

อิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

Influence of Market Orientation, Learning Orientation, and Innovativeness on Performance of Logistics Business

อัยรดา พรเจริญ¹ ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช^{2*}

Irada Phorncharoen¹ Piyakanit Chotivanich^{2*}

^{1,2*} คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

^{1,2*} Faculty of Business Administration and Management,

Ubon Ratchathani Rajabhat University

*Corresponding author; E-mail: irada.sila@gmail.com, piyakanit.c@ubru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ และ 3) ศึกษาอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดที่มีต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโลจิสติกส์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ประเภทการขนส่งทางบก จำนวน 630 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์มีระดับการปฏิบัติการอยู่ในระดับมากทุกตัว 2) การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ส่วนการมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจโลจิสติกส์ และมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโลจิสติกส์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ยืนยันด้วยค่าความกลมกลืนเชิงโครงสร้าง ($\chi^2/df = 1.056$, $p = .159$, $GFI = .953$, $AGFI = .935$, $CFI = .998$, $NFI = .966$, $RMSEA = .009$)

คำสำคัญ: การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม ผลการดำเนินงาน

ABSTRACT

This research aims 1) to study the level of market orientation, learning orientation, innovativeness, and performance of logistics business, 2) to study the direct influence of market orientation, learning orientation, and innovativeness on performance of logistics business, and 3) to study the direct influence of market orientation that affects learning orientation and innovativeness of logistics business. This research is a quantitative research. The sample are 630 logistics entrepreneurs of the motor transportation.

Results are found that 1) the level of market orientation, learning orientation, innovativeness, and performance of logistics business are at the high operated level, 2) learning orientation influences on performance of logistics business at a statistical significance level of .001, moreover, market orientation and innovativeness influence on performance of logistics business at a statistical significance level of .05, and 3) market orientation influences on learning orientation and innovativeness of logistics business at a statistical significance level of .001 confirmed with the structural equation model ($\chi^2/df = 1.056$, $p = .159$, $GFI = .953$, $AGFI = .935$, $CFI = .998$, $NFI = .966$, $RMSEA = .009$).

Keywords: Market orientation, Learning orientation, Innovativeness, Performance

บทนำ

บริการโลจิสติกส์เป็นหนึ่งในปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นกลไกพื้นฐานที่หล่อเลี้ยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ประเทศที่มีการบริหารจัดการโลจิสติกส์ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะมีความได้เปรียบด้านต้นทุน ส่งผลให้สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับภาคธุรกิจได้สูงกว่าประเทศอื่น สถานะโลจิสติกส์ของไทยในปัจจุบันมีต้นทุนที่ค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของโลก (ดัชนีพล จรูญพิพัฒนกุล, 2560) สาเหตุส่วนหนึ่งเกิดจากการติดปัญหาล่าช้าของการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมขนาดใหญ่ ประกอบกับโครงสร้างผู้ประกอบการโลจิสติกส์ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นรายเล็ก และขาดการรวมกลุ่ม นอกจากนี้ หากเทียบเคียงกับกรณีศึกษาของต่างประเทศแล้ว จะพบว่าระบบเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว ธุรกิจส่วนใหญ่ที่ขับเคลื่อนประเทศเหล่านี้ล้วนเป็นกิจการขนาดย่อม ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจ้างงานและช่วยลดปัญหาความยากจน (Decker, Schiefer & Bulander, 2006) โดยผู้ประกอบการใช้เป็นแหล่งในการสร้างงาน สร้างรายได้ ก่อให้เกิดแนวคิดสร้างสรรค์ และมีนวัตกรรมใหม่ ๆ เกิดในองค์กร (McLean, 2005)

ในประเทศไทยเองมีระบบเศรษฐกิจที่ต้องพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก ภาคอุตสาหกรรมทั้งหมดเป็นสิ่งสนับสนุนและเป็นฐานอันมั่นคงของการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติ หัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมสนับสนุน คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small & Medium Enterprises: SMEs) (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) เพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีความแข็งแกร่งมั่นคงและพร้อมรับมือกับปัญหาและความท้าทายทุกรูปแบบ กุญแจสำคัญที่เสริมให้การพัฒนากิจการบริการด้านโลจิสติกส์สามารถเดินหน้าสู่ความสำเร็จ คือ นโยบายที่เป็น

เอกภาพ มีเป้าหมายชัดเจน และมีความต่อเนื่อง ตลอดจนสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่ ผู้ประกอบการพยายามอย่างยิ่งที่จะมุ่งเน้นพัฒนาตลาด พัฒนาเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ของบุคลากร และเพิ่มความสามารถทางเทคโนโลยีและเพิ่มความสามารถทางนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และในช่วงที่ผ่านมาอุตสาหกรรมและธุรกิจโลจิสติกส์ มีแนวโน้มการเติบโตและขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2562 มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของธุรกิจโลจิสติกส์ คาดว่ามีมูลค่า 486.7 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 470.6 พันล้านบาท ในปี 2561 หรือมีอัตราการขยายตัวคิดเป็นร้อยละ 3.4 ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการพัฒนาธุรกิจโลจิสติกส์ในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการความรวดเร็ว ปลอดภัย ตรงต่อเวลา และอยู่บนหลักต้นทุนค่าใช้จ่ายที่สามารถยอมรับได้ ซึ่งไม่จำเป็นต้องต่ำที่สุด เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เพิ่มยอดขายและกำไรทางธุรกิจ ซึ่งก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ในการดำเนินธุรกิจด้านโลจิสติกส์ในปัจจุบัน หากผู้ประกอบการต้องการยกระดับผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพดีขึ้น ควรคำนึงถึงองค์ประกอบในเชิงการบริหารด้านการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำการวิจัยเพื่อค้นหาว่าการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมด้านใดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ อีกทั้งการมุ่งเน้นตลาดด้านใดมีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

งานวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังต้องการค้นหารูปแบบเชิงความสัมพันธ์ของอิทธิพลที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ จากมุมมองของบุคลากรภายในองค์กรที่จะมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้บริหารเพื่อใช้ปรับนโยบายและกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรนั้นทำงานในสายงานของธุรกิจโลจิสติกส์

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาดที่มีต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโลจิสติกส์

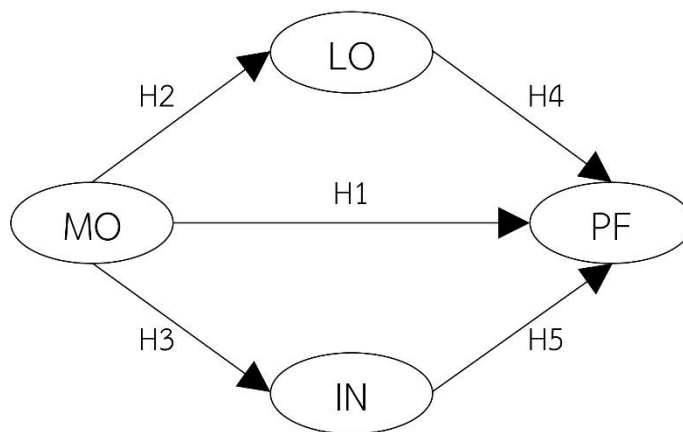
กรอบแนวคิดการวิจัย

การดำเนินงานของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ทุกภูมิภาคของโลกรวมทั้งประเทศไทย ให้ความสนใจในการศึกษาด้านตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ Na, Kang, & Jeong (2019) อธิบายถึงการมุ่งเน้นตลาดว่าเป็นแนวคิดของผู้บริหารที่ก้าวข้ามข้อจำกัดทางทฤษฎีของแนวคิดทางการตลาดและนำเสนอแนวทางการกิจกรรมเชิงปฏิบัติ ถือเป็นกระบวนการในการค้นหาและทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้าปัจจุบัน สำหรับการมุ่งเน้นการเรียนรู้ถือเป็นทรัพยากรและความสามารถขององค์กรที่สนับสนุนบริษัทในการพัฒนาความสามารถในการ

แข่งขันและประสิทธิภาพขององค์กร (Martinez, Serna, & Montoya 2020) ฐิติพร อุ๋นใจ, อัยรดา พรเจริญ และ ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช (2563) ได้อธิบายถึงความสามารถทางนวัตกรรมว่า ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร เป็นความสามารถโดยรวมขององค์กรในการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดหรือเปิดตลาดใหม่ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับ Agwu & Onwuegbuzie (2018)

ตัวแปรที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ตามการศึกษาของ Dubihlela & Dhurup (2015) และ Beneke et al. (2016) พบว่า การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ Martinette & Leeson (2012) ได้ผลการศึกษาว่าการมุ่งเน้นการเรียนรู้จะมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน ในการศึกษาของ Phorncharoen (2020) พบว่า ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน อีกทั้งมีนักวิชาการจำนวนมากได้ศึกษาพบว่าการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน ผ่านการมุ่งเน้นการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรม (ปรารธนา หลีกภัย และคณะ, 2557; วัชรพันธ์ ผาสุข, 2557; Keskin, 2006; Salim & Sulaiman, 2011; Greco, Grimaldi & Cricelli, 2016) เช่นเดียวกับการศึกษาของ Xie, Liu, & Chen (2007) ได้ค้นพบว่าการมุ่งเน้นตลาดของบริษัทส่งผลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งความสามารถทางนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัท

ตัวแปรที่ศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation: MO) การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation: LO) ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness: IN) และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ (Performance: PF) ซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัย นำไปสู่การตั้งสมมติฐานดังนี้

H1: การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

H2: การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้

H3: การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม

H4: การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

H5: ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ของไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายเล็ก ที่ให้บริการพื้นฐานเพียงอย่างเดียวหนึ่ง (ผู้ให้บริการโลจิสติกส์ในรูปแบบ 2PL) ผู้วิจัยจึงได้สนใจผู้ประกอบการธุรกิจโลจิสติกส์แบบขนส่งทางบก มีจำนวนใบอนุญาตประกอบการขนส่งและจำนวนผู้ประกอบการขนส่งทั้งสิ้น 414,417 ราย ในปี พ.ศ. 2563 (กรมการขนส่งทางบก, 2564)

กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 630 ตัวอย่าง ถือว่ามีความเหมาะสมและเพียงพอตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ หรือผู้แทน ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) โดยมีเลือกกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างการวิจัยโดยใช้วิธีเลือกแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Random Sampling) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562; ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) การพิจารณาความเหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการพิจารณาถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่มีความเหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามกฎแห่งความชัดเจน (Rule of Thumb) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุนิยมใช้ คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 5 - 20 คนต่อตัวแปรในการวิจัยหนึ่งตัวแปร ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองมีจำนวน 42 ตัวแปร ซึ่งหากคำนวณตามคำแนะนำของ Hair et al. (2010) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 15 เท่า จึงได้จำนวน 630 ตัวอย่าง และเพื่อตรวจสอบความเพียงพอของข้อมูลตามคำแนะนำของ Hair et al. (2010) พบว่า หากมีข้อมูลแฝงแยกย่อยในแต่ละกลุ่มที่สามารถแยกได้อีกอย่างน้อยเป็นสามกลุ่มย่อยสามารถใช้กลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำได้ที่ 500 กลุ่มตัวอย่าง เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่

ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามโดยประเมินความสอดคล้องและความเหมาะสมแล้วนำผลมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปรของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ของ Rovinelli & Hambleton (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าระหว่าง 0.50-1.00 มาใช้เป็นคำถามในแบบสอบถาม แล้วการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's coefficient alpha) (Cronbach, 1970) พบว่า แบบสอบถามการบริหารการจัดเก็บภาษีมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .862 แบบสอบถามประสิทธิภาพในการจัดเก็บภาษีมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .897 และแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .921 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ 0.7 ตามที่ (Nunnally, 1978) ได้เสนอแนะไว้

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการเชิงโครงสร้าง โมเดลที่สร้างขึ้นทดสอบความกลมกลืนเชิงโครงสร้างเชิงประจักษ์ด้วยค่า χ^2/df ค่า p ค่า GFI ค่า AGFI ค่า CFI ค่า NFI= .966 และค่า RMSEA

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 630 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย ร้อยละ 60.95 อายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 43.65 มีตำแหน่งเป็นเจ้าของกิจการ ร้อยละ 69.68 และมีระยะเวลาในการทำงานในหน่วยงาน 3 – 6 ปี ร้อยละ 43.97

2. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ดังนี้

ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับ 1) การมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.785$) 2) ระดับปฏิบัติเกี่ยวกับการประสานการทำงานในองค์กร ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.100$) และ 3) ระดับปฏิบัติเกี่ยวกับการมุ่งเน้นลูกค้า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.959$)

ตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับ 1) การมีวิสัยทัศน์/วัตถุประสงค์ร่วมกัน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.858$) 2) ระดับปฏิบัติเกี่ยวกับความมุ่งมั่นต่อการเรียนรู้ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.871$) และ 3) มีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดใจรับฟังความคิดเห็น ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากกว่า ($\bar{x} = 4.280$)

ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับ 1) การเปิดรับแนวความคิดใหม่ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.959$) 2) มีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.049$) และ 3) มีระดับปฏิบัติเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.613$)

ตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามประเมินผลการดำเนินงานเกี่ยวกับ 1) การเติบโตของยอดขายในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.673$) 2) มีความสามารถในการทำกำไรในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.531$) และ 3) มีส่วนแบ่งทางการตลาด ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.645$)

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบ Construct ที่ต่างกันตัว หรือตัวแปรแฝงที่ต่างกันควรวัดคุณลักษณะที่ต่างกัน ซึ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันสามารถวิเคราะห์ได้โดยใช้การพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ ซึ่งโมเดลการวัดที่สร้างขึ้นมา มีความตรงจำแนกสูง ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างแต่ละองค์ประกอบจะต่ำ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรในตัวแบบที่ใช้ในการศึกษาเพื่อป้องกันการเกิด Multicollinearity ซึ่งตามเกณฑ์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่ควรเกิน .80 จึงจะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ผู้วิจัยทำการวัดความตรงเชิงจำแนก ด้วยการเปรียบเทียบค่ารากที่สองของ AVE (\sqrt{AVE}) ขององค์ประกอบหนึ่ง ๆ กับค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบนั้นกับองค์ประกอบอื่น ๆ ในโมเดลเดียวกัน ถ้าค่า \sqrt{AVE} สูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ แสดงให้เห็นว่าโมเดลมีความตรงเชิงจำแนกดี (กัลยา วาณิชย์ บัญชา, 2562; Hair et al., 2010)

ตารางที่ 1 ค่าสหสัมพันธ์เพื่อตรวจสอบค่าความตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ตัวแปร	MO		LO			IN		PF				
	COO	INC	CUO	COL	SHV	OPM	OPN	PDI	PCI	GRS	PRO	MAS
COO	.831 ^a											
INC	.398	.749 ^a										
CUO	.342	.448	.795 ^a									
COL	.404	.476	.531	.888 ^a								
SHV	.265	.306	.410	.303	.775 ^a							
OPM	.268	.306	.429	.401	.266	.842 ^a						
OPN	.255	.298	.458	.455	.355	.426	.795 ^a					
PDI	.345	.291	.460	.462	.312	.473	.489	.843 ^a				
PCI	.317	.298	.430	.388	.385	.351	.331	.399	.845 ^a			
GRS	.393	.284	.320	.353	.418	.239	.310	.327	.593	.824 ^a		
PRO	.295	.275	.259	.296	.473	.274	.301	.201	.370	.513	.896 ^a	
MAS	.223	.228	.294	.389	.434	.295	.296	.321	.435	.558	.525	.867 ^a

a= \sqrt{AVE}

จากตารางที่ 1 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตมีค่าอยู่ระหว่าง .201 - .593 น้อยกว่า .80 ดังนั้นโมเดลการวัดจึงไม่เกิดปัญหา Multicollinearity ค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัวพบว่ามีค่าไม่มากกว่าค่า \sqrt{AVE} ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความแตกต่างกันในการวัดและไม่มีความซ้ำซ้อนกัน (Discriminant validity)

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการตรวจสอบพบว่า โมเดลเชิงสาเหตุของอิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า $\chi^2/df = 62.124$, $p - value = .000$, $GFI = .769$, $CFI = .837$, $NFI = .811$, $RMSEA = .076$, $RMR = .069$ ซึ่งไม่ผ่านเกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล ผู้วิจัยดำเนินการปรับโมเดลโดยพิจารณาจากค่าดัชนีการปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) โดยปรับโมเดลตามลักษณะการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง หลังจากปรับโมเดล พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้ $\chi^2/df = 1.056$ มีค่าน้อยกว่า 2, $p = .159$ มีค่ามากกว่า .050, $GFI = .953$ มีค่ามากกว่า .900, $AGFI = .935$ มีค่ามากกว่า .900, $CFI = .998$ มีค่ามากกว่า .900, $NFI = .963$ มีค่ามากกว่า .900, $RMSEA = .009$ มีค่าน้อยกว่า .050, $RMR = .020$ มีค่าน้อยกว่า .050 ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลได้ดังนี้

ตารางที่ 4.22 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ และการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์

Antecedents	Consequence	STDYX (β)	EST	SE	z	p	R ²
MO	OP	.348	.354	.178	1.988	.046	.458
LO		1.027	1.037	.216	4.790	.000	
IN		.420	.449	.201	2.233	.012	
MO	IN	.435	.467	.117	4.005	.000	.985
LO		.698	.660	.107	6.174	.000	
MO	LO	.833	.942	.102	9.222	.000	.694

$\chi^2/df = 1.056$, $p = .159$, $GFI = .935$, $AGFI = .935$, $CFI = .998$, $NFI = .966$, $RMSEA = .009$

สรุปผลการวิจัย

การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย 1) การมุ่งเน้นตลาดอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ 2) การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ 3) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ 4) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจโลจิสติกส์ และ 5) การมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโลจิสติกส์ ผลการทดสอบสมมติฐานยอมรับสมมติฐาน H₁-H₅ ส่วนผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ มีค่า .348 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ มีค่า 1.027 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ มีค่า .420 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นการเรียนรู้ของธุรกิจโลจิสติกส์ มีค่า .833 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการมุ่งเน้นตลาดมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโลจิสติกส์ มีค่า .435 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ทั้งนี้ การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรม ร่วมกันพยากรณ์ให้เกิดอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ ได้ร้อยละ 45.80

อภิปรายผลการวิจัย

การมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ สามารถอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นที่สำคัญดังนี้

การมุ่งเน้นตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Beneke et al., (2016) และ Dubihlela & Dhurup (2015) วัฒนธรรมธุรกิจในการมุ่งเน้นตลาดเป็นสิ่งที่หนึ่งที่

พนักงานตั้งใจในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้า การมุ่งเน้นของธุรกิจเป็นปัจจัยภายนอกและภายในที่องค์กรค่อย ๆ เก็บสะสมเกี่ยวกับข้อมูลของลูกค้า คู่แข่งขัน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรอื่น ๆ การมุ่งเน้นตลาดของบริษัทส่งผลให้ส่วนต่าง ๆ ขององค์กรร่วมกันสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนั้นการมุ่งเน้นตลาดจึงนับเป็นตัวกำหนดสำคัญของผลการดำเนินงานของธุรกิจ โลจิสติกส์ การมุ่งเน้นตลาดหมายถึงการที่องค์กรให้ความสำคัญมุ่งไปยังการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อสมรรถนะในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาของ ฐิติพร อุ๋นใจ, อัยรดา พรเจริญ และปิยกนิ ภูษัโชติวินิช (2563) และ Phorncharoen (2020) การมุ่งเน้นตลาดส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม นวัตกรรมเป็นส่วนหนึ่งของความสามารถขององค์กรในการสร้างค่านิยมหลักของธุรกิจโลจิสติกส์ในการสนับสนุนผลการดำเนินงานของบริษัท สอดคล้องกับการพบว่าการมุ่งเน้นตลาดด้านลูกค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของบริษัทของ Didonet, Diaz & Machado (2016) และ Alhakimi & Mahmoud (2020) การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับวัชรพันธ์ ผาสุข (2557) และ Beneke et al. (2016) ความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ Grimaldi & Cricelli (2016) พบว่าความสามารถของบริษัทในการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของบริษัทคงไว้ ซึ่งความเข้ากันได้กับความสามารถและความจำเป็นของลูกค้าของธุรกิจโลจิสติกส์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อค้นพบจากงานวิจัยด้านการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นตลาดด้านการมุ่งเน้นคู่แข่งชั้น โดยธุรกิจควรมีการตอบสนองต่อคู่แข่งอย่างรวดเร็ว มีการเก็บข้อมูลของคู่แข่งชั้นมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ และแจ้งให้พนักงานนำข้อมูลของคู่แข่งชั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ การมุ่งเน้นตลาดด้านการประสานการทำงานในองค์กร ธุรกิจควรมีการวางแผนกลยุทธ์ร่วมกันในแต่ละฝ่าย แต่ละฝ่ายมีใช้ทรัพยากรร่วมกัน และมีการสื่อสารและ การแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างฝ่ายต่าง ๆ การมุ่งเน้นตลาดด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ธุรกิจควรมีความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มีความมุ่งมั่นที่จะให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า และมีการสร้างสรรคบริการ เพื่อคุณค่าที่เหนือกว่าให้กับลูกค้า

2. ข้อค้นพบจากงานวิจัยด้านการมุ่งเน้นการเรียนรู้ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ด้านการมีวิสัยทัศน์/วัตถุประสงค์ร่วมกัน สมาชิกในธุรกิจควรมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของธุรกิจ มีความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ และเห็นด้วยกับวิสัยทัศน์ของธุรกิจ การมุ่งเน้นการเรียนรู้ด้านความมุ่งมั่นต่อการเรียนรู้ โดยผู้บริหารควรตระหนักว่าการเรียนรู้เป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนากระบวนการทำงาน เห็นพ้องกันว่าความสามารถในการเรียนรู้ของพนักงานทุกคนเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และตระหนักว่าการเรียนรู้ในธุรกิจ คือหลักประกันที่ทำให้องค์กรอยู่รอด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ด้านการเปิดใจรับฟังความคิดเห็น โดยธุรกิจควรรสร้างบรรยากาศให้สมาชิกมีความกล้าที่จะยอมรับผลการวิจารณ์การทำงาน พร้อมทั้งจะยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง และสนับสนุนให้สมาชิกคิดนอกกรอบได้

3. ข้อค้นพบจากงานวิจัยด้านความสามารถทางนวัตกรรม ความสามารถทางนวัตกรรมด้านการเปิดรับแนวความคิดใหม่ โดยธุรกิจควรเปิดรับแนวคิดใหม่อยู่เสมอ มีกิจกรรมสนับสนุนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีการใช้นวัตกรรมเพื่อการบริการที่ทันสมัย ความสามารถทางนวัตกรรมด้านความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ โดยธุรกิจควรเปิดโอกาสให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ที่มีอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม และนำเสนอ

บริการที่มีความหลากหลายเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ โดยธุรกิจควรมีการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการใหม่ ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มีการพัฒนาการบริการที่เกี่ยวกับโลจิสติกส์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา และมีกระบวนการใหม่ ๆ ในการให้บริการแก่ลูกค้าที่แตกต่างไปจากเดิม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อความสามารถทางนวัตกรรมในการกำหนดผลการดำเนินงานของธุรกิจโลจิสติกส์

2. ควรศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการมุ่งเน้นการตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจบริการ

3. ควรศึกษาทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศ ความสามารถทางนวัตกรรม และความสามารถของห่วงโซ่อุปทานเป็นตัวขับเคลื่อนการดำเนินธุรกิจ

4. ควรศึกษาผลกระทบของความสามารถและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทผ่านการมุ่งเน้นการตลาดและความสามารถทางนวัตกรรม

เอกสารอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2564). สถิติจำนวนใบอนุญาตประกอบการขนส่งและจำนวนผู้ประกอบการขนส่ง. สืบค้นจาก <https://web.dlt.go.th/statistics/>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา, 2562.
- จิตติพร อุ่นใจ, อัยรดา พรเจริญ และปิยนัญญ์ โชติวนิช. (2563). อิทธิพลของการมุ่งเน้นตลาด การมุ่งเน้นการเรียนรู้ และความสามารถทางนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 12(3), 49-62.
- ณัชพล จรุงพิพัฒน์กุล. (2560). *ดีแฟโครงสร้างระบบโลจิสติกส์ไทย*. กรุงเทพฯ: ธนาकारแห่งประเทศไทย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 15). นนทบุรี: เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: บริษัทสุวีริยาสาส์น.
- ปรารธนา หลีกภัย, เกตศิริ เจริญวิศาล, ชาลี ไตรจันทร์ และโสภณ จิระเกียรติกุล. (2557). ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 31(1), 69-95.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์*, 7(1), 205-250.
- วัชรพันธ์ ผาสุข. (2557). การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง. *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*, 21(2), 102-126.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). *รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2562*. กรุงเทพฯ: กองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- Agwu, M.E. & Onwuegbuzie, H.N. (2018). Effects of international marketing environments on entrepreneurship development. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 7(12), 1-20. doi.org/10.1186/s13731-018-0093-4
- Alhakimi, W. & Mahmoud, M. (2020). The impact of market orientation on innovativeness: evidence from Yemeni SMEs, Asia Pacific. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 14(1), 47-59. doi.org/10.1108/APJIE-08-2019-0060
- Beneke, J., Blampied, S., Dewar, N. & Soriano, L. (2016). The impact of market orientation and learning orientation on organizational performance: A study of small to medium-sized enterprises in Cape Town, South Africa. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 18(1), 90-108. doi.org/10.1108/JRME-06-2015-0033
- Cronbach, L.J. (1970). *Essentials of Psychological Testing*. New York: Harper & Row.
- Decker, M., Schiefer, G. & Bulander, R. (2006). Specific challenges for small and medium-sized enterprises (SME) in m-business - a SME-suitable framework for mobile services. in Filipe, J. and Greene, T., editors. *ICE-B 2006*. Proceedings of the International Conference on e-Business; 7-10 August; Setúbal, Portugal. Setúbal: ICETE. pp. 169-174.
- Didonet, S.R., Díaz, G. & Machado, A.M. (2016). Market orientation and sources of knowledge to innovate in SMEs: A firm level study. *Journal of Technology Management and Innovation*, 11(3), 1-10. doi.org/10.4067/S0718-27242016000300001
- Dubihlela, J. and Dhurup, M.R. (2015). Determinants of, and barriers to, market orientation and the relationship with business performance among SMES. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 31(5), 1667-1678. doi.org/10.19030/jabr.v31i5.9381
- Greco, M., Grimaldi, M. & Cricelli, L. (2016). An analysis of the open innovation effect on firm performance. *European Management Journal*, 34(5), 501-516. doi.org/10.1016/j.emj.2016.02.008
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). *Multivariate Data Analysis*. (7th/ed). New York: Pearson.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396-417. doi.org/10.1108/14601060610707849
- Martinette, L.A. & Leeson, A.O. (2012). The relationship between learning orientation and business performance and the moderating effect of competitive advantage: A service organization perspective. *Journal of Service Science*, 5(1), 43-58. doi.org/10.19030/jss.v5i1.6940
- Martinez, J.E.V., Serna, M.C.M. & Montoya, N.P. (2020). Dimensions of Learning Orientation and its Impact on Organizational Performance and Competitiveness in SMEs. *Journal of Business Economics and Management*, 21(2), 395-420. doi.org/10.3846/jbem.2020.11801

- McLean, L.D. (2005). Organizational culture's influence on creativity and innovation: A review of the literature and implications for human resource development. *Advances in Developing Human Resources*, 7(2), 226-246. doi.org/10.1177/1523422305274528
- Na, Y.K., Kang, S. & Jeong, H.Y. (2019). The Effect of Market Orientation on Performance of Sharing Economy Business: Focusing on Marketing Innovation and Sustainable Competitive Advantage. *Sustainability*, 11(1), 729, 1-19.
- Na, Y.K., Kang, S. & Jeong, H.Y. (2019). The Effect of Market Orientation on Performance of Sharing Economy Business: Focusing on Marketing Innovation and Sustainable Competitive Advantage. *Sustainability*, 11(1), 729, 1-19. doi.org/10.3390/su11030729
- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd/ed). New York: McGraw-Hill.
- Phorncharoen, I. (2020). Influence of market orientation, learning orientation, and innovativeness on operational performance of real estate business. *International Journal of Engineering Business Management*, 12(1), 1-11. doi.org/10.1177/1847979020952672
- Salim, I.M. & Sulaiman, M. (2011). Organization learning, innovation and performance: A study of Malaysian small and medium sized enterprises. *International Journal of Business and Management*, 6(12), 118-125. doi.org/10.5539/ijbm.v6n12p118
- Xie, H., Liu, C. & Chen, C. (2007). Relationships among market orientation, learning orientation, organizational innovation and organizational performance: An empirical study in the Pearl River Delta region of China. *Frontiers of Business Research in China*, 1(2), 222-253. doi.org/10.1007/s11782-007-0014-z