒนาองค์กร และการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร	14
2.3 แสดงกรอบแนวคิดเรื่อง การสนับสนุนขององค์กรและพฤติกรรมของผู้ประกอบการภายในองค์กร : บทบาทของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการภายในของพนักงานและการรับรู้ความสามารถของตนเอง	15
2.4 กรอบแนวคิดเรื่อง Determining employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth among managers of Pakistan	17
2.5 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย Impact of Intrapreneurship on Organizational Growth and Development	17
2.6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย The impact of Human resource management practice on Organizational performance	18
2.7 แสดงกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย	21
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย	25
4.1 แสดงกรอบแนวคิดจากการปรับปรุงเพื่อการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework)	54
4.2 การทดสอบค่าความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่	65

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

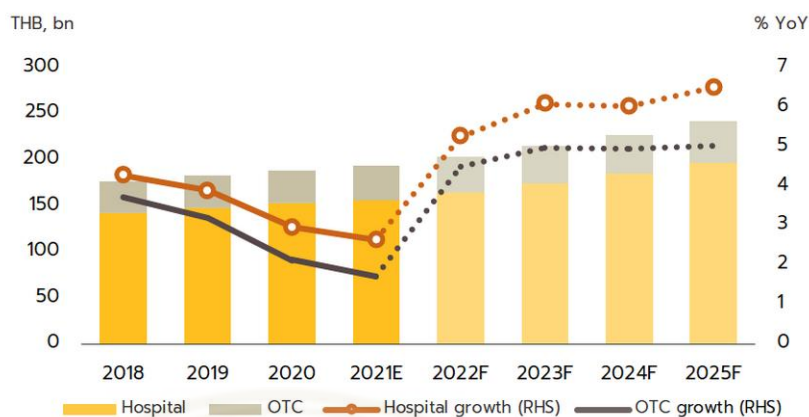
ตลาดอุตสาหกรรมยาในประเทศไทยในปี 2564 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น 2.5 % คิดเป็นมูลค่าอยู่ที่ 19.3 หมื่นล้านบาท (ภาพที่ 1.1) (Tunpaiboon,2022)



ภาพที่ 1.1 : แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศไทยและอัตราการเติบโตของตลาด  
ที่มา: Tunpaiboon (2022)

ในปี 2565 ตลาดอุตสาหกรรมยา จะยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเติบโตที่ 4-5 % จาก ปี 2564 และในปี 2566 – 2568 คาดว่า มูลค่าการจำหน่ายยาจะเพิ่ม 5 -6 % ปี (ภาพที่ 1.2) (Tunpaiboon 2022) โดยสาเหตุมาจาก แนวโน้มการเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นจากโรคติดต่อและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง การเพิ่มการเข้าถึงสิทธิ์การรักษาในระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า ผู้ป่วยชาวต่างชาติที่ได้กลับมาใช้บริการการรักษาพยาบาลในประเทศไทยเพิ่มขึ้น การเพิ่มขึ้นของการดูแลสุขภาพในเชิงป้องกัน มีความก้าวหน้าในเทคโนโลยีการผลิตยาและการเข้าถึงยาได้มากขึ้น รวมไปถึงนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยา

Figure 10: Domestic Pharmaceutical Sales by Seller



ภาพที่ 1.2: แสดงมูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศไทยและอัตราการเติบโตของตลาด

ปี 2566-2568

ที่มา: Tunpaiboon (2022)

ผู้แทนยา คือผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนจากบริษัทยา ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ เพื่อให้แพทย์หรือบุคลากรทางการแพทย์เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ในการรักษาผู้ป่วย โดยเน้นไปที่การให้ความสำคัญในเรื่องความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ และการให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนในการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ (อรรถพร สุทธนนท์ และวรรณี ชัยเฉลิมพงษ์, 2556)

ปัจจุบัน ได้มีหลายงานวิจัย ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneur) ในแง่มุมต่างๆ จากการศึกษาวิจัยในองค์กรภาคเอกชน พบว่าการที่มีคุณลักษณะผู้ประกอบการภายใน จะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับผลประโยชน์และผลตอบแทนจากการขายสินทรัพย์ (Bierwerch, Schwens, Isidor, & Kabst, 2015) และจากงานวิจัยในประเทศไนจีเรีย ที่ศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการเป็นผู้ประกอบการ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และการเติบโตขององค์กร พบว่า มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกัน (Okwor, H., Ogbu, A., Ndu, V., & Onwe, C.C., 2022)

ดังนั้น ผู้วิจัยมองเห็นว่า เนื่องจากยังไม่เคยมีการทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ การรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์กร ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยมาก่อน จึงต้องการศึกษาว่า ความสัมพันธ์ของสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์กร และการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จากการส่งผ่านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceive Organizational Support)

## 1.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

### 1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะผู้ประกอบการภายในของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยเป็นเวลา 7 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์-เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566

### 1.3.2 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณในครั้งนี้ คือ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่อยู่ในบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้บริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยที่อยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufactures Association : PReMA) และต้องเป็นบริษัทที่มีมูลค่าบริษัทสูง เลือกรมาจำนวน 10 บริษัท เป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มจำนวนตัวอย่างประชากร ดังนี้

ชื่อบริษัท	มูลค่าบริษัท (\$ U.S.Millions)
บริษัท ไฟเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด	81,288
บริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด	51,626
บริษัท เมอร์ค ชาร์ปแอนโดม (ประเทศไทย) จำกัด	48,704

บริษัท บริสคอล-ไมเออร์ส สควิบ์ ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด	46,385
บริษัท แอสตราเซนเนกา (ประเทศไทย) จำกัด	37,417
บริษัท แกล็กโซสมิทไคลน์ (ประเทศไทย) จำกัด	33,059
บริษัท ทาเคดา (ประเทศไทย) จำกัด	29,266
บริษัท แอมเจน (ประเทศไทย) จำกัด	25,979
บริษัท โนวา-นอร์ดิส ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด	21,440
บริษัท เบอริงเกอร์ อินเทลไฮม์ (ประเทศไทย) จำกัด	17,319

ที่มา: สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufactures Association : PReMA) ประเทศไทย, 2023 และ Top 20 Pharma and Biopharma report , 2022

### 1.3.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

1.3.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน ของ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ในด้านต่อไปนี้

- ผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter)
- การทำงานเชิงรุก (Proactivity)
- ความยืดหยุ่น (Flexibility)
- การขับเคลื่อนธุรกิจ (Business Driver)
- การเข้าเสี่ยงภัย (Risk Assumption)

1.3.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent) คือ การเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

1.3.3.3 ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variables) คือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) ประกอบด้วย

- ด้านความยุติธรรม
- ด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน
- ด้านรางวัลและสภาพการทำงาน

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษาวิจัย

### 1.4.1 ด้านวิชาการ



1.4.1.1 เพื่อทราบปัจจัยสมรรถนะด้านใดของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัท ยาข้ามชาติในประเทศไทย

1.4.1.2 เพื่อได้ทราบถึงการรับรู้การสนับสนุนขององค์กร (Perceive Organization Support) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่มีต่อองค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย ของตนเอง

1.4.1.3 เพื่อได้ทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organization Support) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ และการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

#### 1.4.2 ด้านการประยุกต์และนำไปใช้สำหรับอุตสาหกรรมยาและเวชภัณฑ์

เกิดองค์ความรู้สำหรับผู้บริหารองค์กรเพื่อนำไปปรับใช้ในการวางแผนพัฒนาเพื่อส่งเสริมให้ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) พัฒนาด้านการส่งเสริมการรับรู้การสนับสนุนขององค์กรสำหรับผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ โดยผู้บริหารจะได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลสำคัญ กับการเติบโตขององค์กร และเลือกพัฒนาและส่งเสริมให้กับคนในองค์กร เพื่อทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางด้านธุรกิจได้ในที่สุด

### 1.5 เป้าหมายความสอดคล้องของการศึกษาวิจัยที่มีต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การศึกษานี้ มีการสนับสนุนเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goal หรือ SDG) ในด้านต่างๆ ดังนี้

#### 1.5.1 เป้าหมายข้อที่ 8งานที่ดีและมีเศรษฐกิจเติบโต (Decent work and Economic Growth)

เป้าหมายข้อที่ 8.3 ส่งเสริมนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่สนับสนุนกิจกรรมที่มีผลิตภาพ การสร้างงานที่มีสมควร ความเป็นผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ส่งเสริมการสร้างและการเติบโต ของวิสาหกิจรายย่อย ขนาดเล็ก และขนาดกลาง รวมถึงผ่านทาง การเข้าถึง บริการทางการเงิน

## 1.6 นิยามศัพท์

ผู้แทนบริษัทฯ หมายถึง ตัวแทนจากบริษัทฯ ที่มีหน้าที่เข้าพบผู้ประกอบวิชาชีพ เพื่อนำเสนอข้อมูลฯ

บริษัทฯ หมายถึง บริษัทฯหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การนำเข้าและการจำหน่ายฯ ทั้งในและต่างประเทศ

Intrapreneur หมายถึง การที่พนักงานได้รับโอกาสจากองค์กร ให้แสดงความสามารถของตนเองภายใต้การควบคุมของผู้จัดการ มีโอกาสสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้รับการส่งเสริมแนวคิด และมีส่วนร่วมในการสร้างและดำเนินการตามกระบวนการขององค์กร ที่มีคุณค่า (Hiwakar, & Vidiyapeeth, 2019)

## 1.7 บทสรุป

การศึกษาวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์สมรรถนะของผู้ประกอบภายใน (Intrapreneurial competencies) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ยังไม่เคยมีมาก่อนในอุตสาหกรรมฯ ในประเทศไทยผู้วิจัยคาดว่าผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้บริหารองค์กร จะนำมาใช้พัฒนาและส่งเสริมผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ให้มีการปรับตัวสอดคล้องกับในยุคปัจจุบัน ที่มีแนวโน้มในการสนับสนุนให้พนักงานในองค์กรมีความเป็นผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneur) มากขึ้น ต้องการให้พนักงานมีความพร้อมและเต็มใจที่จะปฏิบัติงาน เหมือนกับว่าตัวเอง เป็นเจ้าของกิจการ อย่างเต็มที่ พร้อมเสนอตัวรับผิดชอบ เสนอความคิดสร้างสรรค์ ยอมรับความเสี่ยง และสร้างนวัตกรรม เพื่อนำไปสู่ผลสำเร็จและการเติบโตของบริษัทในที่สุด



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และแนวคิดในการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการรวมทฤษฎีฐานทรัพยากร(Resource Based View :RBV) และ ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory : SET) มาเป็นแนวทางในการออกแบบกรอบแนวคิด โดยมีหัวข้อดังต่อไปนี้

##### 2.1.1 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับฐานทรัพยากร

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View : RBV) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการจัดการทรัพยากรในองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนในการแข่งขันทางธุรกิจ(Sustainable Competitive Advantage) โดยที่ในปัจจุบัน หลายองค์กรเองก็มีการให้ความสนใจ เกี่ยวกับกับเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันแบบยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage)(Lopez, S.V. ,2005) จุดเริ่มต้นของทฤษฎีฐานทรัพยากรนี้ Penrose (1959) เชื่อว่า การเติบโตขององค์กรจะมี 2 แบบ คือ การเติบโตจากภายใน และภายนอก โดยที่องค์กรจะมีหน้าที่สะสมทรัพยากรการผลิต เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน Barney (1991) ได้นิยามทรัพยากรของธุรกิจ หมายรวมถึง สินทรัพย์ (Assets) ความสามารถ (Capabilities) กระบวนการขององค์กร (Organizational process) คุณลักษณะของธุรกิจ (Firm attributes) ข้อมูลสารสนเทศ (Information) และความรู้ (Knowledge) ซึ่งองค์กรจะสามารถควบคุมและใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านี้ได้

Barney (1991) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับ ลักษณะสำคัญของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ ที่ก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่องค์กรจำเป็นต้องมี 4 อย่าง คือ

1. ทรัพยากรนั้นต้องมีคุณค่าในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันอย่างแท้จริง (Valuable Resources) หมายถึงทรัพยากรที่ส่งต่อการกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เช่น ความมีชื่อเสียงขององค์กร ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความสามารถทางด้านเทคโนโลยี หรือ ทรัพยากรที่มีคุณค่า คือทรัพยากรที่สามารถสร้างโอกาสและลดอุปสรรคขององค์กร (Dess, Lumpkin & Eisner., 2007)

2. ทรัพยากรนั้นต้องหายาก (Rare Resources) องค์กรที่มีทรัพยากรที่หายาก จะมี

ความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรม แต่ถ้าคู่แข่งส่วนใหญ่มีทรัพยากรเหมือนกัน ใช้ประโยชน์ได้เหมือนกัน ทรัพยากรนั้นก็จะมีคุณค่าลดลง

3. ทรัพยากรนั้นจะต้องไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Imperfectly Imitable Resources) หรือต้องใช้ต้นทุนสูงมากในการลอกเลียนแบบ หรือทรัพยากรนั้นต้องมีความเป็นเอกลักษณ์สูง คู่แข่งทำเหมือนได้ยาก (Dess, Lumpkin & Eisner. 2007)

4. ทรัพยากรนั้นไม่สามารถหามาทดแทนกันได้ (Non Substitutable Resource) ความสามารถที่ทดแทนไม่ได้ จะต้องไม่มีความสามารถเทียบเคียงทางกลยุทธ์ ทดแทนได้

โดยสรุปทฤษฎีฐานทรัพยากรนั้น องค์การที่ต้องการการเติบโต และต้องการความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ควรต้องมีลักษณะของทรัพยากรที่สำคัญภายในองค์การ คือ การมีคุณค่า หาได้ยาก ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ และไม่สามารถทดแทนกันได้

### 2.1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ

จากการศึกษาทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การของ Eisenberger พบว่ามีแนวคิดพื้นฐานมาจาก ทฤษฎีการแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) โดยมีคำอธิบายจากนักทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมว่า การจ้างงานนั้น ถือเป็นการแลกเปลี่ยน ระหว่าง ความซื่อสัตย์และความพยายามของพนักงาน กับผลประโยชน์ที่สามารถจับต้องได้ และรางวัลทางสังคมที่องค์การสามารถให้แก่พนักงานได้ (Aselage and Eisenberger 2003) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงขอก้าวถึง ทฤษฎีพื้นฐาน 2 เรื่องดังต่อไปนี้

#### 2.1.2.1 ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory)

ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (Social Exchange Theory) Homans (1958) เป็นคนแรกที่เสนอแนวคิดนี้ โดยกล่าวว่า การแลกเปลี่ยนทางสังคมนอกจากจะหมายถึงการแลกเปลี่ยนทางกายภาพ เช่น การแลกเปลี่ยนสินค้า เครื่องใช้ ต่างๆ แล้วยังรวมถึงการแลกเปลี่ยนทางอารมณ์ ความรู้สึก ความรู้ วัฒนธรรม ค่านิยมต่างๆ ที่มีในสังคม นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนทางสังคม จะมีผลโดยตรงกับโครงสร้างอำนาจของความสัมพันธ์ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับรับรู้ของบุคคลในการแลกเปลี่ยน โดยแต่ละบุคคลก็จะมีระดับของความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดการพึงพาระหว่างกัน ความเป็นอิสระต่อกัน และกำหนดระดับของความสัมพันธ์ที่มีต่อกัน Blau (1964) ได้พัฒนาแนวคิดต่อ โดยที่เพิ่มการสนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อที่จะตรวจสอบโครงสร้างการแลกเปลี่ยนทางสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกล่าวว่า การแลกเปลี่ยนทางสังคมคือการกระทำโดยสมัครใจของบุคคล ที่ถูกจูงใจให้กระทำด้วยผลประโยชน์ที่จะได้รับกลับมาจากบุคคลอื่น

การแลกเปลี่ยนทางสังคมมีพื้นฐานมาจากความเชื่อใจกัน เมื่อมองในมุมขององค์กร จะหมายถึง การเชื่อใจกัน ขององค์กร หัวหน้างานและพนักงาน (จรีษา หอมกรุ่น, 2549) การแลกเปลี่ยนต่อกันจะมีหลายรูปแบบ เช่น องค์กรมีการจัดสวัสดิการ ทรัพยากร ความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่พนักงาน ส่วนพนักงานก็จะปฏิบัติงาน เพื่อให้องค์กรบรรลุถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ ทรัพยากรที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนอาจขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้ตอบแทน อาจเป็นการตอบแทนในรูปแบบการให้ข้อมูลหรือเงิน (Foa&Foa,1974) หรือเป็นรูปแบบของความรู้สึก เช่น การเอาใจใส่ ความเคารพ ก็ได้ (Rhoades & Eisenberger, 2002)

2.1.2.2 ทฤษฎีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

Eisenberger et al. (1986) ให้ความหมายว่า คือการที่พนักงานรับรู้ได้ว่า องค์กร มีความใส่ใจ การสนับสนุน การดูแลความเป็นอยู่ของพนักงาน ไม่ว่าจะ เป็นสวัสดิการ ค่าตอบแทน การเติบโต ในสายงาน รวมทั้งนโยบายของบริษัท ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ ความสำเร็จ หรือตอบแทนให้แก่พนักงานที่ทุ่มเท ตั้งใจทำงานแก่องค์กรมากน้อยอย่างไร ต่อมา Eisenberger et al. (1990) ได้นิยามเพิ่มว่า คือ การรับรู้ของพนักงานว่า องค์กร ได้มองเห็นคุณค่า ในการทำงาน ของพนักงาน มากน้อยเพียงใด องค์กร ได้มีการแสดงความห่วงใยและสนับสนุนให้ พนักงานมีความเป็นอยู่ที่ดี และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจะทำให้พนักงานมีความผูกพันกับ องค์กรและงานที่ทำ

Rhoades, Eisenberger, and Armeli (2001) ได้ให้ความหมาย ของการรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร ว่า พนักงานมีการรับรู้ ว่าองค์กรมีความพร้อมในการให้คุณค่าแก่ พนักงานที่ตั้งใจทำงาน และห่วงใยในสวัสดิภาพของพนักงานอยู่ในระดับใด โดยเป็นผลมาจาก ความเชื่อและความรู้สึกที่พนักงานมีต่อองค์กร มาจากประสบการณ์ที่พนักงานได้รับจากองค์กร ในด้านต่างๆ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเป็นสิ่งที่รับรองว่า องค์กรมีความพร้อมในการให้ การสนับสนุนพนักงานเพื่อให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรพร้อมช่วยแก้ปัญหาให้ พนักงาน รวมถึงช่วยเหลือสถานการณ์ในการทำงานที่พนักงานไม่พึงประสงค์ด้วย

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร มี 2 ปัจจัย จากงานวิจัย ของ Rhoades & Eisenberger (2002) คือ

2.1.2.2.1 ปัจจัยด้านองค์กร เป็นปัจจัยที่มีองค์ประกอบจาก ตัวองค์กรที่จะมีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประกอบด้วย

- ความยุติธรรมในองค์กร
- การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน

### - การให้รางวัลและสภาพแวดล้อมการทำงาน

2.1.2.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคล เป็นคุณลักษณะของบุคคลที่สามารถส่งผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เช่น บุคลิกภาพ อายุ เพศ การศึกษา และอายุงาน เป็นต้น โดยสรุป การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร คือการรับรู้ของพนักงาน ที่มีต่อองค์กรว่าองค์กรมีการยอมรับ ให้การสนับสนุน ตอบแทน ช่วยแก้ไขปัญหา และให้โอกาสในการเติบโตกับพนักงาน โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรมีทั้งปัจจัยด้านตัวองค์กร ในเรื่องความยุติธรรม การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และสภาพแวดล้อมการทำงานและการให้รางวัล และปัจจัย ส่วนบุคคลของตัวพนักงานเอง เช่น บุคลิก อายุ เพศ เป็นต้น

### 2.1.3 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร

ผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneur) ในนิยามของ Pinchot (1985) คือ นักฝันที่ลงมือทำ ผู้ที่รับผิดชอบในการสร้างนวัตกรรมใดๆ ภายในองค์กร ต่อมาในปี 1992 American Heritage Dictionary ได้ นิยาม ผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneur) จะหมายถึง บุคคลในองค์กรขนาดใหญ่ ที่มีความรับผิดชอบโดยตรง ในการเปลี่ยนความคิดให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่สามารถทำกำไรได้ ผ่านการกล้าเสี่ยง และสร้างนวัตกรรม

ผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurship) หมายถึง ความคิดริเริ่มของพนักงานภายในองค์กรที่จะดำเนินการสิ่งใหม่ๆ โดยที่ไม่ต้องขอให้ทำเช่นนั้น (Ndedi,2004)

Intrapreneurship เป็นตัวทำนายที่สำคัญของการเติบโตของบริษัทในแง่ของการเติบโตที่แท้จริง การเติบโตของจำนวนพนักงานและยอดขายรวม และการเติบโตที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง สอดคล้องกับ Antonic&Hisrich (2001) ได้สรุปไว้ว่า ผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurship) นั้นมีผลกระทบในเชิงบวกต่อการเติบโตและผลกำไรขององค์กร โดยที่องค์กรที่มีการสร้างโครงสร้างและปลูกฝังคุณค่าเพื่อสนับสนุนการทำงานภายในองค์กร จะมีแนวโน้มที่จะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial Orientation) สูง และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากกว่าองค์กร ที่มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial Orientation) ที่ต่ำกว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial Competencies) เป็นการผสมผสานกันระหว่างทักษะและความสามารถของพนักงาน ซึ่งทำให้พนักงานเหล่านั้นเป็นเหมือนผู้ประกอบการเอง ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

- ผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) คือ ความสามารถของพนักงานในการระบุ การใช้ประโยชน์ การแสดงให้เห็น และสะท้อนถึงความขยันของพนักงาน เกี่ยวกับโอกาสที่จะมีการริเริ่มทำสิ่งใหม่ๆ ในบริษัท (Lombiser,1994)

- ความกระตือรือร้น (Proactivity) คือ ความเต็มใจของพนักงานในการประเมินและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือขยายบริษัทของตนเองได้ (Galvaez,2011)

- ความยืดหยุ่น (Flexibility) คือ ความสามารถของพนักงานในการแยกตัวออกจากขั้นตอนการทำงานและแผนงานที่เข้มงวด (Vargas-Halabi et al.,2017)

- ปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) คือ ความสามารถของพนักงานที่มีส่วนร่วมในกระบวนการต่างๆ เพื่อสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆ (Vargas-Halabi et al.,2016)

- การรับความเสี่ยง (Risk Taking) คือ ความสามารถของพนักงานในการยอมรับความเสี่ยงกับแนวคิดใหม่ๆเพื่อบริษัท (Vargas-Halabi et al.,2017)

#### 2.1.4 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการเจริญเติบโตขององค์กร

การเจริญเติบโตทางธุรกิจ มีความสำคัญต่อความมั่นคงระยะยาวของทุกบริษัท จึงเป็นที่มาที่ต้องมีการกำหนดและดำเนินการตามกลยุทธ์ของบริษัทเพื่อการขยายธุรกิจ การเจริญเติบโตทางธุรกิจนั้นไม่เพียงแต่แสดงให้เห็นว่าบริษัท สามารถดำเนินงานได้อย่างประสบความสำเร็จ แต่ยังสามารถดึงดูดนักลงทุน ทำให้กู้เงินได้อย่างมีความมั่นคง และเป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่มีความสามารถอีกด้วย

การเจริญเติบโตตามที่องค์กรมุ่งหวัง คือ การเติบโตที่มีคุณค่าส่งผลให้องค์กรมีความเข้มแข็งและมีผลกำไรได้อย่างยั่งยืนรวมถึง ยังสามารถ ตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสีย ชุมชนและสังคมได้ใน ระยะยาว โดย องค์กรสามารถเติบโต 2 แบบ คือ

2.1.4.1 การเติบโตจากภายใน (Organic Growth) เป็นการเติบโตจากภายในองค์กรเองซึ่งเป็นการเติบโตโดยเข้าสู่ธุรกิจใหม่หรือ เติบโตจากธุรกิจเดิมที่มีการขยายตัวโดยการเพิ่มปริมาณการผลิต เพิ่มยอดขาย เพิ่มมูลค่าทรัพย์สินของบริษัท หรือเพิ่มจำนวนพนักงานในบริษัท ทั้งนี้ได้เกิดจากการที่องค์กรมีการสะสมทรัพยากร ความสามารถทักษะต่าง ๆ ภายในองค์กร ไม่ได้อาศัยความช่วยเหลือ ทรัพยากรจากองค์กรอื่นที่อยู่ภายนอก ซึ่งการเติบโตจากภายใน (Organic Growth) นี้ มีอีกชื่อ เรียกว่า “ Core Growth ” หรือการเติบโตของ “แก่นหลัก” ของบริษัท การเติบโตจากภายในที่ดึ้นนั้น ควรจะเป็นการเติบโตที่เร็วกว่าการเติบโตของขนาดตลาด โดยเฉพาะการเสริมสร้างความสามารถหลัก (Core Competency) ให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน

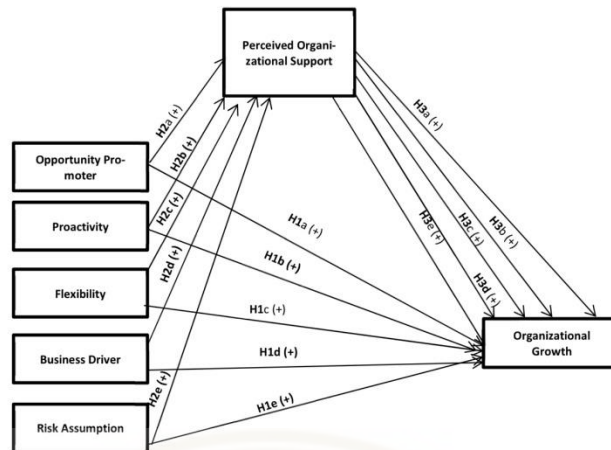
2.1.4.2 การเติบโตจากภายนอก (Inorganic Growth) การเติบโตแบบนี้ มักจะเร็ว กว่า การเติบโตจากภายใน เพราะว่าเป็นการเติบโตโดยการควบรวม , การเข้าซื้อ ความสามารถและความเชี่ยวชาญขององค์กรอื่น และนำมารวมเข้ากับองค์กรเอง โดยที่องค์กร



สามารถนำไปใช้งานได้ทันที และสามารถสร้างประโยชน์ให้กับกิจการได้ทันทีและมีประสิทธิภาพมากกว่า ทั้งทางด้านของการเพิ่มโอกาสทางการตลาด การใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายของบริษัทอื่น รวมถึงการเข้าซื้อทรัพย์สินบางอย่างที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินงานที่องค์กรเดิมขาดแคลนอยู่ ทำให้ต้นทุนของการดำเนินงานลดลง เนื่องจากขนาดของกิจการที่ใหญ่ขึ้น (Economy of scale) ซึ่งการเติบโตจากภายนอกนี้ ถือเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเจริญเติบโตขององค์กรที่มีความสำคัญและเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวาง

## 2.2 การทบทวนวรรณกรรมการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

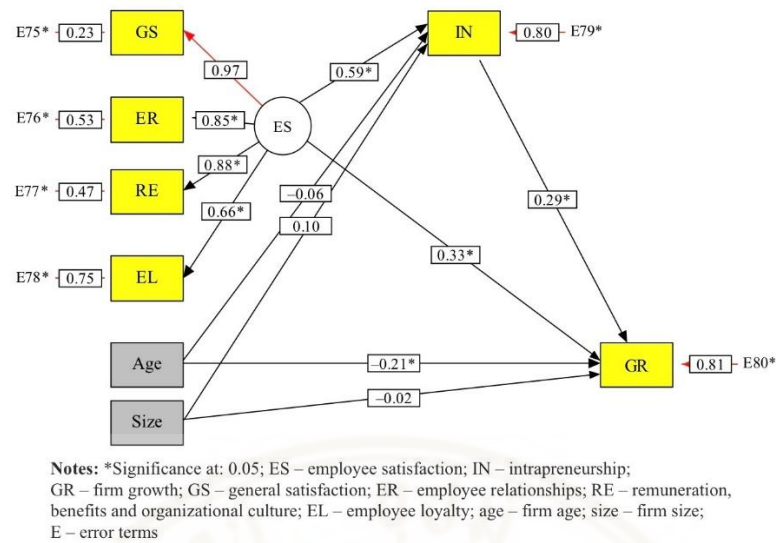
2.2.1 Okwor H et al.,(2022) ได้ทำการวิจัยเรื่องสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน และการเติบโตขององค์กร โดยมีตัวแปรส่งผ่านคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร เพื่อดูความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยใช้ทฤษฎีผสมระหว่างทฤษฎีฐานทรัพยากร และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม ทำการเก็บข้อมูลจากพนักงาน 480 คนในบริษัทขนาดเล็กรวม 34 บริษัท จากประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษาพบว่า จากสมมติฐานแรก สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ในด้านความกระตือรือร้น,ความยืดหยุ่น แรงผลักดันทางธุรกิจ และการรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สมมติฐานที่ 2 สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ในด้านความกระตือรือร้น,ความยืดหยุ่น แรงผลักดันทางธุรกิจ และการรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสมมติฐานสุดท้ายผล คือ สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ในด้านความกระตือรือร้น,ความยืดหยุ่น แรงผลักดันทางธุรกิจ และการรับความเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กรโดยผ่านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



รูปภาพที่ 2.1 : กรอบแนวคิด เรื่องสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในและการเติบโตขององค์กร โดยมีตัวแปรส่งผ่านคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

ที่มา : Okwor H et al., (2022)

2.2.2 การศึกษาเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงาน การเติบโต และการพัฒนาองค์กร และการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Intrapreneurship) ของพนักงาน ของ Auer Antonlic, J และ Antoncic, B. (2011) โดยมีวัตถุประสงค์เน้นไปที่ความพึงพอใจของพนักงาน (โดยดูจาก 4 มิติ คือ 1.ความพึงพอใจในการทำงาน 2. ค่าตอบแทน 3. ผลประโยชน์และวัฒนธรรมองค์กร 4. ความจงรักภักดีของพนักงาน) การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการเติบโตขององค์กร ซึ่งผลการศึกษานี้ พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่าง ความพึงพอใจของพนักงาน การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการเติบโตของบริษัท โดยที่ในแง่การเป็นผู้ประกอบการภายในขององค์กรของพนักงานกับการเติบโตขององค์กรนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกต่อกันอย่างมีนัยสำคัญ จึงสรุปได้ว่า หากพนักงานในองค์กรมีลักษณะเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร (Intrapreneurship) จะสามารถสนับสนุนให้องค์กรมีการเติบโตได้

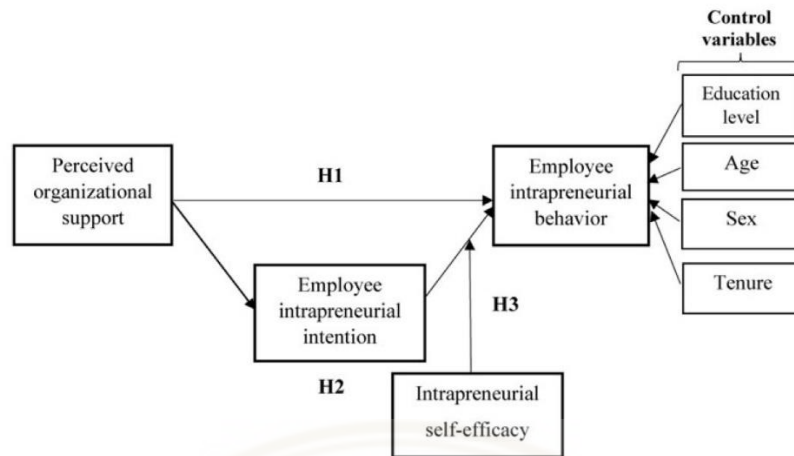


**รูปภาพที่ 2.2 :** กรอบแนวคิด ความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงาน การเติบโต และการพัฒนาองค์กร และการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร

**ที่มา :** Auer Antonlic, J and Antoncic, B. (2011)

2.2.3 Chouchane et al., (2021) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การสนับสนุนขององค์กรและพฤติกรรมของผู้ประกอบการภายในองค์กร : บทบาทของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการภายในของพนักงานและการรับรู้ความสามารถของตนเอง เพื่อดูผลกระทบทางอ้อมของการรับรู้ถึงการสนับสนุนขององค์กรที่มีผลพฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร ผ่านความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรที่ถูกควบคุมโดยการรับรู้ความสามารถของตนเองในการที่จะเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร โดยรวบรวมข้อมูลจาก พนักงาน 179 คน จากองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในประเทศแคนาดา ผลการศึกษาพบว่า สมมติฐานแรก การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของพนักงาน สมมติฐานที่ 2 ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของพนักงาน มีผลทางอ้อม กับความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร กับ พฤติกรรมการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของพนักงาน สมมติฐานที่ 3 ผลคือ ความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของพนักงาน มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะทางสถิติ กับ การรับรู้การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของตัวเอง





**รูปภาพที่ 2.3 :** กรอบแนวคิดเรื่อง การสนับสนุนขององค์กรและพฤติกรรมของผู้ประกอบการภายในองค์กร : บทบาทของความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการภายในของพนักงานและการรับรู้ความสามารถของตนเอง

**ที่มา :** Chouchane et al.,(2021)

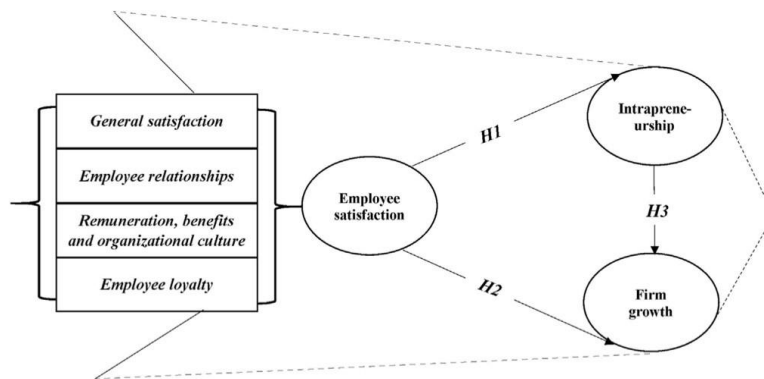
2.2.4 การศึกษาวรรณกรรมของ Hariani & Masdupi (2019) เพื่อวิเคราะห์ผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) การรับรู้ระดับชื่อเสียงขององค์กรที่พนักงานตระหนัก (Perceived External Prestige) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) และ ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) ที่มีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์กร (Organizational Citizenship Behavior) เป็นการวิจัยเชิงอธิบาย (Explanatory Research) โดยศึกษาความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ทูมมนุษย์ แรงจูงใจ และความพึงพอใจในงาน ที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่า บริษัทที่มีการให้กำลังใจ การกำกับดูแล และมีแรงจูงใจที่เพียงพอแก่พนักงาน บริษัทนั้นจะมีการเติบโตและมีการขยายตัว เนื่องจากพนักงานมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมใหม่ๆ

2.2.5 จากการวิจัย ของ Rathna & Vijiya (2009) เกี่ยวกับ สมรรถนะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur) และผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneur) จากกลุ่มตัวอย่างละ 30 คน เพื่อดูความเหมือนและความแตกต่างในสมรรถนะของผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการภายใน โดยจัดทำเป็นแบบสอบถาม ใน Erasmus University ,Rotterdam ซึ่งพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการภายใน มี สมรรถนะในด้านพฤติกรรมจัดการ (Managerial behavior competencies) , ด้านความกล้าเสี่ยง (Venturing behavior competencies) และด้านการมุ่งการเรียนรู้ (Learning orientation behavior) มากกว่า กลุ่ม

ผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ โดย สมรรถนะในด้านพฤติกรรมกรรมการจัดการนั้น จะมีความสัมพันธ์กับการดำเนินการขององค์กรที่ประสบความสำเร็จอีกด้วย

2.2.6 Butali & Njoroge (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ผลของการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employee Participation) และ ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) โดยมีอิทธิพลการกำกับจาก ความผูกพันต่อองค์กร (Organizational Commitment) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาผลกระทบของการมีส่วนร่วมของพนักงานที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และเพื่อหาผลการกำกับของความผูกพันต่อองค์กร ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่าง การมีส่วนร่วมของพนักงาน และผลการดำเนินงานขององค์กร การศึกษานี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มประชากรคือพนักงาน 5,866 คน จาก 3 บริษัท ในประเทศเคนยา ผลการศึกษานั้นพบว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานนั้น มีผลอย่างมีนัยสำคัญ ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้นองค์กรที่สามารถสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือการทำงานต่างๆ องค์กรนั้นก็จะมี การขยายตัว และเติบโตได้มากเพิ่มขึ้น

2.2.7 การศึกษาของ Nadia et al., (2022) เพื่อดูความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของพนักงาน การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการเติบโตขององค์กร โดยทำการศึกษาแบบสุ่มในกลุ่มประชากรที่เป็นผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน โดยศึกษาผู้ประกอบการภายในองค์กรในด้านการสนับสนุนจากองค์กร การสนับสนุนจากหัวหน้างาน ความกระตือรือร้น, ความยืดหยุ่น การบริหารความเสี่ยง ผลักดันทางธุรกิจ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการเติบโตขององค์กร ส่วนการมีความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรของผู้จัดการระดับสูงนั้น มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัทด้วยเช่นกัน ซึ่งสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้กับองค์กรได้ โดยการสนับสนุนและพัฒนาให้พนักงานและผู้บริหาร มีความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร จะได้นำไปสู่การเติบโตขององค์กรได้ในที่สุด



รูปภาพที่ 2.4 : กรอบแนวคิดเรื่อง Determining employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth

among managers of Pakistan

ที่มา : Nadia et al., (2022)

2.2.8 Joshi (2018) ได้ทำการศึกษาวิจัย เพื่อพิสูจน์สมมติฐานว่า การเติบโตขององค์กรนั้น ขึ้นกับความพึงพอใจของพนักงาน และความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร มิติที่วัดความพึงพอใจของพนักงาน ได้แก่ ความพึงพอใจในการทำงาน ค่าตอบแทน ผลประโยชน์ของพนักงาน และความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานด้วยกัน ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างประชากร 200 คน จากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน โดยข้อความที่วัดความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กร การมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ ความยืดหยุ่น โครงสร้างองค์กร การสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงานหรือหัวหน้างาน ผลการศึกษาพบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวก ระหว่างความพึงพอใจของพนักงาน และความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร ค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ 0.03 ส่วนความสัมพันธ์ระหว่าง การเติบโตขององค์กร และความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร มีค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์อยู่ที่ 0.11 ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อกัน



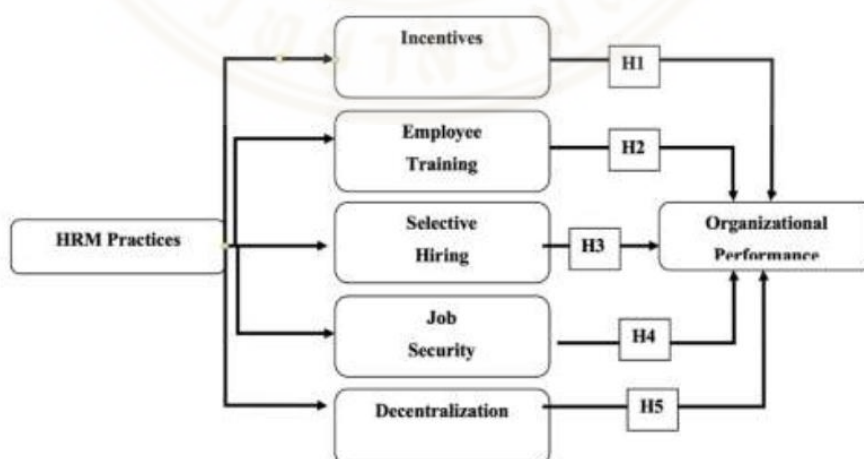
รูปภาพที่ 2.5 : กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย Impact of Intrapreneurship on Organizational Growth and Development

ที่มา :Joshi (2018)

2.2.9 Neessen, Caniëls, Vos & Jong (2019) ศึกษาเรื่อง พนักงานภายในองค์กร: รูปแบบบูรณาการของการดำเนินธุรกิจและวาระการวิจัย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ใช้กับพนักงานในการกำหนดการเป็นผู้ประกอบการภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ ความสร้างสรรค์เชิงรุก การกล้าเสี่ยง การรับรู้โอกาส/การแสวงหา การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความรู้ส่วนตัว ประสบการณ์การทำงาน ความสัมพันธ์ในองค์กร แรงจูงใจ ความพึงพอใจ และความตั้งใจ

2.2.10 Cera & Kusaku (2020) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ปัจจัยด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ปัจจัยด้านการจัดการและความเป็นผู้นำ และปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่วนท้องถิ่น จำนวน 162 คน ผลการศึกษาพบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงาน การฝึกอบรมและการพัฒนา การจัดการและความเป็นผู้นำถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมองค์กรไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2.2.11 Anwar & Abdullah (2021) ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ต่อประสิทธิภาพขององค์กร โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพนักงานที่ทำงานในเทศบาลส่วนภูมิภาคและกระทรวงทรัพยากรน้ำในเขตเคอร์ดิสถานของประเทศอิรัก จำนวน 240 คน ผลการศึกษาพบว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร ได้แก่ การรับสมัครงาน และการทำงานร่วมกันเป็นทีม ส่วนปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน การฝึกอบรมพนักงาน และความปลอดภัยในการทำงานไม่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร



รูปภาพที่ 2.6 : กรอบแนวคิดที่ใช้ในงานวิจัย The impact of Human resource management practice on Organizational performance

ที่มา : Anwar & Abdullah (2021)

2.2.12 Long (2022) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กร: การศึกษาปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจ ความสามารถ บทบาท และการสนับสนุนองค์กร มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลงานขององค์กร โดยปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจ ความสามารถ บทบาท และการสนับสนุนองค์กร โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ จากทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยในอดีต ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพองค์กรควรจะขึ้นอยู่กับปัจจัยทั้ง 4 ประการอย่างต่อเนื่องซึ่งหมายความว่า องค์กรควรใช้ปัจจัยทั้ง 4 พร้อมกันเพื่อให้เกิด ความคงที่และเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร มีข้อสังเกตว่าการขาดปัจจัยหนึ่งปัจจัยใดจะนำไปสู่การล่ม สลายและความเสื่อมถอยของการปฏิบัติงานขององค์กรและการมีอยู่ของทั้ง 4 ปัจจัยในเวลาเดียวกัน จะช่วยให้มั่นใจได้ถึงประสิทธิภาพที่เพิ่มขึ้นขององค์กร

2.2.13 Egwakhe, Omonijo, Akande & Umukoro (2022) ศึกษาเรื่อง ความเป็น ผู้ประกอบการองค์กรและผลการดำเนินงานขององค์กร: วัฒนธรรมองค์กรเป็นตัวเร่งการเติบโต หรือไม่? โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้จัดการ บริษัทผู้ผลิตโพลียูรีเทน 6 แห่งในรัฐลากอส จำนวน 370 คน ผลการศึกษาพบว่า ความเป็น ผู้ประกอบการองค์กร และวัฒนธรรมองค์กรมีผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร

2.2.14 จิรัชญา สุข โภคา และวิโรจน์ เจริญลักษณ์ (2561) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลการรับรู้ การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานผ่านความผูกพัน ต่อองค์กรและความไว้วางใจของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ โดยใช้แบบสอบถามเป็น เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 200 คน ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจาก หัวหน้างาน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของ พนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์โดยมีความผูกพันต่อองค์กรและความไว้วางใจเป็นตัวแปร ส่งผ่าน

2.2.15 อภิญญา สองโท (2563) ศึกษาเรื่อง โอกาสในการมีส่วนร่วม การให้ความ สนับสนุนจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน คุณค่าที่ได้รับจากองค์กร และความผูกพันต่อองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒน พิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 580 คน ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการมีส่วนร่วม การให้ความสนับสนุนจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงาน คุณค่าที่ได้รับจากองค์กร และความ



ผูกพันต่อองค์การส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจ  
อุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่

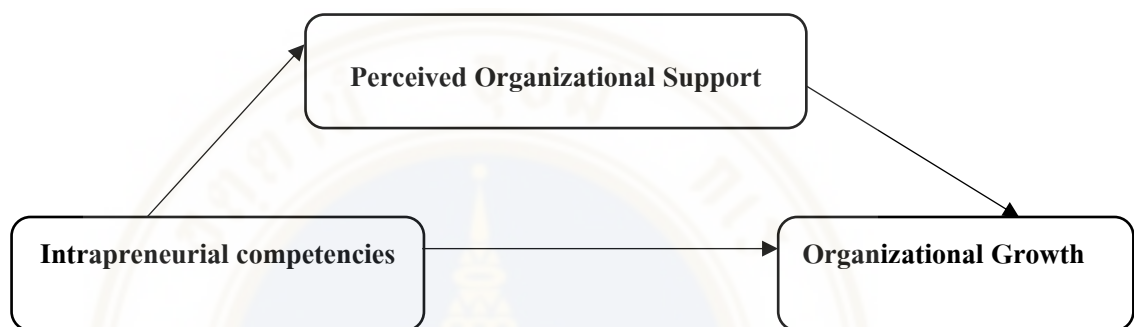
2.2.16 นายเยาว์ อินทะนาม อำภาศรี พอค้ำ และกรกนก คลโสภณ (2563) ศึกษาเรื่อง การ  
มุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน  
จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ประกอบการ  
ธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 482 ราย ผลการศึกษาพบว่า  
การมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ ด้านการดำเนินการเชิงรุก ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความสามารถ  
ทางนวัตกรรม ด้านความใส่ใจในการเรียนรู้ และด้านความเป็นอิสระ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับ  
ความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์

2.2.17 สมพงษ์ เพชรและ กล้าหาญ ณ น่าน (2562) ศึกษาเรื่อง การรับรู้การสนับสนุน  
จากองค์การที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของพนักงานระดับปฏิบัติการ  
บริษัท ไทยโอบายาชิ จำกัด ผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ และระดับ  
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การทั้งในภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมาก ผลการ  
เปรียบเทียบความคิดเห็นที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ จำแนกตามตามปัจจัยส่วน  
บุคคล พบว่า เพศอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพการสมรสที่ต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อ  
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การไม่แตกต่างกัน ส่วนระยะเวลาการปฏิบัติงานต่างกันรับรู้  
พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า  
การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การในภาพรวมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ  
อย่างมีนัยสำคัญ

2.2.18 ผกาทิพย์ บัวพงษ์ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2564) นั้น ได้ศึกษาระดับการรับรู้  
การสนับสนุนจากองค์การ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน การวิจัยนี้  
เป็น การวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรคือนักวิจัยจากสถาบันวิจัยแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน  
213 คน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การของนักวิจัย ในแง่ของ  
สวัสดิการและผลตอบแทน จะมีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในด้านเวลาและคุณภาพอย่างมี  
นัยสำคัญ ส่วนแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในด้านความต้องการที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ทำทนายและ  
ด้านความต้องการที่จะบรรลุความสำเร็จเพื่อให้เป็นที่ยอมรับนั้น ส่งผลกับประสิทธิภาพในการ  
ทำงาน ทั้งในด้านเวลา คุณภาพ และปริมาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน

### 2.3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทบทวนวรรณกรรมต่างๆ พบว่า มีการใช้แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร นั้นมีผลต่อการเติบโตขององค์กร แต่ยังไม่มีการศึกษาใด ที่ดูความสัมพันธ์ระหว่าง การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และการเติบโตของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจภายในประเทศไทย โดยมีการรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์กรเป็นตัวแปรกลาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปกรอบแนวคิดงานวิจัยเพื่อเป็นแนวทางได้ดังนี้



รูปภาพที่ 2.7 : กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ที่มา : ปรับปรุงจาก Okwor H et al., (2022)

### 2.4 สมมติฐานและกรอบแนวคิดการศึกษาการวิจัย

สมมติฐาน ที่ 1 : H1a สมรรถนะในด้านผู้ส่งเสริมโอกาสของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

H1b สมรรถนะในด้านความกระตือรือร้นของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

H1c สมรรถนะในด้านความยืดหยุ่นของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

H1d สมรรถนะในด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

H1e สมรรถนะในด้าน การรับความเสี่ยงของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการเติบโตของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 : H2a สมรรถนะในด้านผู้ส่งเสริมโอกาสของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์การบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H2b สมรรถนะในด้านความกระตือรือร้นของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H2c สมรรถนะในด้านความยืดหยุ่นของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H2d สมรรถนะในด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H2e สมรรถนะในด้าน การรับความเสี่ยงของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์มีความสัมพันธ์โดยตรงและเชิงบวกต่อการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 : H3a การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะในด้านผู้ส่งเสริมโอกาสของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์และการเติบโตของบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H3b การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะในด้านความกระตือรือร้นของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์และการเติบโตของบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H3c การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะในด้านความยืดหยุ่นของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์และการเติบโตของบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H3d การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะในด้าน การมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์และการเติบโตของบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย

H3e การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การเป็นตัวกลางในความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะในด้าน การรับความเสี่ยงของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์และการเติบโตของบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย



## 2.5 บทสรุป

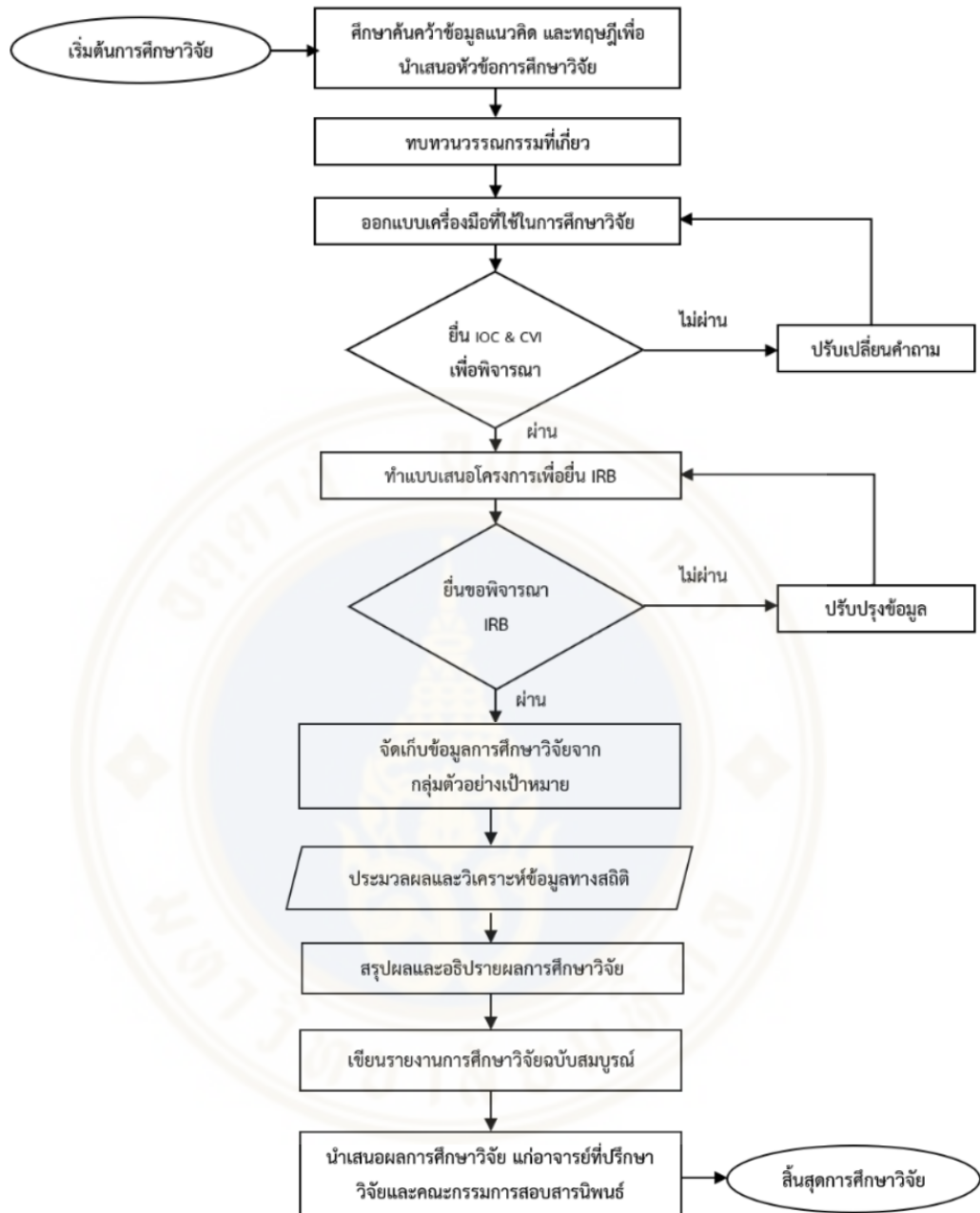
จากการศึกษาทฤษฎี แนวคิดต่างๆ ทั้งจากงานวิจัยในไทยและต่างประเทศ ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร การรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์การ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรนั้น ผู้วิจัยได้สรุปมา 4 ทฤษฎี คือ 1. ทฤษฎีฐานทรัพยากร 2. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม 3. แนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และ 4. แนวคิดเรื่องการเจริญเติบโตขององค์กร การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ออกแบบกรอบแนวคิดที่เป็นการผสมกันระหว่างทฤษฎีฐานทรัพยากร และทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม โดยดัดแปลงกรอบแนวคิดและวิธีวิจัยมาจากการศึกษาของ Okwor H et al., (2022) เพื่อที่จะทำศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย นั่นเอง

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษาวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทฯข้ามชาติ ในประเทศไทยเป็นการทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับใช้ในการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาวิจัย นอกจากนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยผู้วิจัยได้มีการศึกษาและค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีของนักวิชาการ รวมถึงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีตอีกด้วย โดยมีขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย ดังนี้

- 3.1 รูปแบบงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
- 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การปกป้องความลับของข้อมูลส่วนตัวผู้เข้าร่วมวิจัย
- 3.8 กรอบระยะเวลาและแผนในการดำเนินโครงการวิจัย
- 3.9 บทสรุป



รูปภาพ 3.1 : ขั้นตอนการดำเนินการศึกษาวิจัย

### 3.1 รูปแบบงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยออกแบบการวิจัยให้มีลักษณะเป็นการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบสาเหตุ (Causal Research Design) ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง (Cross-Sectional Study)

## 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.1 การกำหนดกลุ่มประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยยังมีสถานะเป็นพนักงานประจำที่ทำงานอยู่ในบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ตามสูตรคำนวณของกัลยา วานิชย์บัญชา (2548) ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ  $n$  คือ ขนาดตัวอย่างที่เป็นประชากรที่นับไม่ได้

$Z$  คือ ค่าที่ได้จากการเปิดตารางสถิติที่  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 เมื่อความเชื่อมั่นคือร้อยละ 95

$E$  คือ สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ หรือร้อยละ 5

แทนค่า  $n$ ,  $Z$  และ  $E$  ลงในสมการ ได้ดังนี้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 385$$

ดังนั้นจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จึงมีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 คน

### 3.2.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายมาอาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยการเลือกสุ่มตัวอย่างแบบจัดกลุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเป็นผู้แทนยาและเวชภัณฑ์จากบริษัทยาข้ามในประเทศไทย ผู้วิจัยจึงกำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างไว้ ดังนี้

#### 3.2.2.1 เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัย (Inclusion Criteria)

1. มีสถานะเป็นผู้แทนยาและเวชภัณฑ์บริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufactures Association : PReMA) โดยประกอบด้วย บริษัท ไฟเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท เมอร์ค ซาร์ปแอนโดม (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท บริสทอล-ไมเยอร์ส สควิบ์ ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แอสตราเซนเนกา (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท แกล็กโซสมิทไคลน์ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท ทาเคดา (ประเทศไทย)

จำกัด บริษัท แอมเจน (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท โนวา-นอร์ดีส ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด และ บริษัท เบอริงเกอร์ อินเทลไลม์ (ประเทศไทย) จำกัด

2. มีสถานะผ่านช่วงการทดลองงาน (Probation)
3. ผู้ร่วมงานวิจัยให้ความยินยอมที่จะให้ข้อมูล
- 3.2.2.2 เกณฑ์ในการคัดออกผู้เข้าร่วมวิจัย (Exclusion Criteria)
  1. อยู่ในสถานะที่กำลังจะลาออกจากบริษัทที่ทำงานอยู่
  2. ผู้เข้าร่วมวิจัยปฏิเสธการให้ข้อมูล

### 3.2.3 กลยุทธ์ในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ใช้วิธีในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้แทนยาและเวชภัณฑ์บริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จำนวน 10 บริษัทนั้น ผู้วิจัยจะจัดทำแบบสอบถามรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) เพื่อกระจายไปยังผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยผ่าน Facebook และ Line Group เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยผู้วิจัยได้มีการออกแบบ แบบสอบถาม (Questionnaire) สำหรับใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบบสอบถามนั้น อ้างอิงจากตัวแปรทฤษฎี ดังต่อไปนี้ 1.ทฤษฎีฐานทรัพยากร 2. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม 3. แนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และ 4. แนวคิดเรื่องการเจริญเติบโตขององค์กร โดยมีตัวแปรดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.1 : ตารางแสดงตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ชนิดของตัวแปร	ชื่อตัวแปร
ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)	ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promotor) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity) ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver)

	ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption)
ตัวแปรตาม (Dependent Variable)	การเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)
ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variable)	ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support)

### 3.4 เครื่องมือและลักษณะวิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้แทนและเวชภัณฑ์ในบริษัทข้ามชาติ ที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufacturers Association : PReMA) จำนวนไม่น้อยกว่า 385 คน

#### 3.4.1 ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด และทฤษฎี จากบทความและงานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ 1. ทฤษฎีฐานทรัพยากร 2. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม 3. แนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และ 4. แนวคิดเรื่องการเจริญเติบโตขององค์กร โดยอ้างอิงและปรับปรุงมาจาก การศึกษาของ Okwor H et al., (2022) ที่ทำการศึกษาเรื่องสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน และการเติบโตขององค์กรโดยมีตัวแปรส่งผ่านคือ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับกลุ่มประชากรในประเทศไนจีเรีย

#### 3.4.2 การออกแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้ออกแบบ แบบสอบถามในการศึกษานี้ เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้  
ส่วนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. บริษัท ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
2. อายุงานในบริษัท ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
3. เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)
4. อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
5. ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลแบบเรียงลำดับ (Ordinal Scale)

ส่วนที่ 2: แบบสอบถามเกี่ยวกับสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน และการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร จำนวน 15 ข้อ ปรับปรุงมาจาก Okwor H et al., (2022) โดยลักษณะของคำถามจะเป็น

Likert Scale โดยแบ่งระดับของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ ใช้การวัดข้อมูลประเภทมาตรอันตรภาค (Interval Scale) ตามรายละเอียดดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับการเติบโตขององค์กร จะเป็นการประเมินองค์กรเมื่อเทียบกับคู่แข่งภายในระยะ 3 ปีข้างหน้า นับจากปัจจุบัน โดยลักษณะของคำถามจะเป็น Likert Scale โดยแบ่งระดับของความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ ใช้การวัดข้อมูลประเภทมาตรอันตรภาค (Interval Scale) ปรับปรุงจาก Alves and Gamma (2019) ตามรายละเอียดดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง สูงกว่ามาก

ระดับ 4 หมายถึง สูงกว่า

ระดับ 3 หมายถึง เท่ากัน

ระดับ 2 หมายถึง ต่ำกว่า

ระดับ 1 หมายถึง ต่ำกว่ามาก

ตารางที่ 3.2 : ตารางแสดงคำถามในส่วนที่ 2

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำถาม
ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promotor)	OP1	ท่านทำงานอย่างตั้งใจ ตลอดเวลาเพื่อสร้าง โอกาสในการเปลี่ยนแปลง หรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ ในบริษัท
	OP2	ท่านสามารถโน้มน้าวให้ ผู้ร่วมงานเห็นถึงประโยชน์ใน การสร้างความคิดริเริ่มใหม่ เพื่อบริษัท
	OP3	ท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมี



		ความกระตือรือร้นในการนำ ความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ใน บริษัท
ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity)	P1	ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่ จะประเมิน โอกาสใหม่ๆของ บริษัทร่วมกับผู้อื่น
	P2	ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่ม ใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดย ไม่ได้คำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้ เสนอความคิดนั้น
ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility)	F1	ท่านมักมีแผนการที่เป็น ระบบเสมอเพื่อหาโอกาสใน การสร้างความคิดริเริ่มใหม่ ในบริษัท
	F2	ท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่ง ทรัพยากรในการลงทุนเพื่อ สร้างให้เกิดความคิดริเริ่ม ใหม่ขึ้นในบริษัท
	F3	ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุน และประโยชน์ของความคิด ริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในบริษัท
ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver)	BD1	ท่านมีการติดตามความ ก้าวหน้าของความคิดริเริ่ม ใหม่ในบริษัทอย่างต่อเนื่อง เสมอ
	BD2	ท่านพยายามอธิบาย ความสำคัญของความคิด ริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอ สำหรับบริษัทให้หัวหน้างาน ทราบเสมอ



ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption)	R1	ท่านสนุกกับการเสี่ยงทาย ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับ ความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท อยู่เสมอ
	R2	ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการ ลงมือทำตามความคิดริเริ่ม ใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่ แน่นอน

---

ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร

---

POS1	บริษัทของท่านมีความเป็น ธรรมแก่พนักงาน
POS2	หัวหน้างานของท่านได้ให้ การสนับสนุนและช่วยเหลือ ในเรื่องการทำงานแก่ท่าน เสมอ
POS3	บริษัทมีการให้รางวัลและมี องค์ประกอบในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดี ในการทำงานเป็นที่น่าพอใจ สำหรับท่าน

---

ด้านการเติบโตขององค์กร  
(Organizational Growth)

---

OG1	จากการปฏิบัติงานของท่าน ส่งผลทำบริษัทเป็นอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
OG2	การเติบโตของยอดขายบริษัท ท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบ เทียบกับคู่แข่ง
OG3	ส่วนแบ่งทางการตลาดของ

OG4

บริษัทของท่านเมื่อเปรียบ  
เทียบกับคู่แข่ง  
จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่  
ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

### 3.5 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ในแบบสอบถามงานวิจัยตามรายละเอียด ดังนี้

#### 3.5.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามที่จะใช้ในการศึกษาวิจัย และนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ผศ.ดร.กิตติชัย ราชมหา เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความสอดคล้องของภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม (Content Validity) และ โครงสร้างแบบสอบถาม (Construct Validity) รวมถึงได้มีการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Item Objective Congruence ; IOC) โดยมีการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) และค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index : CVI) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

##### 1. ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC)

การวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา สามารถทำได้โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อประเมินข้อคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ว่ามีความสอดคล้องกับหัวข้องานวิจัยหรือไม่ โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

$$IOC = \frac{\sum R}{n}$$

เมื่อ IOC คือ ค่าดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$  คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

$n$  คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

หลักเกณฑ์ในการตัดสินความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ มีดังนี้

ถ้า  $IOC > 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้น มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ถ้า  $IOC \leq 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้น ไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI)

ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อประเมินความชัดเจนด้านภาษาที่ใช้ และความสอดคล้องตามหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย โดยค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่ยอมรับได้ คือ 0.80 โดยสามารถคำนวณได้จากสูตรดังต่อไปนี้ (จรรยา สุวรรณบำรุง, 2563)

$$CVI = \frac{\text{จำนวนคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 3 และ 4 คะแนน}}{\text{จำนวนคำถามทั้งหมด}}$$

### 3.5.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยได้ทดลองนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างก่อน โดยนำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ในบริษัทยาข้ามชาติที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufactures Association : PReMA) จำนวน 30 คน และนำผลการทดสอบที่ได้มาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ครอนบัคอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient :  $\alpha$ ) ซึ่งค่าอัลฟา ( $\alpha$ ) ที่ได้หากมากกว่า 0.7 ขึ้นไป ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยได้ (Cronbach, 1984)

## 3.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน มาวิเคราะห์ผลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปในทางสถิติ SPSS ซึ่งจะมีการวิเคราะห์แบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

### 3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติขั้นต้น เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไป ดังต่อไปนี้

1. ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับค่าประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

2. ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables)

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายลักษณะข้อมูลของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ตัวแปรส่งผ่าน (Mediator Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables)

### 3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

3.6.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อกันมาก หรือมีความสัมพันธ์ต่อกันน้อย เพื่อใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและลดจำนวนของตัวแปรที่ไม่สอดคล้อง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564) โดยอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติผ่านโปรแกรม SPSS ซึ่งพิจารณาจากองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ค่า Bartlett's test และค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy) เพื่อใช้พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.5

2. ค่าความรวมมือ (Communality) เพื่อพิจารณาว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสามารถในการรวมกลุ่มกันหรือไม่ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.5

3. ค่า Eigen (Eigen Value) เป็นค่าที่ใช้ในการพิจารณาว่า ตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์สามารถรวมกลุ่มกันได้กี่กลุ่ม โดยใช้เกณฑ์ว่า Eigen Value จะต้องมากกว่า 1 ซึ่งหากการจัดกลุ่มของตัวแปร มี Eigen Value ตั้งแต่ 1 ขึ้นไป จะสามารถยอมรับผลการจัดกลุ่มนั้นได้

4. ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ใช้ในการพิจารณาผลกระทบของตัวแปรที่มีผลต่อปัจจัยนั้นๆ โดยที่แต่ละตัวแปรควรมีค่า Factor Loading อยู่ที่ 0.5 หรือ 0.7 ขึ้นไป

5. การหมุนแกน (Factor Rotation) ใช้ในการจัดการกับตัวแปรที่มีการจัดกลุ่มซ้ำซ้อนกัน (Cross Loading) ทำให้ตีความได้ยาก จึงต้องมีการปรับให้การจัดกลุ่มนั้นง่ายขึ้น ไม่ซับซ้อน และสามารถแปลความหมายได้อย่างถูกต้อง โดยวิธีการหมุนแกนทำได้ 2 วิธี คือ การหมุนแบบตั้งฉาก (Orthogonal Rotation) คือการหมุนที่ยังให้แกนองค์ประกอบตั้งฉากกันหรือเป็นอิสระต่อกัน และการหมุนแกนแบบมุมแหลม (Oblique Rotation) คือ การหมุนแกนที่องค์ประกอบไม่ต้องตั้งฉากกันหรือองค์ประกอบสัมพันธ์กัน

3.6.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เป็นการศึกษาด้วยวิธีทางสถิติ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent Variables) หลายตัวที่มีผลกระทบต่อตัวแปรตาม (Dependence Variables) โดยการวิเคราะห์

ระห้จะใช้ Adjust R<sup>2</sup> หรือ ค่า R<sup>2</sup> ถ้าหากค่า R<sup>2</sup> เข้าใกล้ 1 หมายความว่า ตัวแปรอิสระนั้นมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) มาใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานของงานวิจัยนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

3.6.2.3 การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) เป็นการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ในงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงเชิงทฤษฎี (Theoretical Latent Variables or Constructs) ที่มีความสัมพันธ์ต่อกันหลายตัวแปร SEM เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่เป็นการยืนยัน (Confirmatory) มากกว่าการสำรวจ (Exploratory) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงสาเหตุโดยใช้ SEM จะใช้โปรแกรม AMOS เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลสมมติฐาน โดยมีขั้นตอนดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

1. กำหนดโมเดลที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Model Specification) โดยอ้างอิงจาก แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในอดีต

2. พิจารณาความเที่ยงตรง (Validity) ของโมเดล มี 2 ชนิด คือความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยดัชนีที่ใช้วัด ค่าน้ำหนัก (Loading) ต้องมากกว่า 0.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) โดยดูจาก ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ต้องมีค่ามากกว่า 0.5 (Hair et al., 2010)

3. พิจารณาความเชื่อถือ (Reliability) ของโมเดลโดยใช้สัมประสิทธิ์การรอนบักอัลฟา (Cronbach's Alpha Coefficient:  $\alpha$ ) และ Composite Reliability (CR) โดยทั้ง 2 ค่าต้องมีค่ามากกว่า 0.7 (Hair et al., 2010)

4. ตรวจสอบความสอดคล้องกันของโมเดล (Model Testing) โดยอ้างอิงจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติที่ได้จาก AMOS ซึ่ง ค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลสมมติฐาน มีดังนี้

4.1 ค่าไคสแควร์ (Chi-square:  $\chi^2$ ) เพื่อยืนยันสมมติฐานศูนย์ (Null Hypothesis) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.05

4.2 ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square:  $\chi^2/df$ ) เพื่อตรวจสอบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งควรมีค่าไม่เกิน 3 หรือ 2

4.3 ดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ควรมีค่ามากกว่า 0.9

4.4 ดัชนีวัดความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) เป็นค่าที่อธิบายถึงความแปรปรวนและความแปรปรวนร่วม ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.95

4.5 ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Tucker-Lewis Index: TLI) โดยจะเป็นดัชนีเปรียบเทียบความกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าดัชนีควรมีค่าระหว่าง 0-1 หากค่า TLI มีค่าเข้าใกล้ 1 มากเท่าใด แสดงว่าโมเดลสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.6 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.08 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564) แสดงว่าโมเดลตามสมมติฐานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

### 3.7 การป้องกันความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

การศึกษานี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญในการเก็บรักษาความลับและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมวิจัย โดยข้อมูลส่วนตัวของผู้ร่วมวิจัยจะถูกเก็บไว้เป็นความลับ ไม่มีการระบุชื่อของผู้เข้าร่วมวิจัย โดยคำนึงถึงสิทธิและเกณฑ์ในการรักษาความลับของข้อมูลส่วนบุคคลตามที่กฎหมายกำหนด ผู้ที่ไม่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ จะไม่มีสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลได้ และจะมีการเก็บรักษาข้อมูลไว้เป็นระยะเวลา 6 เดือน หลังจากงานวิจัยสิ้นสุด เพื่อให้สำหรับกรณีมีการทบทวนความถูกต้องและแก้ไขงานวิจัย และเมื่อสิ้นสุดแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกทำลายทิ้งทั้งหมดโดยการลบไฟล์ข้อมูลทั้งหมดทิ้ง เพื่อเก็บรักษาความลับของข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย

### 3.8 กรอบระยะเวลาและตารางแสดงแผนการดำเนินงานโครงการวิจัย

การศึกษานี้มีกรอบระยะเวลาในการดำเนินงานรวม 9 เดือน โดยประมาณ ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ.2566 ถึง เดือนกันยายน พ.ศ.2566 โดยมีแผนดำเนินงานวิจัย ดังนี้



ตารางที่ 3.3: แผนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน	เดือน (พ.ศ. 2566)								
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
1.ศึกษาค้นคว้าข้อมูลและทฤษฎีเพื่อนำเสนอหัวข้อวิจัย	←→								
2.ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง		←→							
3.ออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย				←→					
4.ยื่นขอพิจารณาจริยธรรมของโครงการฯ					←→				
5.ประเมินความเที่ยงตรงและความสอดคล้องจากผู้เชี่ยวชาญ					←→				
6.เก็บรวบรวมข้อมูลการศึกษาวิจัยจากกลุ่มเป้าหมาย								←→	
7.ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ								←→	
8.สรุปและอภิปรายผลงานวิจัย									←→
9.เขียนรายงานการศึกษาวิจัยฉบับสมบูรณ์									←→
10.นำเสนอผลงานวิจัยแก่อาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์									←→

### 3.9 บทสรุป

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Qualitative Research) ใช้รูปแบบเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) โดยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 385 คน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ในบริษัทยาข้ามชาติที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical Research and Manufactures Association : PReMA) แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์นั้น จะมี 4 ส่วน ส่วนที่ 1 จะเป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่

2 จะเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามด้านการเติบโตขององค์กร โดยปรับปรุงคำถามมาจาก Okwor H et al., (2022)

ผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และ ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามก่อนที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จะเป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปร การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์โมเดลสมการความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงสาเหตุ ซึ่งผู้วิจัยได้มีการดำเนินการตามมาตรการป้องกันความลับของผู้เข้าร่วมวิจัยตามที่กำหนดไว้ การศึกษาวิจัยนี้ มีกรอบระยะเวลา 9 เดือน ตั้งแต่ มกราคม พ.ศ 2566 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ.2566



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากกลุ่มผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ของบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย โดยยังมีสถานะเป็นพนักงานประจำที่ทำงานอยู่ในบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยสามารถเก็บรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดจำนวน 433 ชุด ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ผ่านเกณฑ์คำถามคัดกรองจำนวน 3 คน ทำให้มีแบบสอบถามที่สามารถนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้รวมทั้งสิ้น 430 ชุด คิดเป็น 99.31% ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรมสถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for the Social Science: SPSS) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและการประมวลผล ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression)
- 4.5 บทสรุป

#### 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ แบ่งออกเป็น 3 ด้านประกอบไปด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา โดยผู้วิจัยอธิบายข้อมูลในลักษณะของค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ดังตารางต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.1:** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่าง

เพศ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ชาย	151	35.1
2. หญิง	279	64.9
รวม	430	100.0

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 35.1 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.2:** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่าง

อายุ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. 21-30 ปี	166	38.6
2. 31-40 ปี	237	55.1
3. 41-50 ปี	27	6.3
รวม	430	100.0

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามอายุของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 38.6 และมีอายุ 41-50 ปี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3:** ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ปริญญาตรี	412	95.8
2. ปริญญาโท	18	4.2
รวม	430	100.0

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี มีจำนวน 412 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8 รองลงมามีระดับการศึกษา ปริญญาโท จำนวน 18 คนคิดเป็นร้อยละ 4.2 ตามลำดับ

#### 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์การ ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์

ผู้วิจัยนำปัจจัยที่ได้ทำการศึกษาวิจัยครั้งนี้มาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean:  $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของระดับความคิดเห็นเพื่อจัดระดับของค่าเฉลี่ยเป็นช่วง (ชานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) อ้างอิงในบทที่ 3 โดยจากการประเมินความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย (Item Objective Congruence: IOC) และค่าดัชนีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามทั้ง 15 ข้อคำถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยผ่านเกณฑ์ประเมินข้างต้นทั้ง 16 ข้อคำถาม โดยการแปลความหมายของข้อคำถามในแต่ละปัจจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4.4 :ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter: OP)

ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
OP1. ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	4.30	0.624	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
OP2. ท่านสามารถโน้มน้าวให้ผู้ร่วมงานเห็นถึง ประโยชน์ในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ เพื่อบริษัท	4.28	0.747	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
OP3. ท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้นในการนำความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ในบริษัท	3.84	0.705	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>4.14</b>	<b>0.429</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาสในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.429 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.624 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมา ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท และท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้นในการนำความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ในบริษัทที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และ 3.84 ตามลำดับ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.747 และ 0.705 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วยอย่างยิ่ง และเห็นด้วย ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity: P)

ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
P1. ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่จะประเมินโอกาสใหม่ๆของบริษัทร่วมกับผู้อื่น	3.77	0.649	เห็นด้วย
P2. ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้เสนอความคิดนั้น	3.95	0.585	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>0.441</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความกระตือรือร้นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.441 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าใคร จะเป็นผู้เสนอความคิดนั้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.585 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย รองลงมา ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่จะประเมินโอกาสใหม่ๆของบริษัทร่วมกับผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.649 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย

ตารางที่ 4.6 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility: F)

ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
F1. ท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอเพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	4.11	0.581	เห็นด้วย
F2. ท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ขึ้นในบริษัท	4.11	0.657	เห็นด้วย
F3. ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุนและประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในบริษัท	4.02	0.681	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.380</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านความยืดหยุ่นในภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.380 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอเพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.657 และท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ขึ้นในบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.581 ซึ่งทั้ง 2 ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน โดยสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย รองลงมา ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุนและประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในบริษัท มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.681 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย

**ตารางที่ 4.7 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ  
(Business Driver: BD)

ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
BD1. ท่านมีการติดตามความก้าวหน้าของความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอย่างต่อเนื่องเสมอ	3.96	0.637	เห็นด้วย
BD2. ท่านพยายามอธิบายความสำคัญของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอสำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ	4.00	0.614	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>3.98</b>	<b>0.449</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.449 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านพยายามอธิบายความสำคัญของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอสำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.614 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย รองลงมา ท่านมีการติดตามความก้าวหน้าของความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอย่างต่อเนื่องเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.637 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย

ตารางที่ 4.8 : ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง  
(Risk Assumption: R)

ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
R1. ท่านสนุกกับการเสี่ยงทายผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ	4.01	0.597	เห็นด้วย
R2. ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำตามความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่แน่นอน	4.07	0.651	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>4.04</b>	<b>0.452</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการรับความเสี่ยงในภาพรวม อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.452 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำตามความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่แน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.651 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย รองลงมา ท่านสนุกกับการเสี่ยงทายผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.597 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย

**ตารางที่ 4.9 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support: POS)

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
POS1. บริษัทของท่านมีความเป็นธรรมแก่พนักงาน	4.08	0.589	เห็นด้วย
POS2. หัวหน้างานของท่านได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องการทำงานแก่ท่านเสมอ	4.11	0.537	เห็นด้วย
POS3. บริษัทมีการให้รางวัลและมีองค์ประกอบในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เป็นที่น่าพอใจสำหรับท่าน	4.12	0.663	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.339</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.339 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ บริษัทมีการให้รางวัลและมีองค์ประกอบในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เป็นที่น่าพอใจสำหรับท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.655 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วย รองลงมา หัวหน้างานของท่านได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องการทำงานแก่ท่านเสมอ และ บริษัทของท่านมีความเป็นธรรมแก่พนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และ 4.07 ตามลำดับ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.528 และ 0.584 ตามลำดับซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย

**ตารางที่ 4.10 :** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth: OG)

การเติบโตขององค์กร	Mean	Std. Deviation	การแปลความหมาย
OG1.การปฏิบัติงานของท่านส่งผลทำให้บริษัทเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4.25	0.687	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
OG2.การเติบโตของยอดขายบริษัทท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4.14	0.720	เห็นด้วย
OG3.ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4.01	0.786	เห็นด้วย
OG4.จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.99	0.774	เห็นด้วย
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>0.578</b>	<b>เห็นด้วย</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมของด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 และ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.578 โดยมีรายละเอียดของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการปฏิบัติงานของท่านส่งผลทำให้ บริษัทเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.687 ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมา การเติบโตของยอดขายบริษัทท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และจำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14, 4.01 และ 3.99 ตามลำดับ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานมีค่าเท่ากับ 0.720, 0.786 และ 0.774 ตามลำดับ ซึ่งสามารถแปลความหมายเป็นระดับความคิดเห็นได้ คือ เห็นด้วย



### 4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีจากการค้นคว้าข้อมูลจากบทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากบทความและงานวิจัยทางวิชาการที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ 1. ทฤษฎีฐานทรัพยากร 2. ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม 3. แนวคิดด้านการเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กร และ 4. แนวคิดเรื่องการเจริญเติบโตขององค์กร โดยอ้างอิงและปรับปรุงมาจาก การศึกษาของ Okwor H et al., (2022) ซึ่งประกอบไปด้วย 7 ปัจจัยแบ่งออกเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variables) 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity) ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption) ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) 1 ปัจจัย คือ ด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

#### 4.3.1 การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) เพื่อทำการจัดกลุ่มความสัมพันธ์ใหม่ว่าตัวแปรสังเกตได้ตัวแปรใดบ้างที่ควรอยู่ในปัจจัยเดียวกัน โดยการนำเอาข้อมูลของตัวแปรเดิมที่เป็นตัวแปรสังเกตได้มาไว้ที่ปัจจัยใหม่ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด โดยการพิจารณา ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin:KMO) ดังตารางที่ 4.11

**ตารางที่ 4.11:** ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin:KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of Sphericity)

#### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	0.681
Approx. Chi-Square	1135.258
Bartlett's Test of Sphericity Df	171
Sig.	0.000

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่าสถิติของไคเซอร์-ไมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin:KMO) มีค่าเท่ากับ 0.681 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถแปลความหมายได้ว่า เหมาะสมดีมากที่สุดที่จะวิเคราะห์ปัจจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และค่าสถิติของบาร์ทเล็ต (Bartlett's Test of

Sphericity) พบว่าค่าสถิติไค-สแควร์ (Approx. Chi-Square) ที่ใช้ในการทดสอบมีค่าเท่ากับ 1135.258 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีค่า P-Value เท่ากับ  $<0.001$  ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แปลความหมายได้ว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันมาก และข้อมูลมีความเหมาะสมที่จะทำการวิเคราะห์ปัจจัย และสกัดปัจจัยต่อไปซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ปัจจัยจากตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variables) ที่เป็นข้อคำถาม ในแบบสอบถาม จำนวน 19 ข้อคำถาม ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) จำนวน 3 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity) จำนวน 2 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) จำนวน 3 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) จำนวน 2 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption) จำนวน 2 ข้อคำถาม ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) จำนวน 3 ข้อคำถาม ด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) จำนวน 4 ข้อคำถาม โดยกำหนดการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax

ตารางที่ 4.12: ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ก่อนหมุนแกน

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
OG2	.803						
OG4	.771						
OG1	.752						
OG3	.703						
F3		.565					
OP3		.471					
P2		-.431					
POS3			.695				
POS1			-.576				
R2			-.518				
P1				.561			
OP1				-.525			
F1				-.434			
BD1					.577		
F2					-.502		
R1						.624	
BD2						.455	
POS2							.515
OP2							-.398

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

ตารางที่ 4.13: ค่าน้ำหนักปัจจัย (Factor Loading) ด้วยวิธีหมุนแกนแบบ Varimax

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
OG2	.817						
OG4	.770						
OG1	.770						
OG3	.697						
POS3		-.719					
R2		.673					
POS1		.672					
OP3			-.706				
F1			.680				
P2			.536				
OP2				.755			
P1				-.692			
OP1				.459			
POS2					.745		
R1						.671	
BD2						.670	
F3						-.458	
BD1							.779
F2							-.552

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 7 iterations.

จากตารางที่ 4.13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยหลังจากหมุนแกนด้วยวิธี Varimax ทำให้สามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ จำนวน ปัจจัย ดังนี้

ปัจจัยกลุ่มที่ 1 คือ ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth: OG) ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร 2 ตัวแปร

ปัจจัยกลุ่มที่ 2 ตัวแปรสังเกตได้จากปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support : POS) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption: R) 1 ตัวแปร จึงกำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 3 ใหม่ คือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support: POS) เพราะมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ กลุ่มผู้ส่งเสริมโอกาสมีค่าสูงที่สุด

ปัจจัยกลุ่มที่ 3 ตัวแปรสังเกตได้จากปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter : OP) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility: F) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity : P) 1 ตัวแปร แต่เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของกลุ่มปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรสูงที่สุดและได้กำหนดชื่อปัจจัยดังกล่าวในปัจจัยกลุ่มที่ 2 แล้ว ดังนั้นจึงพิจารณาอีก 2 ปัจจัยที่เหลือ และได้กำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 3 ใหม่ คือ ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility: PF)

ปัจจัยกลุ่มที่ 4 ตัวแปรสังเกตได้จากปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter : OP) 2 ตัวแปร ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity : P) 1 ตัวแปร จึงกำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 1 ใหม่ คือ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter : OP) เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้กลุ่มผู้ส่งเสริมโอกาสมีค่าสูงที่สุด

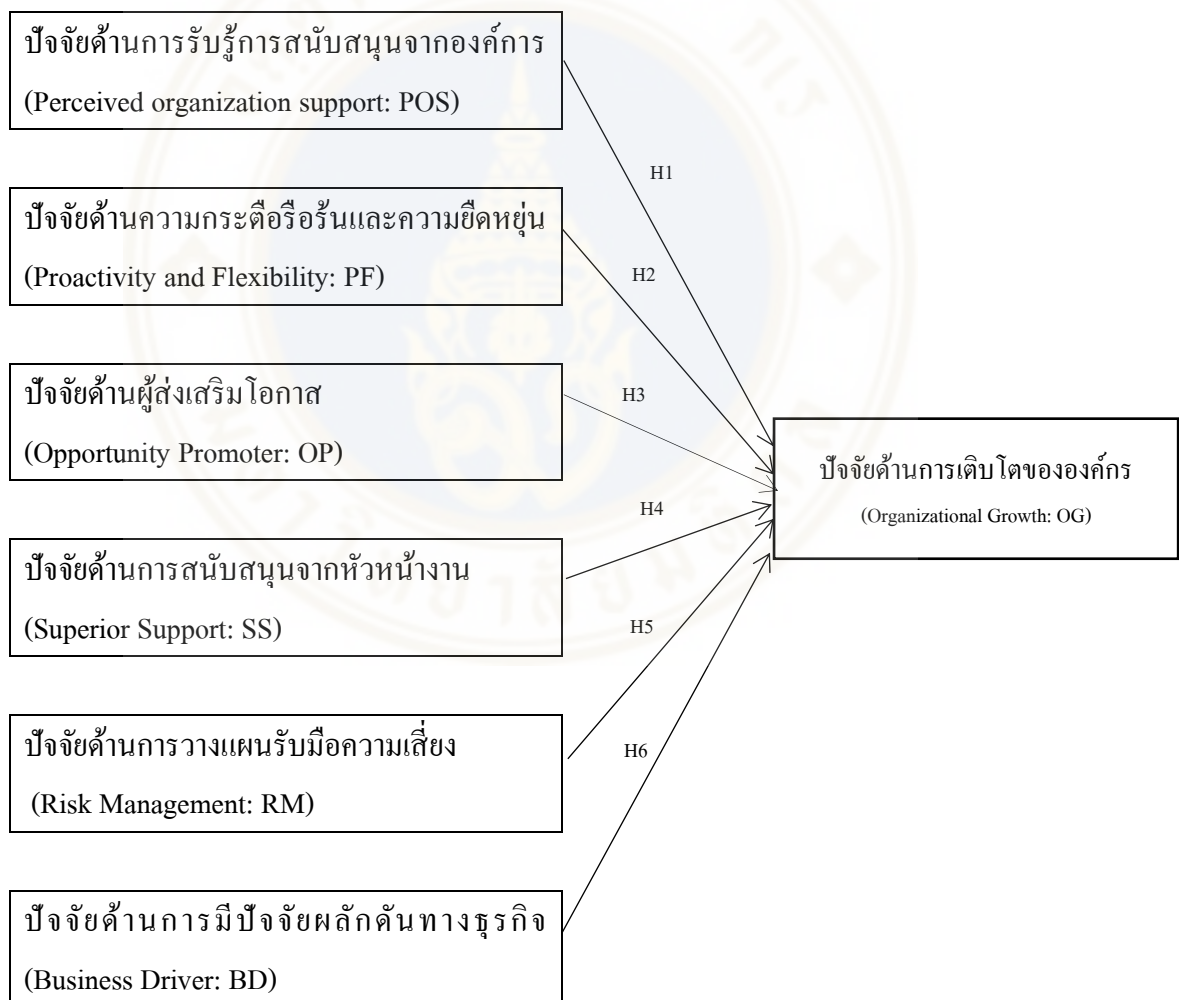
ปัจจัยกลุ่มที่ 5 ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้จาก ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support : POS) 1 ตัวแปร เมื่อพิจารณาข้อคำถามของตัวแปรสังเกตได้ จากการอ้างอิงแบบสอบถามในงานวิจัยบทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย กล่าวถึงการสนับสนุนของหัวหน้างาน ดังนั้นจึง กำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 5 คือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support: SS)

ปัจจัยกลุ่มที่ 6 ตัวแปรสังเกตได้จากปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) 1 ตัวแปร แต่เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้ของกลุ่มปัจจัยด้านการรับความเสี่ยงมีค่าสูงที่สุด และเมื่ออ้างอิงข้อคำถามจากแบบสอบถามในงานวิจัยบทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย ดังนั้น จึงกำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 6 ใหม่ คือ ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management: RM)

ปัจจัยกลุ่มที่ 7 ตัวแปรสังเกตได้จากปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver : BD) 1 ตัวแปร ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility: F) 1 ตัวแปร เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์

สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตได้กลุ่มผู้ส่งเสริมโอกาสมีค่าสูงที่สุด และข้อความของตัวแปรสังเกตในปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility: F) มีเนื้อหาเกี่ยวกับการได้มาซึ่งทรัพยากรในการผลักดันธุรกิจ ดังนั้นจึงกำหนดชื่อปัจจัยกลุ่มที่ 7 ใหม่ คือ ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver : BD)

หลังจากทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) พบว่าสามารถจัดกลุ่มความสัมพันธ์ของข้อความที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ใหม่ ซึ่งไม่เป็นไปตามกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework) ดังที่แสดงไว้ในบทที่ 2 ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงขอนำเสนอกรอบแนวคิดงานวิจัยใหม่ (Modified Conceptual Framework) ดังรูปภาพที่ 4.1



รูปภาพที่ 4.1 : แสดงกรอบแนวคิดจากการปรับปรุงเพื่อการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework)

ที่มา: ปรับปรุงมาจาก Okwor H et al., (2022)



โดยผู้วิจัยทำการตั้งสมมติฐานใหม่ตามกรอบแนวคิดใหม่ในการศึกษาวิจัย (Modified Conceptual Framework) ที่เกิดจากการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) ดังตารางที่ 4.14 และ 4.15 โดยสามารถตั้งสมมติฐานใหม่ได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

#### 4.4 การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA)

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor analysis: EFA) ผู้วิจัยได้พบกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยที่ปรับปรุงใหม่ (Modified Conceptual Framework) และได้สมมติฐานการวิจัยใหม่ขึ้น จึงนำมาทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA) ด้วยวิธี Enter ซึ่งผู้วิจัยจะทำการทดสอบสมมติฐาน เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น และตัวแปรตาม และเพื่อสรุปผลการทดสอบว่า มีตัวแปรอิสระใดบ้าง ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ และทดสอบสมมติฐานผ่านค่าสถิติ F-Test และค่า t-test

##### 4.4.1 การนำเสนอสมการความสัมพันธ์รูปเส้นตรงเชิงเส้น ครั้งที่ 1

ตารางที่ 4.14: ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ครั้งที่ 1

R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
0.652 <sup>a</sup>	0.425	0.417		0.44277

a. Predictors: (Constant), RM, BD, SS, OP, POS, PF

b. Dependent Variable: OG

จากตารางที่ 4.14 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร โดยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.417 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้ง 6 ตัว มีความแม่นยำในการพยากรณ์ ร้อยละ 41.7 ที่เหลือร้อยละ 58.3 มาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในครั้งนี้

ตารางที่ 4.15 : ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ครั้งที่ 1

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	61.331	6	10.222	52.140	<.001 <sup>b</sup>
Residual	82.928	423	0.196		
Total	144.259	429			

a. Dependent Variable: OG

b. Predictors: (Constant), RM, BD, SS, OP, POS, PF

จากตารางที่ 4.15 เป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) โดยสามารถตั้งสมมติฐานรวมของสมการการถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

H0: ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลเชิงบวกต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

พบว่า ค่า Sig ของ ANOVA มีค่าเท่ากับ <0.001 ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

**ตารางที่ 4.16 : ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณการเติบโตขององค์กร(Organizational Growth) ครั้งที่ 1**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.558	0.501		-5.106	<.001
POS	0.405	0.065	0.237	6.248	<.001
PF	0.303	0.071	0.162	4.255	<.001
OP	0.398	0.063	0.243	6.362	<.001
SS	-0.065	0.040	-0.060	-1.605	0.109
RM	-0.076	0.066	-0.043	-1.154	0.249
BD	0.677	0.051	0.495	13.263	<.001

Dependent Variable: OG

จากตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการภายในที่ส่งต่อการเติบโตขององค์กร ครั้งที่ 1 โดยใช้สถิติ t-test หรือ ค่า sig. เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ไม่ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ <.001 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีความน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีความน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 4 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีความน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support: SS) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 5 ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test เท่ากับ 0.249 ซึ่งมีความมากกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management: RM) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver: BD) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีความน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver: BD) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ครั้งที่ 1 พบว่า มี 4 ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) คือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่วนที่เหลืออีก 2 ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) และปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำ 2 ปัจจัยดังกล่าวออกจากการวิเคราะห์ และทำการทดสอบครั้งที่ 2 ดังนี้

#### 4.4.2 การนำเสนอสมการความสัมพันธ์รูปเชิงเส้นตรง ครั้งที่ 2



**ตารางที่ 4.17 :** ตัวแบบที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ครั้งที่ 2

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0.648 <sup>a</sup>	0.420	0.414	0.44383

- a. Predictors: (Constant), RM, BD, SS, OP, POS, PF  
b. Dependent Variable: OG

จากตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร โดยวิธีการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า ค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.420 หมายความว่า ตัวแปรอิสระ 1 ตัวนั้น มีความแม่นยำในการพยากรณ์ ร้อยละ 42.0 ที่เหลือร้อยละ 58.0 มาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

**ตารางที่ 4.18 :** ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ครั้งที่ 2 ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	60.540	4	15.135	76.834	<0.001 <sup>b</sup>
Residual	83.719	425	0.197		
Total	144.259	429			

- a. Dependent Variable: OG  
b. Predictors: (Constant), BD, POS, PF, OP

จากตารางที่ 4.18 เพื่อเป็นการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้หลักการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) สามารถตั้งสมมติฐานรวมของสมการการถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ได้ดังนี้

H0: ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ส่งผลเชิงบวกต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

พบว่า ค่า Sig ของ ANOVA มีค่าเท่ากับ  $<0.001$  ซึ่งน้อยกว่าค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) หมายความว่ามีความได้ว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

**ตารางที่ 4.19 :** ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณการเติบโตขององค์กร(Organizational Growth) ครั้งที่ 2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-2.991	0.444		-6.733	<.001
POS	0.384	0.064	0.224	5.996	<.001
PF	0.299	0.071	0.160	4.213	<.001
OP	0.388	0.062	0.237	6.221	<.001
BD	0.677	0.051	0.496	13.256	<.001

Dependent Variable: OG

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการภายในที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร ครั้งที่ 2 โดยใช้สถิติ t-test หรือ ค่า sig. เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้ผลดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<0.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ไม่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter: OP) ส่งผลต่อเชิงบวกการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สมมติฐานที่ 6 ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H0: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ไม่ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

H1: ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

จากค่า Sig. ของสถิติ t-test มีค่าเท่ากับ  $<.001$  ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ 0.05 จึงสรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver: BD) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression) ครั้งที่ 2 พบว่า ปัจจัยทั้ง 4 ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) จึงใช้ผลการทดสอบนี้เป็นโมเดลสุดท้าย (Final Model)

#### 4.4.3 การทดสอบตัวแปรตาม และค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)

ตารางที่ 4.20 : ค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร်นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test)

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		OG	Standardized Residual
N		430	430
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	4.0971	0.0000000
	Std. Deviation	.57989	0.99532708
Most Extreme Differences	Absolute	0.155	0.043
	Positive	0.155	0.027
	Negative	-0.134	-0.043
Test Statistic		0.155	0.043
Asymp. Sig. (2-tailed)		<0.001	0.057

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

สมมติฐานการทดสอบการแจกแจงแบบปกติ (Normal Distribution)

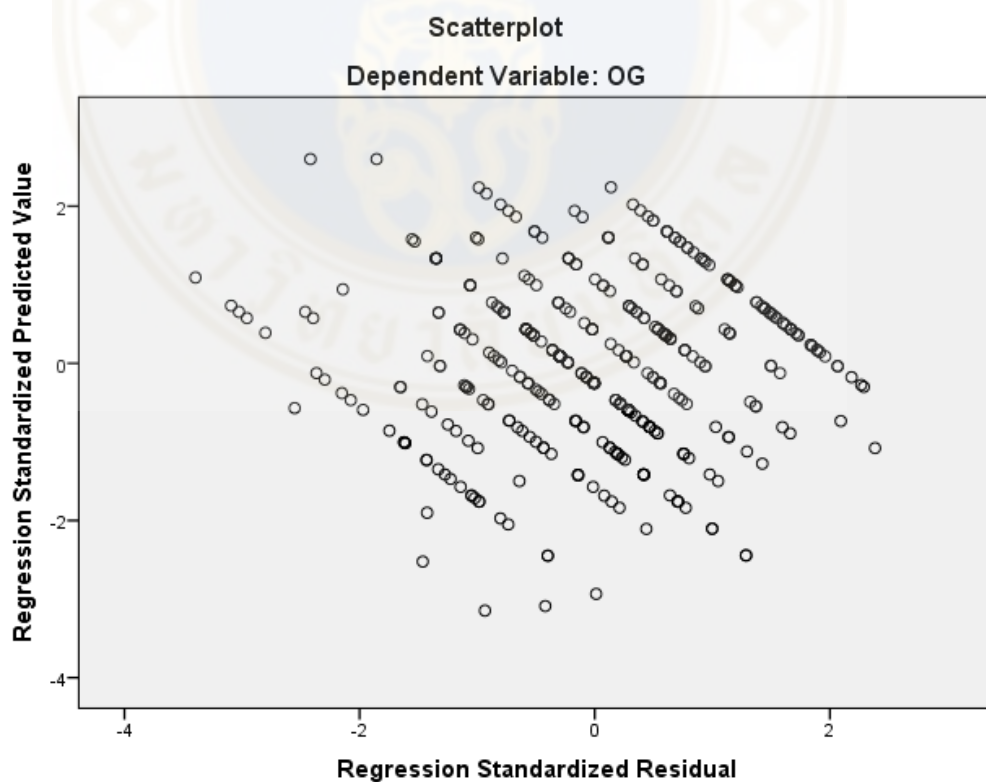
H0: ข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ

H1: ข้อมูลมีการแจกแจงแบบไม่ปกติ

จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร်นอฟ (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test) ซึ่งใช้เพื่อทดสอบการแจกแจงประชากรว่าเป็นแบบปกติหรือไม่ปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564) พบว่า ค่าระดับนัยสำคัญหรือค่า Sig. ของค่าความคลาดเคลื่อน

(Standardized Residual) มีค่าเท่ากับ 0.057 ซึ่งมีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ยอมรับสมมติฐานหลัก (H0) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ค่าความคลาดเคลื่อนมีแจกแจงแบบปกติ สำหรับการทดสอบการแจกแจงปกติของตัวแปรตามพบว่า ค่าระดับนัยสำคัญหรือค่า Sig. ของตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ <math><0.001</math> ซึ่งมีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) กล่าวคือ ตัวแปรตามมีแจกแจงแบบไม่ปกติ แต่จากการทบทวนวรรณกรรมพบทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ ส่วนกลาง (Central Limit Theorem) ซึ่งระบุว่า สำหรับประชากรใดๆ ถ้าเก็บตัวอย่างในจำนวนที่มากพอ การกระจายของค่าตัวอย่างดังกล่าวจะมีแนวโน้มใกล้เคียงกับการกระจายแบบธรรมชาติ (Normal Distribution) ซึ่งทฤษฎีแนวโน้มนำเข้าสู่ส่วนกลางระบุว่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้การ แจกแจงเป็นแบบปกติ ควรมีมากกว่า 30 ตัวอย่าง (Bland, 1996) ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มีจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ทั้งหมด 430 ตัวอย่าง ถือว่าตัวแปรตามเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ

#### 4.4.4 การทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic)



รูปภาพที่ 4.2 : การทดสอบค่าความแปรปรวนของค่าความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่โดยใช้ Scatterplot

จากรูปที่ 4.2 พบว่า ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่โดยใช้ Scatterplot ของโมเดลสุดท้าย (Final Model) โดยพิจารณาจากแผนภาพการกระจาย Scatterplot พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในช่วง  $\pm 4$  และมีค่าการกระจายแบบสุ่ม จึงสรุปได้ว่าค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ โดยความผันแปรของการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรต้นของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ร้อยละ 42.0 ที่เหลือร้อยละ 58.0 มาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

#### 4.4.5 ทดสอบความเป็นอิสระจากกันของค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors)

ตารางที่ 4.21: ตารางแสดงค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Error) เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
0.648 <sup>a</sup>	0.420	0.414	0.44383	1.876

a. Predictors: (Constant), RM, BD, SS, OP, POS, PF

b. Dependent Variable: OG

จากตารางที่ 4.21 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบ Durbin-Watson เพื่อทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของตัวแปร พบว่ามีค่าเท่ากับ 1.876 ซึ่งอยู่ในช่วงระหว่าง 1.5 – 2.5 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานหลัก หรือ H0 คือ มีค่าความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระต่อกัน และไม่ก่อให้เกิดปัญหา Autocorrelation (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564)

#### 4.4.6 ปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Multicollinearity)

ตารางที่ 4.22: ตารางแสดงผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-2.991	0.444		-6.733	<.0001		
POS	0.384	0.064	0.224	5.996	<.0001	0.976	1.025
PF	0.299	0.071	0.160	4.213	<.0001	0.946	1.057
OP	0.388	0.062	0.237	6.221	<.0001	0.940	1.064
BD	0.677	0.051	0.496	13.256	<.0001	0.976	1.024

Dependent Variable: OG



การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุได้กำหนดให้ตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องเป็นอิสระต่อกัน โดยจากตารางที่ 4.24 แสดงผลการทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของโมเดลสุดท้าย (Final Model) พบว่า Tolerance ของปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) มีค่าเท่ากับ 0.976 ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) มีค่าเท่ากับ 0.946 ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) มีค่าเท่ากับ 0.940 ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) มีค่าเท่ากับ 0.976 ซึ่งค่า Tolerance ของทั้ง 4 ตัวแปร มีค่าเข้าใกล้ 1 หรือมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2564)

ส่วนค่า Variance Inflation Factor (VIF) ของปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) มีค่าเท่ากับ 1.025 ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) มีค่าเท่ากับ 1.057 ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) มีค่าเท่ากับ 1.064 ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) มีค่าเท่ากับ 1.024 ถือว่ายอมรับได้ เนื่องจากตัวแปรอิสระมีค่า VIF น้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่เกิดปัญหา Multicollinearity (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2564)

#### 4.5 บทสรุป

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์พบว่า จากข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม 430 คนที่ผ่านเกณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 279 คน มีอายุ 31-40 ปี มีจำนวน 237 คน มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 412 คน ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (EFA) โดยกำหนดวิธีหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และกำหนดวิธีการสกัดองค์ประกอบตัวแปรแบบ Fixed Number of Factors ซึ่งกำหนดไว้ที่ 7 ปัจจัย ทำให้สามารถจัดกลุ่มความสัมพันธ์ใหม่ ได้ดังนี้ ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน Superior Support) ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อด้วยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลเชิงบวก

ต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) มี 4 ปัจจัย ประกอบ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) เนื่องจากค่า Sig. ของค่าสถิติ t-test น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 จึงสามารถปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H0) และยอมรับสมมติฐานรอง (H1) และถือเป็นโมเดลสุดท้าย (Final Model) ของงานวิจัยนี้ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรตาม และค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแปรที่มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality) ตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA) ด้วยการทดสอบโคโมโกรอฟ สเมอร์นอฟ (One-Sample Kolmogorov Test) พบว่า กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้มีการแจกแจงแบบปกติ จากนั้นทดสอบค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ด้วยวิธี Scatter Plot พบว่าเป็นค่าคงที่ (Homoscedastic) เมื่อทดสอบความเป็นอิสระจากกันผ่านค่าความคลาดเคลื่อน (Residual Errors) ด้วยการใช้ค่า Durbin-Watson พบว่า ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation สุดท้ายผู้วิจัยได้ทดสอบค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่นๆ และไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้

## บทที่ 5

### การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้ การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะผู้ประกอบการภายในและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ และยังมีสถานะเป็นพนักงานประจำจำนวน 430 คน ใช้สอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Linear Regression) ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสามารถสรุปผลอภิปรายผลการวิจัย และมีข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย

5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

#### 5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

5.2.1 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

5.2.2 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

#### 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในภาคปฏิบัติ

5.3.2 ข้อเสนอแนะทางด้านการศึกษาวิจัยและงานวิชาการ

#### 5.4 บทสรุป

### 5.1 การสรุปผลการศึกษาวิจัย

#### 5.1.1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.1.1.1 ลักษณะข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง 430 คน จำแนกตาม เพศ เป็นเพศหญิงมีจำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 64.9 จำแนกตามอายุ ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีจำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 55.1 จำแนกตามระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 412 คน คิดเป็นร้อยละ 95.8

5.1.1.2 ลักษณะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จำนวน 430 คน พบว่า ปัจจัยอันดับแรกที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยคือ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter: OP) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท ปัจจัยรองลงมาคือ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการที่บริษัทมีการให้รางวัลและมียอดค้ำประกันในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เป็นที่น่าพอใจ ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการปฏิบัติงานของตนเองส่งผลทำให้บริษัทเป็นอย่างไรมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอเพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท และท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ขึ้นในบริษัท ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับการเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำตามความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่แน่นอน ปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยกับพยายามอธิบายความสำคัญของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอสำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ

### 5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐาน

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) ทำให้สามารถจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ และสามารถตั้งสมมติฐานใหม่ (อ้างอิงจากบทที่ 4) และวิเคราะห์ตามสมมติฐาน การวิจัยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) เพื่อทดสอบสมมติฐาน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามตารางที่ 5.1 ดังนี้

ตารางที่ 5.1: แสดงผลการสรุปผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่	ตัวแปร	ผลการทดสอบสมมติฐาน
1	ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ยอมรับสมมติฐาน
2	ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ยอมรับสมมติฐาน
3	ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ยอมรับสมมติฐาน
4	ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ปฏิเสธสมมติฐาน
5	ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ปฏิเสธสมมติฐาน
6	ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth)	ยอมรับสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานตามตารางที่ 5.1 จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัย มีถึง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านการส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Unstandardized Coefficients: Beta) เท่ากับ 0.677 , 0.388, 0.384 และ 0.299 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 4 ปัจจัย สามารถร่วมกันอธิบายการศึกษาการเติบโตขององค์กร บริษัทข้ามชาติในประเทศไทย ได้ร้อยละ 42.0

## 5.2 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย และข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

### 5.2.1 การอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

ตารางที่ 5.2 : แสดงการอภิปรายผลการศึกษาวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
1. ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ	Joshi (2018) Cera & Kusaku (2020) Long (2022) Okwor et al.,(2022) Nadia et al., (2022) อภิญญา สองโท (2563) ศกาทิพย์ บัวพงษ์ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2564)	Anwar & Abdullah (2021)
2. ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ	Joshi (2018) Neessen et al. (2019) Okwor et al. (2022) Nadia et al. (2022) ศกาทิพย์ บัวพงษ์ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข (2564)	
3. ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ	Cera & Kusaku (2020) Anwar & Abdullah (2021) อภิญญา สองโท (2563) Butali & Njoroge (2015)	



ตารางที่ 5.2 แสดงการอภิปรายผลการศึกษาวิจัย (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน	งานวิจัยที่สอดคล้อง	งานวิจัยที่ไม่สอดคล้อง
4. ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ		Nadia et al. (2022) Joshi (2018) จิรัชญา สุขโกคา และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) อภิญญา สองโท (2563)
5. ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ		Neessen et al. (2019) Okwor et al. (2022) Nadia et al. (2022) นงเยาว์ อินทะนาม และ คณะ (2563)
6. ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร	ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ	Okwor et al. (2022) Nadia et al. (2022) Joshi (2018)	

จากตารางที่ 5.2 ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาของปัจจัยทั้ง 6 ปัจจัยดังนี้

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Joshi (2018) ทำการสำรวจพนักงานจากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน จำนวน 200 คน พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านการสนับสนุนจากองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตขององค์กร Cera & Kusaku (2020) สำรวจกลุ่มตัวอย่างพนักงานส่วนท้องถิ่น จาก 4 เทศบาล จำนวน 162 คน พบว่า การสนับสนุนจากองค์กรในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและการฝึกอบรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร Long (2022) ใช้แนวทางการวิจัยเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยในอดีต พบว่า การสนับสนุนองค์กรมีผลกระทบต่อ

ผลงานประสิทธิภาพขององค์กร Okwor H et al.,(2022) ที่ทำการสำรวจพนักงาน 480 คนในบริษัทขนาดเล็กจำนวน 34 บริษัทจากประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการภายในมีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กร โดยผ่านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ Nadia et al., (2022) สำรวจผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน พบว่า การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนจากองค์กรมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัท อภิญา สองโท (2563) สำรวจพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒนพิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 580 คน พบว่า คุณค่าที่ได้รับจากองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และผูกพัน บัณฑิต และ กฤษดา เชียรวัฒน์สุข (2564) สำรวจประชากรนักวิจัยจากสถาบันวิจัยแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน 213 คน พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งในด้านเวลา คุณภาพ และปริมาณ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่มีงานวิจัยที่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เช่น งานวิจัยของ Anwar & Abdullah (2021) สำรวจพนักงานที่ทำงานในเทศบาลส่วนภูมิภาคและกระทรวงทรัพยากรน้ำในเขตเคอร์ติสถานของประเทศอิรัก จำนวน 240 คน พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจในการทำงาน การฝึกอบรมพนักงาน และความปลอดภัยในการทำงานไม่มีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร ซึ่งทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยการสนับสนุนจากองค์กร

ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ส่งผลต่อด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Joshi (2018) ทำการสำรวจพนักงานจากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน จำนวน 200 คน พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับความยืดหยุ่น โครงสร้างองค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตขององค์กร Neessen et al. (2019) ที่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า ความสร้างสรรค์เชิงรุก การกล้าเสี่ยงปัจจัยที่ใช้กับพนักงานในการกำหนดการเป็นผู้ประกอบการภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร Okwor et al. (2022) ทำการสำรวจพนักงาน 480 คนในบริษัทขนาดเล็กจำนวน 34 บริษัทจากประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ในด้านความกระตือรือร้น,ความยืดหยุ่นมีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กร Nadia et al. (2022) สำรวจผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน พบว่า การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรในที่เกี่ยวข้องกับความกระตือรือร้น ,ความยืดหยุ่นมีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัท ผกาทิพย์ บัณฑิต และ กฤษดา เชียรวัฒน์สุข (2564) ทำการสำรวจประชากรนักวิจัยจากสถาบันวิจัยแห่งหนึ่งในประเทศไทยจำนวน 213 คน พบว่า ความต้องการที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่ทำนายและด้านความต้องการที่จะบรรลุ

ความสำเร็จเพื่อให้เป็นที่ยอมรับนั้น ส่งผลกับประสิทธิภาพในการทำงาน ทั้งในด้านเวลา คุณภาพ และปริมาณ

ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Cera & Kusaku (2020) สัมภาษณ์ตัวอย่างพนักงานส่วนท้องถิ่น จาก 4 เทศบาล จำนวน 162 คน พบว่า Anwar & Abdullah (2021) สัมภาษณ์พนักงานที่ทำงานในเทศบาลส่วนภูมิภาคและกระทรวงทรัพยากรน้ำในเขตเคอร์ดิสถานของประเทศอิรัก จำนวน 240 คน พบว่า การทำงานร่วมกันเป็นทีมมีผลต่อประสิทธิภาพขององค์กร Butali & Njoroge (2015) ทำการสำรวจพนักงาน 5,866 คน จาก 3 บริษัท ในประเทศเคนยา พบว่า การมีส่วนร่วมของพนักงานในการส่งเสริมโอกาสมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อภิญา สองโท (2563) ทำการสำรวจพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 580 คน พบว่า โอกาสในการมีส่วนร่วมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน (Superior Support: SS) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Nadia et al. (2022) สัมภาษณ์ผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน พบว่า การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรในด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัท Joshi (2018) การสำรวจกลุ่มตัวอย่างประชากร 200 คน จากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน พบว่า การสนับสนุนจากเพื่อร่วมงานหรือหัวหน้างาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกการเติบโตขององค์กร จิรัชญา สุขโกคา และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2561) ทำการสำรวจพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 200 คน พบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ อภิญา สองโท (2563) การสำรวจพนักงานระดับปฏิบัติการกลุ่มธุรกิจอุปโภคบริโภค บริษัท สหพัฒน์พิบูล จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ จำนวน 580 คน พบว่า การให้ความสนับสนุนจากหัวหน้างานและเพื่อนร่วมงานส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน

ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Neessen et al. (2019) เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาพบว่า ความสร้างสรรค์เชิงรุก การกล้าเสี่ยงเป็นปัจจัยที่ใช้กับพนักงานในการกำหนดการเป็นผู้ประกอบการภายในที่มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร Okwor et al. (2022) ทำการสำรวจพนักงาน 480 คนในบริษัทขนาดเล็กจำนวน 34 บริษัทจากประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษาพบว่า

สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ด้านการรับความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กร Nadia et al. (2022) สํารวจผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน พบว่า การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความเสี่ยง มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัท และนางเยาว์ อินทะนาม และคณะ (2563) ทำการสำรวจ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 482 ราย พบว่า การดำเนินการเชิงรุกด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์

ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตได้แก่ Okwor et al. (2022) ทำการสำรวจพนักงาน 480 คนในบริษัทขนาดเล็กจำนวน 34 บริษัทจากประเทศไนจีเรีย ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน ด้านแรงผลักดันทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับการเติบโตขององค์กร Nadia et al. (2022) สํารวจผู้จัดการระดับสูง 180 คน จากประเทศปากีสถาน พบว่า การเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการผลักดันทางธุรกิจ มีผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับการเติบโตของบริษัท และ Joshi (2018) การสำรวจกลุ่มตัวอย่างประชากร 200 คน จากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน พบว่า ทำการสำรวจพนักงานจากบริษัทต่างๆ ในประเทศโอมาน จำนวน 200 คน พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการภายในองค์กรเกี่ยวข้องกับการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตขององค์กร

## 5.2.2 ข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย (Theoretical Conceptual Framework) จากการประยุกต์แบบจำลองทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในและการเติบโตขององค์กร (Okwor H et al., 2022) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จำนวน 430 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ทำให้ผู้วิจัยสามารถพบข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการดังต่อไปนี้

5.2.2.1 จากการประยุกต์แบบจำลองทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีต่อการเติบโตขององค์กร มีตัวแปรทั้งหมด 7 ปัจจัย โดยแบ่งเป็น ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) 6 ปัจจัยคือ ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้น (Proactivity) ปัจจัยด้านความยืดหยุ่น (Flexibility) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver)

ปัจจัยด้านการรับความเสี่ยง (Risk Assumption) ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) 1 ปัจจัย คือ การเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) หลังจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax พบว่า สามารถจัดกลุ่มความสัมพันธ์ของข้อคำถามที่เป็นตัวแปรสังเกตได้ใหม่ ซึ่งไม่เป็นไปตามกรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัยเชิงทฤษฎี (Theoretical Conceptual Framework) ดังที่แสดงไว้ในบทที่ 2 ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงปรับปรุงและนำเสนอกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัยใหม่ (Independent Variable) 7 (Independent Variable) ที่ประกอบด้วยตัวแปรอิสระ 6 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากหัวหน้างาน Superior Support) ปัจจัยด้านการวางแผนรับมือความเสี่ยง (Risk Management) ปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business Driver) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) 1 ปัจจัย คือการเติบโตขององค์กร (Organizational Growth) โดยอ้างอิงจากรูปภาพที่ 4.1 ในบทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

5.2.2.2 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาในบริบทของสมรรถนะผู้ประกอบการภายในและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย มี 3 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทที่ 2 และจากการอภิปรายผลการศึกษาวิจัย เปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตว่ามีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกันอย่างไร โดยเป็นการเปรียบเทียบทางอ้อม (Indirect Comparison) ทั้งในเรื่องของช่วงเวลาในการศึกษาวิจัย กลุ่มตัวอย่าง องค์ประกอบของสมรรถนะผู้ประกอบการภายในและการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประเภทของธุรกิจ และประเทศที่ศึกษา ที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ผลการศึกษาวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จำนวน 430 คน มีผลต่อการเติบโตขององค์กร



บริษัทข้ามชาติในประเทศไทย โดยศึกษาในปี 2566 เป็นข้อค้นพบใหม่ทางวิชาการของการศึกษาวิจัยครั้งนี้

## 5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาวิจัย

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในภาคปฏิบัติ

จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ข้อสรุปว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) มีผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย จึงนำไปสู่ข้อเสนอแนะในภาคปฏิบัติดังนี้

5.3.1.1 องค์กรควรมีการกำหนดเป้าหมายในการสนับสนุนพนักงานให้ผู้ประกอบการภายในที่ชัดเจน และแจ้งให้พนักงาน รับทราบถึงเป้าหมายและพร้อมที่จะร่วมกันพัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ

5.3.1.2 องค์กรควรมีการอบรมให้ความรู้ หรือจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร เรียนรู้วิธีการได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างความคิดริเริ่มใหม่ รวมถึงวิธีการประเมินต้นทุนและประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด และทักษะการนำเสนอผลงาน

5.3.1.3 องค์กรควรให้ความสำคัญกับด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่พนักงานที่ทันสมัยมากขึ้น เช่น เครื่องมือในการปฏิบัติงาน และอุปกรณ์ที่พร้อมในการปฏิบัติงาน เทคโนโลยีต่างๆที่ใช้ในการทำงาน รวมถึงมีการปรับภูมิทัศน์ในที่ทำงานให้ดูดี เป็นระเบียบเรียบร้อย

5.3.1.4 องค์กรควรจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ ให้เพียงพอในการสนับสนุนพนักงานให้มีความคิดริเริ่มใหม่ เนื่องจากพนักงานต้องใช้เวลาและความพยายามในการคิดค้นค้าใหม่หรือธุรกิจใหม่ ทางองค์กรต้องสนับสนุนในเรื่องเงินทุนและกำลังคนที่เพียงพอ แต่หากองค์กรให้การสนับสนุนที่ไม่เพียงพอ อาจมีผลกระทบกับผลประกอบการขององค์กร

5.3.1.5 องค์กรควรสนับสนุนให้มีการทำงานเป็นทีมที่มีสมาชิกมาจากหลายฝ่าย เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ที่มีอยู่ในแต่ละคน รวมถึงการจัดให้มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นบ่อย ๆ เพื่อการหล่อหลอมทัศนคติ ค่านิยม ในการสร้างบรรยากาศการเป็นผู้ประกอบการ



5.3.1.6 องค์กรควรมีระบบการให้รางวัลเพื่อเป็นการตอบแทน เช่น การขึ้นเงินเดือน โบนัส หรือการเลื่อนตำแหน่ง แก่พนักงานที่ได้ทุ่มเทความพยายามและเผชิญกับความเสี่ยงต่าง ๆ ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้แก่องค์กร ซึ่งจะช่วยให้พนักงานเกิดความกระตือรือร้นในการในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่และมีแรงจูงใจที่จะเป็นผู้ประกอบการภายในที่มีประสิทธิภาพ

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะทางการศึกษาวิจัยและงานวิชาการ

5.3.2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ศึกษากับผู้แทนฯและเวชภัณฑ์บริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย ที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเวชภัณฑ์ เนื่องจากบริษัทฯเอกชน ได้แบ่งออกเป็นบริษัทฯเอกชนของคนไทย เน้นผลิตยาชื่อสามัญทั่วไป และมีราคาไม่สูง ส่วนอีกกลุ่มคือบริษัทฯของข้ามชาติ ที่ถือหุ้นส่วนใหญ่โดยต่างชาติ เป็นตัวแทนนำเข้ายาต้นตำรับหรือยาจดสิทธิบัตรมาจำหน่ายในราคาที่สูง ซึ่งในการศึกษานี้ได้ศึกษาเพียงในกลุ่มผู้แทนฯและเวชภัณฑ์บริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทยเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการศึกษาที่มีความหลากหลายมากขึ้น ในการศึกษารั้งต่อไปควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้แทนฯและเวชภัณฑ์จากบริษัทฯเอกชนของคนไทย แล้วนำผลการศึกษาที่ได้มาเปรียบเทียบกับผลการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อการพัฒนาปรับปรุงสมรรถนะผู้ประกอบการภายในและการสนับสนุนจากองค์กรให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้แทนฯและเวชภัณฑ์แต่ละกลุ่ม

5.3.2.2 จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (MRA) พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) สามารถอธิบายอิทธิพลที่มีต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย ร้อยละ 42.0 ที่เหลือร้อยละ 58.0 มาจากตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยในอนาคตควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติมที่อาจจะที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทฯข้ามชาติในประเทศไทย เช่น ปัจจัยด้านความรู้ความสามารถ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของพนักงาน ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร เป็นต้น

5.3.2.3 สำหรับการศึกษานในอนาคตควรมีการเพิ่มเติมการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เพื่อให้ทราบรายละเอียดของข้อมูลของแต่ละปัจจัยที่ชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะสามารถนำมายืนยันกับผลของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรม SPSS ที่สามารถระบุได้เพียงว่าสมมติฐานใดบ้างที่ถูกยอมรับ หรือถูกปฏิเสธเท่านั้น

## 5.4 บทสรุป

การศึกษาในบทที่ 5 การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ของการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้แทนฯและเวชภัณฑ์ของบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทยที่มีมูลค่าบริษัทสูง 10 อันดับแรก และอยู่ภายใต้สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์ และยังมีสถานะเป็นพนักงานประจำ จำนวน 430 คน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) ปัจจัยด้านความกระตือรือร้นและความยืดหยุ่น (Proactivity and Flexibility) ปัจจัยด้านผู้ส่งเสริมโอกาส (Opportunity Promoter) และปัจจัยด้านการมีปัจจัยผลักดันทางธุรกิจ (Business driver) มีผลเชิงบวกต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง พบว่า มีความสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีต ทำให้สามารถนำเสนอเป็นข้อค้นพบใหม่จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับในภาคปฏิบัติกับองค์กรที่เป็นบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย รวมไปถึงข้อเสนอแนะทางด้านการศึกษาวิจัยและงานวิชาการในอนาคต

## บรรณานุกรม

- กองยา สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา .ท้ายประกาศคณะกรรมการพัฒนาระบบแห่งชาติ เรื่อง เกณฑ์จริยธรรมว่าด้วยการส่งเสริมการขายยาของประเทศไทย พ.ศ. 2559. [Internet].[cited 22 เมษายน2559]. Available from: <https://www.fda.moph.go.th/sites/drug/SitePages/Law06-Announced-drug-Policy-Committee.aspx>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2564). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: หจก.สามลดา.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). สถิติสำหรับงานวิจัย.กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จริยา หอมกรุ่น. (2549). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา บริษัทประกันแห่งหนึ่ง. ปรินญาณิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิรัชญา สุขโกคา ,&วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์.(2561). อิทธิพลการรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานและจากองค์กรที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานผ่านความผูกพันต่อองค์กรและความไว้วางใจของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์.วารสารเวริเดียน ฉบับภาษาไทย, 11(2),1835-1852.
- ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSS และ AMOS.พิมพ์ครั้งที่ 18. นนทบุรี : บ.เอส.อาร์.พรินติ้งโปรดักส์.
- ผกาทิพย์ บัวพงษ์, & กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของนักวิจัยในสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. วารสารสมาคมนักวิจัย, 26(1), 179-194.
- สมพงษ์ เพชร, & กล้าหาญ ณ น่าน. (2562). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการ: กรณีศึกษา บริษัท ไทยโอบายาซิ จำกัด. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล, 5(2), 82-99.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อรณนพ สุทธนนท์ และวรรณิ ชัยเฉลิมพงษ์. (2556). ลักษณะการทำงานของผู้แทนยาที่เป็น  
เภสัชกรและผู้แทนยาที่ไม่ใช่เภสัชกร. ในการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงาน  
ระดับชาติ The 5<sup>th</sup> Annual Northeast Pharmacy Research Conference of 2013.(น.146-  
150). มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อินทะนาม, น., พ่อคำ, อ., & คลโสภณ, ก. (2563). การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อ  
ความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสาร  
การบัญชีและการจัดการ, 12(4), 83-95.
- Abdelmegeed Abdelwahed, N. A., Soomro, B. A., Shah, N. (2022). Determining employee  
satisfaction, intrapreneurship and firm growth among managers of Pakistan. *Heliyon*,  
8(3), e09097. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09097>
- Alves, C. A., & Gama, A. P. M. (2020). Family business performance: a perspective of family  
influence. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 22, 163-182.
- Antoncic, Bostjan, & Hisrich, Robert D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and  
cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.  
[https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(00\)00069-5](https://doi.org/10.1016/S0883-9026(00)00069-5)
- Anwar,G.,& Abdullah,N.N.(2021).The Impact of Human Resource Management Practice on  
Organization Performance.International journal of Engineering,Business and  
Management,5(1),35-47.
- Auer Antoncic, J., & Antoncic, B. (2011). Employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth:  
A model. *Industrial Management & Data Systems*, 111(4), 589-607.  
<https://doi.org/10.1108/02635571111133560>
- Aselage, J., & Eisenberger, R. (2003). Perceived organizational support and psychological  
contracts: A theoretical integration. *Journal of Organizational Behavior*, 24(5,  
SpecIssue), 491–509. <https://doi.org/10.1002/job.211>
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*,  
17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108> Blau, P. M. (1964).  
Exchange and power in social life. John Wiley and Sons.

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Bierwerth, M., Schwens, C., Isidor, R., & Kabst, R. (2015). Corporate entrepreneurship and performance: A meta-analysis. *Small Business Economics*, 45, 255-278.
- Butali, P., & Njoroge, D. (2018). Effect of employee participation on organizational performance with organizational commitment as a moderator. *International Journal of Scientific Research and Management*, 6(6), 478-485. <https://doi.org/10.18535/ijstrm/v6i6.el015>
- Cera, Elona & Kusaku, Anri. (2020). Factors Influencing Organizational Performance: Work Environment, Training-Development, Management and Organizational Culture. *European Journal of Economics and Business Studies*. 6. 16. 10.26417/ejes.v6i1.p16-27.
- Chouchane, R., Fernet, C., Austin, S., & Zouaoui, S.K. (2021). Organizational support and intrapreneurial behavior: On the role of employees' intrapreneurial intention and self-efficacy. *Journal of Management & Organization*, 1-17.  
<http://dx.doi:10.1017/jmo.2021.14>.
- Cronbach, L. J. (1984). *Essentials of psychological testing* (4th.ed.). New York, NY: Harper & Row.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic management: Creating competitive advantages*. McGraw-Hill/Irwin.
- Joshi, C. A. (2018). Impact of Intrapreneurship on Organizational Growth and Development. *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 6(1), 2145-2150. ISSN 2348-7585 (Online).
- Egwakhe, J., Omonijo, S., Akande, F., & Umukoro, J. (2022). Corporate entrepreneurship and organizational performance: Is organizational culture a growth accelerator? *International Journal of Management and Commerce Innovations*, 10(1), 206-216. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6606170>
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), 500-507. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.71.3.500>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Eisenberger, R., Fasolo, P., & Davis-LaMastro, V. (1990). Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75(1), 51-59. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.75.1.51>
- Foa, U. G., & Foa, E. B. (1974). *Societal structures of the mind*. Charles C Thomas.
- Galvez, E. J. (2011). Intra-entrepreneurial culture and innovation: An empirical study in the Colombian tourism micro and SMEs. *Cuadernos de Administracion*, 27(46), 1-12.
- Hair, J. F., Black, W.C., Babin, B. J.& Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Hariani, B., & Masdupi, E. (2019). The effect of transformational leadership, PEP, POS and organizational commitment on OCB: A literature review. In *Third International Conference on Economics Education, Economics, Business and Management, Accounting and Entrepreneurship (PICEEBA 2019)* (Vol. 97, pp. 371-378). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/piceeba-19.2019.43>
- Hiwarkar, A.S., & Vidyapeeth, T.M. (2019). Importance of Intrapreneurship. *Journal of Emerging Technologies and Innovative Research*, 6(1), 351-357.
- Homans, G. C. (1961). *Social behavior: Its elementary forms*. Harcourt, Brace, and World.
- Lombriser, R. (1994). *Top entrepreneurs*. The Financial Times. Pitman Publishing.  
<https://www.ft.com/?saveConsentPreferences=success>
- Long, B. (2022). Factors Affecting Organizational Performance : A Study on Four Factors : Motivation, Ability, Roles, and Organization Support. *SRAWUNG (Journal of Social Science and Humanities)*, 1(4).
- Lopez, S. V. (2005). Competitive advantage and strategy formulation: The key role of dynamic capabilities. *Management Decision*, 43(5/6), 661.  
<https://doi.org/10.1108/00251740510599233>
- Ndedi, A. A. (2004). Entrepreneurship and Black Economic Empowerment (BEE): An alternative way. In *Black Forum Conference*, University of South Africa, Pretoria.



## บรรณานุกรม (ต่อ)

- Neessen, P., Caniëls, M., Vos, B., & de Jong, J. (2017). The Intrapreneurial Employee: Towards an Integrated Model of Intrapreneurship and Research Agenda. *Academy of Management Proceedings*, 2017, 10355.
- Okwor, H., Ogbo, A., Ndu, V., & Onwe, C. C. (2022). Intrapreneurial competencies and firms' growth: The mediating effect of perceived organizational support. *International Entrepreneurship Review*, 8(2), 51-66. <https://doi.org/10.15678/IER.2022.0802.04>
- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. John Wiley.
- Pinchot, G., & Pellman, R. (1999). *Intrapreneuring in Action: A Handbook for Business Innovation*. Berrett-Koehler Publishers.
- Rathna, K. G., & Vijaya, T. G. (2009). Competencies of entrepreneurs and intrapreneurs: A comparative study. *South Asian Journal of Management*, 16(2), 28-60.
- Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective commitment to the organization: The contribution of perceived organizational support. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), 825-836. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.86.5.825>
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698–714. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.87.4.698>
- Tunpaioon N. Business trend/industry (2022) : pharmaceutical industry. Krungsri Research [Internet]. [cited 2022 Dec 6]. Available from : <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/chemicals/phamaceuticals/io/io-pharmaceuticals-2023-2025>
- Vargas-Halabí, T., Mora Esquivel, R., & Siles, B. (2017). Intrapreneurial competencies: development and validation of a measurement scale. *European Journal of Management and Business Economics*, 26(1), 86-111. <https://doi.org/10.1108/EJMBE-07-2017-006>



ภาคผนวก

## ภาคผนวก ก

### แบบสอบถามงานวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยเป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วัตถุประสงค์ เพื่อเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurial competencies) ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย จากการส่งผ่านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceive Organizational Support) จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามดังรายละเอียดที่ปรากฏในแบบสอบถามฉบับนี้ตามความเป็นจริง โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วนดังนี้

**ส่วนที่ 1** คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามงานวิจัยว่าเป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดไว้หรือไม่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1. บริษัทยาข้ามชาติ (Multinational Pharmaceutical Company) ที่ท่านเป็นพนักงานบริษัทอยู่ในปัจจุบัน

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> บริษัท ไฟเซอร์ (ประเทศไทย) จำกัด              | <input type="checkbox"/> บริษัท โนวาร์ตีส (ประเทศไทย) จำกัด                      |
| <input type="checkbox"/> บริษัท เมอร์ค ชาร์ปแอนด์โดม (ประเทศไทย) จำกัด | <input type="checkbox"/> บริษัท บริสตอล-ไมเยอร์ส สควิบ์ ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด |
| <input type="checkbox"/> บริษัท แอสตราเซนเนกา (ประเทศไทย) จำกัด        | <input type="checkbox"/> บริษัท แกล็กโซสมิทไคลน์ (ประเทศไทย) จำกัด               |
| <input type="checkbox"/> บริษัท ทาเคดา (ประเทศไทย) จำกัด               | <input type="checkbox"/> บริษัท แอมเจน (ประเทศไทย) จำกัด                         |
| <input type="checkbox"/> บริษัท โนวา-นอร์ติส ฟาร์มา (ประเทศไทย) จำกัด  | <input type="checkbox"/> บริษัท เมอริ่งเกอร์ อินเทลไฮม์ (ประเทศไทย) จำกัด        |

2. อายุงานของท่านที่ทำงานในบริษัทข้างต้น

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> อยู่ในช่วงทดลองงาน | <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 1 ปี |
| <input type="checkbox"/> 1-3 ปี             | <input type="checkbox"/> 3-5 ปี        |
| <input type="checkbox"/> 5-10 ปี            | <input type="checkbox"/> 10 ปี ขึ้นไป  |

**ส่วนที่ 2** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

1.เพศ

ชาย  หญิง  เพศทางเลือก

2.อายุ

21 – 30 ปี  31-40 ปี  
 41-50 ปี  50 ปีขึ้นไป

3.ระดับการศึกษา

ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามด้านการมีสมรรถนะผู้ประกอบการภายในและการรับรู้การสนับสนุนผ่านองค์กร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ด้านสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน					
1.ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท					
2.ท่านสามารถโน้มน้าวให้ผู้ร่วมงานเห็นถึงประโยชน์ในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่เพื่อบริษัท					
3.ท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้นในการนำความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ในบริษัท					
4. ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่จะประเมินโอกาสใหม่ๆของบริษัทร่วมกับผู้อื่น					
5.ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้เสนอความคิดนั้น					

6.ท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอ เพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่ม ใหม่ ในบริษัท					
7.ท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรใน การลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่ม ใหม่ขึ้นในบริษัท					
8.ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุนและ ประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ที่เกิด ขึ้นในบริษัท					
9.ท่านมีการติดตามความก้าวหน้า ของความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท อย่างต่อเนื่องเสมอ					
10.ท่านพยายามอธิบายความสำคัญ ของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอ สำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ					
11.ท่านสนุกกับการเสี่ยงทายผลลัพธ์ ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความคิดริเริ่มใหม่ใน บริษัทอยู่เสมอ					
12.ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำ ตาม ความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่ แน่นอน					
ด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร					
13.บริษัทของท่านมีความเป็นธรรม แก่พนักงาน					
14.หัวหน้างานของท่านได้ให้การ สนับสนุน และช่วยเหลือในเรื่องการทำงานแก่ท่าน เสมอ					
15.บริษัทมีการให้รางวัลและมี องค์ประกอบ ในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีใน การทำงาน เป็นที่น่าพอใจสำหรับท่าน					

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามด้านการเติบโตขององค์กร

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย  ลงใน  ช่องว่างหน้าตัวเลือกที่ตรงกับคำตอบของท่านมากที่สุด

คำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	สูงกว่า มาก	สูงกว่า	เท่ากัน	ต่ำกว่า	ต่ำกว่ามาก
ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความเห็นว่า					
1.การปฏิบัติงานของท่านส่งผลทำให้บริษัทเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
2.การเติบโตของยอดขายบริษัทท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
3.ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
4.จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					



## ภาคผนวก ข

## แบบประเมินดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

## (Content Validity Index: CVI)

**งานวิจัยเรื่อง** การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย

**คำชี้แจง** ขอให้ท่านพิจารณาข้อความคำถามจากแบบสอบถามแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านพิจารณา ตามความเหมาะสม เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยและหากท่านมีข้อเสนอแนะ กรุณากรอกข้อเสนอแนะในช่องว่าง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

หลักเกณฑ์การให้คะแนนค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) กำหนดเป็นมาตรวัด 4 ระดับดังนี้

ระดับที่ 4 คะแนน	หมายถึง	สอดคล้องอย่างยิ่ง
ระดับที่ 3 คะแนน	หมายถึง	สอดคล้องมาก
ระดับที่ 2 คะแนน	หมายถึง	ไม่สอดคล้อง
ระดับที่ 1 คะแนน	หมายถึง	ไม่สอดคล้องอย่างยิ่ง

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยมีตัวแปรส่งผ่านคือการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจัดทำโดย นางสาวมาริษา อึ้งสกุล หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน				
ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3
1	ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	3	4	4
2	ท่านสามารถโน้มน้าวให้ผู้ร่วมงานเห็นถึงประโยชน์ในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่เพื่อบริษัท	4	4	4
3	ท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้นในการนำความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ในบริษัท	2	4	4
4	ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่จะประเมินโอกาสใหม่ๆของบริษัทร่วมกับผู้อื่น	3	4	4
5	ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้เสนอความคิดนั้น	4	4	3
6	ท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอเพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	3	4	4
7	ท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ขึ้นในบริษัท	4	4	4
8	ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุนและประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในบริษัท	3	4	3
9	ท่านมีการติดตามความก้าวหน้าของความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอย่างต่อเนื่องเสมอ	4	4	4
10	ท่านพยายามอธิบายความสำคัญของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอสำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ	4	3	4
11	ท่านสนุกกับการเสี่ยงทายผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ	4	4	4
12	ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำตามความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่แน่นอน	3	4	4

ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร				
ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3
13	บริษัทของท่านมีความเป็นธรรมแก่พนักงาน	4	4	4
14	หัวหน้างานของท่านได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องการทำงานแก่ท่านเสมอ	4	4	4
15	บริษัทมีการให้รางวัลและมียกย่องประกอบในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เป็นที่น่าพอใจสำหรับท่าน	3	2	4

ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร				
ข้อที่	ข้อความ	ระดับความคิดเห็น		
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3
	ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความเห็นว่า			
16	การปฏิบัติงานของท่านส่งผลทำให้บริษัทเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4	4	4
17	การเติบโตของยอดขายบริษัทท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3	4	3
18	ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4	4	3
19	จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	4	4	4

ค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อประเมินความชัดเจนด้านภาษาที่ใช้ ความสอดคล้องตามหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย โดยค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหาของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยที่ยอมรับได้ คือ 0.80 โดยสามารถคำนวณจากสูตรดังต่อไปนี้ (จรรยา สุวรรณบำรุง, 2563)

$$CVI = \frac{\text{จำนวนข้อคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 3 และ 4 คะแนน}}{\text{จำนวนข้อคำถามทั้งหมด}}$$

เมื่อพิจารณาจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน จะได้ว่า

$$CVI = \frac{17}{19} = 0.895$$

จากการคำนวณสมการข้างต้นจะได้ค่า  $CVI = 0.895$  โดยคำถามที่ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนน 2 คือคำถามข้อ 2 และ 15 ซึ่งค่า CVI ของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีค่ามากกว่า ค่าที่สามารถยอมรับได้ที่ 0.8 จึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาและสอดคล้องกับหัวข้อที่ต้องการจะศึกษาวิจัย



## ภาคผนวก ก

## ประเมินดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

## (Item Objective Congruence: IOC)

<b>งานวิจัยเรื่อง</b>	การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง สมรรถนะผู้ประกอบการภายใน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กร บริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย
<b>คำชี้แจง</b>	ขอให้ท่านพิจารณาข้อความจากแบบสอบถามแล้วทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ท่านพิจารณา ตามความเหมาะสม เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยและหากท่านมีข้อเสนอแนะ กรุณากรอกข้อเสนอแนะในช่องว่าง เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการปรับปรุงแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

หลักเกณฑ์การให้คะแนนค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย (Item Objective Congruence: IOC) กำหนดเป็นมาตรวัด 3 ระดับดังนี้

- ระดับที่ 1 คะแนน หมายถึง ท่านแน่ใจว่าข้อความนี้มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย
- ระดับที่ 0 คะแนน หมายถึง ท่านไม่แน่ใจว่าข้อความนี้มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย
- ระดับที่ -1 คะแนน หมายถึง ท่านแน่ใจว่าข้อความนี้มีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับตัวแปรและวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัย

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบการภายในของผู้แทนยาและเวชภัณฑ์ที่มีผลต่อการเติบโตขององค์กรบริษัทยาข้ามชาติในประเทศไทย โดยมีตัวแปรส่งผ่านคือการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรจัดทำโดย นางสาวมาริษา อึ้งสกุล หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

คำถาม	ระดับความคิดเห็น			IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ปัจจัยด้านสมรรถนะผู้ประกอบการภายใน				
1.ท่านทำงานอย่างตั้งใจตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงหรือสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	1	1	1	1
2.ท่านสามารถโน้มน้าวให้ผู้ร่วมงานเห็นถึงประโยชน์ในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่เพื่อบริษัท	1	1	1	1
3.ท่านกระตุ้นให้ผู้ร่วมงานมีความกระตือรือร้นในการนำความคิดริเริ่มใหม่มาใช้ในบริษัท	1	1	1	1
4.ท่านมีความเต็มใจอยู่เสมอที่จะประเมินโอกาสใหม่ๆ ของบริษัทร่วมกับผู้อื่น	1	1	1	1
5.ท่านสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ โดยไม่ได้คำนึงถึงว่าใครจะเป็นผู้เสนอความคิดนั้น	0	1	1	0.667
6.ท่านมักมีแผนการที่เป็นระบบเสมอเพื่อหาโอกาสในการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัท	1	1	1	1
7.ท่านทราบถึงวิธีได้มาซึ่งทรัพยากรในการลงทุนเพื่อสร้างให้เกิดความคิดริเริ่มใหม่ขึ้นในบริษัท	1	1	0	0.667
8.ท่านมีวิธีที่จะประเมินต้นทุนและประโยชน์ของความคิดริเริ่มใหม่ที่เกิดขึ้นในบริษัท	1	1	1	1
9.ท่านมีการติดตามความก้าวหน้าของความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอย่างต่อเนื่องเสมอ	1	1	1	1
10.ท่านพยายามอธิบายความสำคัญของความคิดริเริ่มใหม่ที่ท่านนำเสนอสำหรับบริษัทให้หัวหน้างานทราบเสมอ	1	1	1	1
11.ท่านสนุกกับการเสี่ยงทายผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับความคิดริเริ่มใหม่ในบริษัทอยู่เสมอ	1	1	1	1
12.ท่านเต็มใจที่จะเสี่ยงกับการลงมือทำตามความคิดริเริ่มใหม่แม้ผลลัพธ์นั้นจะไม่แน่นอน	1	1	1	1



คำถาม	ระดับความคิดเห็น			IOC
	ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ปัจจัยด้านการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร				
13.บริษัทของท่านมีความเป็นธรรมแก่พนักงาน	1	1	0	0.667
14.หัวหน้างานของท่านได้ให้การสนับสนุนและช่วยเหลือในเรื่องการทำงานแก่ท่านเสมอ	1	1	1	1
15.บริษัทมีการให้รางวัลและมียกย่องประกอบในการทำงาน เช่น สภาพแวดล้อมที่ดีในการทำงาน เป็นที่น่าพอใจสำหรับท่าน	1	1	1	1
ปัจจัยด้านการเติบโตขององค์กร ในระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมา ท่านมีความเห็นว่า				
16.การปฏิบัติงานของท่านส่งผลทำให้บริษัทเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1	1	1	1
17.การเติบโตของยอดขายบริษัทท่านเป็นอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1	1	1	1
ส่วนแบ่งทางการตลาดของบริษัทของท่านเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1	1	1	1
จำนวนคำชมเชยจากลูกค้าที่ท่านได้รับเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1	1	1	1

ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) และค่าดัชนีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ซึ่งคำนวณสูตรได้ดังต่อไปนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการตัดสินความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้

ถ้า  $IOC > 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ถ้า  $IOC \leq 0.5$  ถือว่าแบบสอบถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

โดยจากการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน สามารถสรุปได้ว่า จากแบบสอบถามทั้งหมด 19 ข้อ มีจำนวนคำถาม 16 ข้อ ที่ได้ค่า IOC = 1 และมีจำนวนคำถาม 3 ข้อ ที่ได้ค่า IOC = 0.667 ได้แก่คำถามข้อ 5, 7 และ 13 ซึ่งเป็นข้อที่มีผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน ให้ 0 คะแนน แต่เมื่อพิจารณาค่าผลรวม IOC ของแบบสอบถามทั้งหมด 19 ข้อ ถือว่าแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากแบบสอบถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) มากกว่า 0.5



ภาคผนวก ง  
เอกสารรับรองจริยธรรมการวิจัย



Institutional Review Board, Institute for Population and Social Research, Mahidol University (IPSR-IRB)

Established 1985

COA. No. 2023/06-145

**Certificate of Approval**

**Protocol No.:** IPSR-IRB-2023-145

**Title of Project:** A Study of the Relationship between Intrapreneurial Competencies, Perceived Organizational Support of Medical Representative and Firm's Growth in Multinational Pharmaceutical Companies in Thailand

**Approval Includes:**

- 1) Principal Investigator: Ms. Marisa Eungsakul  
Affiliation: College of Management, Mahidol University
- 2) Submission Form Version Date 11 August 2023
- 3) Research Proposal Version Date 9 August 2023
- 4) Questionnaire Version Date 10 June 2023
- 5) Participant Information Sheet Version Date 11 June 2023
- 6) Informed Consent Form Version Date 10 June 2023

IPSR-IRB is in Full Compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

**Date of Approval:** 15 August 2023

**Date of Expiration:** 14 August 2024



**Signature of Chairperson:** .....

(Associate Professor Dr. Chalernpol Chamchan)

IPSR-IRB Chair

**List of Co-Investigators**

-

**All IPSR-IRB Approved Investigators must comply with the Following:**

1. Conduct the research according to the approved protocol.
2. Conduct the informed consent process without coercion or undue influence, and provide the potential subjects sufficient time to consider whether or not to participate.
3. Use only the Consent Form bearing the IPSR-IRB Approval stamp.
4. Obtain approval of any changes in research activity before commencing and informed research participants about the changes for their consideration in pursuing the research.
5. Timely report to serious adverse events to IPSR-IRB and any new information that may adversely affect the safety of participants.
6. Provide IPSR-IRB the progress reports at least annually or as requested.
7. Provide IPSR-IRB the final reports when completed the study procedures.

---

Office of the Institutional Review Board,  
Institute for Population and Social Research, Mahidol University (IPSR-IRB)  
999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhon Pathom 73170, Thailand  
Tel (662) 441-0201-4 ext. 223  
E-mail: ipsrrib@mahidol.ac.th

## ภาคผนวก ง

## เอกสารรับรองกฎเกณฑ์การวิจัยอย่างมีจรรยาบรรณ

**(Social and Behavioral Responsible Conduct of Research : RCR)**

Completion Date 15-Dec-2022  
 Expiration Date 15-Dec-2025  
 Record ID 53135954

This is to certify that:

**Marisa Eungsakul**

Has completed the following CITI Program course:

**Social and Behavioral Responsible Conduct of Research**  
 (Curriculum Group)

**Social and Behavioral Responsible Conduct of Research**  
 (Course Learner Group)

**1 - RCR**  
 (Stage)

Not valid for renewal of  
 certification through CME.

Under requirements set by:

**Mahidol University**

**CITI**  
 Collaborative Institutional Training Initiative

Verify at [www.citiprogram.org/verify/?w495b9be4-276c-45b3-9189-0dfec4af087b-53135954](http://www.citiprogram.org/verify/?w495b9be4-276c-45b3-9189-0dfec4af087b-53135954)