



ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (ประเภทบริการ)

โดย

นางสาววารุณี กุรัตนาวิจิตรา

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาการบริหารเทคโนโลยี

วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (ประเภทบริการ)

โดย

นางสาววารุณี กุศลรัตนวิจิตร



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการบริหารเทคโนโลยี
วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

THE FACTORS OF BUSINESS INNOVATION AFFECTING THE
PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES
(SERVICE SECTOR)

BY

MISS VARUNEE KULRATTANAVIJITRA



AN INDEPENDENT STUDY SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE
REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF MASTER OF SCIENCE
TECHNOLOGY MANAGEMENT
COLLEGE OF INNOVATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยนวัตกรรม

การค้นคว้าอิสระ

ของ

นางสาววารุณี กุรัตนาวิจิตรา

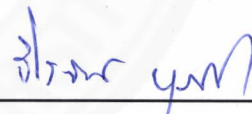
เรื่อง

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
(ประเภทบริการ)

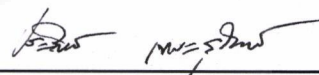
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2560

ประธานกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ดร.จิโรจน์ บุณตศิริ)

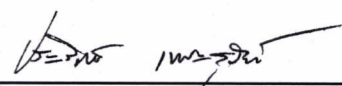
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

กรรมการสอบการค้นคว้าอิสระ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ อุตตมากร)

คณบดี


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประวิทย์ เขมะสุนันท์)

หัวข้อการค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ)
ชื่อผู้เขียน	นางสาววารุณี กุศลธนาวิจิตร
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวิทย์ เขมะสุนันท์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของธุรกิจประเภทบริการ ของประเทศไทย โดยธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระ ที่มีความสัมพันธ์ต่อผลการดำเนินงาน โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดทางภาคกลาง เนื่องจากเป็นภาคที่มีสัดส่วนของประชากรมากที่สุด รวมถึงมีความหลากหลายของธุรกิจ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม และมีการเก็บแบบสอบถามเมื่อกลุ่มตัวอย่างตอบครบถ้วน โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้นจำนวน 360 คน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) โดยมีระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

จากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดโดยเรียงลำดับดังนี้ ด้านสารสนเทศ ด้านกระบวนการ ด้านการวางแผน ด้านคน และด้านภาวะผู้นำ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน

ผลการศึกษา นวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของผลการดำเนินงาน พบประเด็นสำคัญที่ว่านวัตกรรมทางธุรกิจด้านภาวะผู้นำและด้านคน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การจะพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานของธุรกิจประสบผลสำเร็จ ผู้นำหรือเจ้าของธุรกิจต้องใช้ทักษะการเป็นผู้นำมืออาชีพในการบริหารและจัดการองค์กรเพื่อให้พนักงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพรวมถึงการให้พนักงานได้รับเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลประโยชน์ต่อองค์กร

คำสำคัญ: นวัตกรรมทางธุรกิจ, ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



Independent Study Title	THE FACTORS OF BUSINESS INNOVATION AFFECTING THE PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SERVICE SECTOR)
Author	Miss Varunee Kulrattanavijitra
Degree	Master of Science
Major Field/Faculty/University	Technology Management College of Innovation Thammasat University
Independent Study Advisor	Asst. Prof. Pravit Khaemasunun, Ph.D
Academic Year	2017

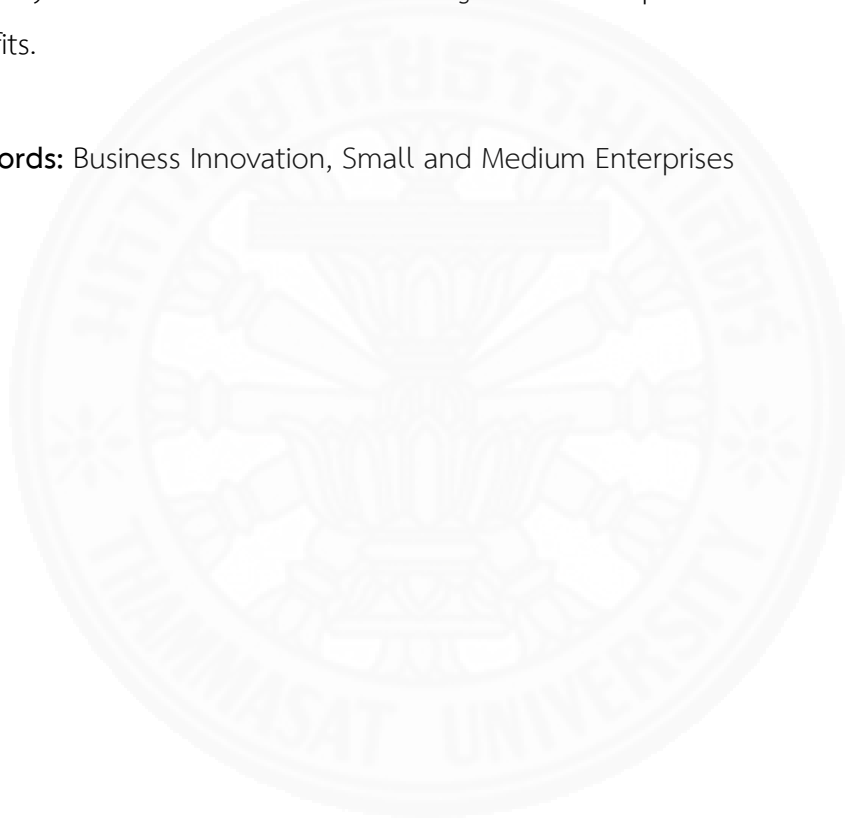
ABSTRACT

The purpose of this research is to verify the factors of business innovation affecting the performance of small and medium enterprises in service sector in the central region of Thailand. Business Innovation is the dependent variable affecting the performance of organizations. The study design is. The data were gathered from entrepreneurs in small and medium enterprises (SMEs) which are located on central region due the most portion of population in Thailand and also the various types of business. As for the research tool, questionnaires were distributed to the select sample of 360 respondents and consequently collected after completion. The data were statistically analyzed in terms of mean, standard deviation and also multiple linear regression analysis with significance level 95%.

The result showed that the opinion in business innovation is that the holistic approach is in the highest criteria and arranges by descending order from information, process, planning, people and leadership. Furthermore, the aspects about the performance of SMEs in the service sector are in the greatest range; descending by means are customer, learning and development, internal process and finance.

Affecting results of the study found that business innovation has an influence in organization's performance and when considering the findings in each of these performances, found that the most significant point is business innovation in terms of leadership and people impact to performance of learning and development at the significant level 90%. It signifies that for developing SMEs in the service sector in the central region to be successful, leaders or proprietors need to utilize professional skills for operational management, and employees are able to work with efficiency with the inclusion of learning and development for the organization's benefits.

Keywords: Business Innovation, Small and Medium Enterprises



กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาและการชี้แนะที่เป็นประโยชน์จากกรรมการทุกท่าน ผู้มีพระคุณท่านแรกที่ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบคุณ คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประวิทย์ เขมะสุนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้ให้ความรู้ คำแนะนำ อธิบาย ตรวจสอบ และช่วยชี้แจงในแต่ละส่วน เพื่อแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ทุกขั้นตอน และช่วยให้งานวิจัยฉบับนี้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ทั้งในด้านเนื้อหา และการประมวลผล รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิโรจน์ บุณยะศิริ และ ดร. ชัยวัฒน์ อุตตมาการ ประธานกรรมการคุมสอบ และกรรมการในการสอบ ที่ให้คำแนะนำทางด้านมุมมอง และแนวทางในการเขียนรายงาน รวมถึง เทคนิคการนำเสนอ ผู้ศึกษาใคร่ขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณผู้มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้งานวิจัยนี้สามารถดำเนินต่อไปได้ โดยใช้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์นี้ ดำเนินการเรื่องการวิเคราะห์ผลของข้อมูล

ขอบคุณบุคคลในครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคน ที่ช่วยสนับสนุน และเป็นกำลังใจทั้งในการเรียนและการศึกษาค้นคว้านี้ตลอดมา

หากผลการศึกษานี้มีข้อบกพร่องประการใดผู้ศึกษาขอน้อมรับไว้เพื่อปรับปรุงและแก้ไขในการศึกษาครั้งต่อไป

นางสาววารุณี กุศลรัตนวิจิตรรา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญตาราง	(9)
สารบัญภาพ	(11)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.3 สมมติฐานการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	9
2.1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	9
2.1.2 ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	10
2.1.3 หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	11
2.1.4 ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	12
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	14

2.2.1 ความหมายของนวัตกรรม	14
2.2.2 ความสำคัญของนวัตกรรม	16
2.2.3 ประเภทของนวัตกรรม	17
2.2.4 องค์การแห่งนวัตกรรม	19
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน	21
2.3.1 ความหมายของผลการดำเนินงาน	22
2.3.2 ความสำคัญของผลการดำเนินงาน	22
2.2.3 องค์ประกอบของมุมมองด้านการวัดผลการดำเนินงาน	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	26
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย	29
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	30
3.3 การรวบรวมข้อมูล	33
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	35
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ	36
4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ	39
4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ	45
4.4 ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสามารถพยากรณ์การดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ	50

	(8)
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	56
5.1 สรุปผล	56
5.2 อภิปรายผล	60
5.3 ข้อเสนอแนะ	63
รายการอ้างอิง	65
ภาคผนวก	69
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	70
ภาคผนวก ข ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)	77
โดยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (Cronbach's Alpha)	
ภาคผนวก ค ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	96
ประวัติผู้เขียน	112

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	36
4.2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	37
4.3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา	37
4.4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	38
4.5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	38
4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการในเขต ในภาพรวม	39
4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านภาวะผู้นำ	40
4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการวางแผน	41
4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านสารสนเทศ	42
4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านคน	43
4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการ	44
4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม	45
4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า	46
4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน	47
4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา	48

4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน	49
4.17 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาครวม	50
4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า	51
4.19 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน	52
4.20 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	53
4.21 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน	55

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 องค์ประกอบการจัดการและพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม	20
2.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	29



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในการพัฒนาประเทศ โดยปรับเปลี่ยนไปในเชิงให้ความสำคัญ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises หรือ SMEs) เพิ่มขึ้น แต่ควรตระหนักว่า SMEs ในปัจจุบันก็ไม่ได้แตกต่างไปจากกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ของประเทศ กล่าวคือ SMEs ต้องเผชิญกับปัญหาอันสืบเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างรุนแรงจึงมีได้หมายความว่าเฉพาะการช่วยเหลือ SMEs ให้รอดพ้นจากวิกฤตของการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ปัจจุบันเท่านั้น (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552: 2) ดังนั้นผู้บริหารธุรกิจ SMEs จำเป็นจะต้องมีการบริหารกับความเสี่ยงในด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นภายในองค์กร ซึ่งการบริหารความเสี่ยงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่ทำให้เกิดความมั่นใจว่าความเสี่ยงทั้งหมดที่มีผลกระทบสำคัญ ทั้งจากภายในและภายนอกที่มีผลต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร จะได้รับการพิจารณาและจัดการให้หมดไปหรือลดน้อยลง ซึ่งจะทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลแต่ทั้งนี้ การบริหารความเสี่ยงดังกล่าว นอกจากจะต้องมีการดำเนินการทั่วทั้งองค์กรแบบบูรณาการยังต้องให้ความสำคัญในการกำหนดผู้รับผิดชอบต่อกิจกรรมการควบคุม เพื่อพิจารณาประสิทธิผลของการจัดการความเสี่ยงที่ได้ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน หรือพิจารณาแนวทางการปฏิบัติเพิ่มเติมที่จำเป็นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการความเสี่ยง มีการติดตาม (Monitoring) เพื่อให้มั่นใจได้ว่าการจัดการความเสี่ยงมีคุณภาพ มีความเหมาะสมและการบริหารความเสี่ยงได้นำไปใช้ในทุกระดับขององค์กรมีการรายงานความเสี่ยงทั้งหมดที่มีผลกระทบสำคัญต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรต่อผู้บริหารที่รับผิดชอบและท้ายสุดมีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information & Communication) แก่บุคลากรทุกคนให้ได้รับรู้และเข้าใจอย่างทั่วถึง จะสามารถช่วยให้บุคลากรที่เกี่ยวข้องสามารถตอบสนองต่อเหตุการณ์ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ, 2554: 52-53)

ปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ซึ่งยังไม่ค่อยให้ความสำคัญเกี่ยวกับนวัตกรรมมากนัก ทำให้หลายองค์กรไม่ได้มุ่งเน้นที่จะเป็นองค์กรนวัตกรรมทางธุรกิจ นอกจากนั้น หลายธุรกิจยังคงมีความรู้ไม่มากนักเกี่ยวกับการปรับกลยุทธ์ด้านธุรกิจไปสู่การเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม หรือธุรกิจเองอาจมุ่งให้ความสำคัญกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียวส่วนประเด็นอื่นๆ มักถูกละเลยไป เช่น นวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์เป็นการนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการทำ

ในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่นโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม (ดนัย เทียนพุฒ, 2550: 4)

การสร้างธุรกิจแห่งนวัตกรรม นับว่ามีความสำคัญอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากถ้าองค์กรไม่สามารถพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตัวเองด้วยสิ่งใหม่ๆ แล้ว ย่อมเป็นการยากที่จะทำให้องค์กรนั้นๆ ประสบความสำเร็จในระยะยาวโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากความสำเร็จขององค์กรที่เป็นผู้นำตลาดนั้นมักเกิดจากการนำเสนอรูปแบบนวัตกรรมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น นวัตกรรมทางด้านสินค้าด้านกระบวนการทำงาน ด้านการให้บริการ ด้านการจัดการ หรือด้านการตลาด ธุรกิจแห่งนวัตกรรมเป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะองค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยนมาก่อน เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อความอยู่รอดขององค์กร และความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาดการค้าโลกเสรี ธุรกิจในประเทศไทยจะสามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้จะต้องเริ่มจากการที่ผู้บริหารธุรกิจมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม โดยธุรกิจที่มึ้นวัตกรรมสูง มีองค์ประกอบดังนี้ ภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planned) สารสนเทศ (Information) ด้านคน (People) และด้านกระบวนการ (Processes) (ดนัย เทียนพุฒ, 2550 และ Enterprise Innovation Centre Spring Singapore, 2006)

นอกจากนี้ เมื่อมีการนำนวัตกรรมไปสู่การปฏิบัติจะต้องมีการวัดผลงานขององค์กร ซึ่งจะสามารถทำให้บริษัททราบว่าขณะนี้ประสบความสำเร็จเพียงใด การดำเนินงานของบริษัทเมื่อเทียบกับเป้าหมายทางไกลเพียงใด กระบวนการของบริษัทยังคงอยู่ในภาวะควบคุมและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่มุ่งหวัง เพื่อให้ทราบว่าบริษัทมีจุดอ่อนหรือโอกาสพัฒนาในประเด็นใดบ้าง ปัจจัยหลายประการของบริษัทที่มีความแตกต่างกัน ความต้องการของบริษัทที่จะเพิ่มยอดขายรวมถึงการเจริญเติบโต ผลประโยชน์และการพัฒนาตลาด การเข้าใจถึงศักยภาพของบริษัททำให้บริษัทมีการพัฒนาด้านต่างๆ เพื่อการอยู่รอดและความมั่นคงในการดำเนินงาน ในปัจจุบันการวัดผลการดำเนินการมีเกณฑ์ในการวัดที่หลากหลาย บางเกณฑ์มุ่งวัดผลการดำเนินงานด้านการเงินแต่เพียงอย่างเดียว แต่สำหรับงานวิจัยนี้เพื่อให้สามารถวัดผลการดำเนินงานโดยภาพรวม การประเมินองค์การในปัจจุบันแนวคิด หรือวิธีการที่นำมาใช้อย่างแพร่หลาย คือแนวคิดการวัดผลงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วัดและประเมินผลองค์การจากมุมมอง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

(Learning and Growth Perspective) (Kaplan, 1996: 143)

โดยเฉพาะภาคกลางของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นภูมิภาคที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ อาทิ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ศักยภาพทางการเงิน และการเจริญเติบโต ด้านการท่องเที่ยวของธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในเขตโดยผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย สามารถเป็นแนวทางเพื่อพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่สามารถเติบโตอันจะเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นกลยุทธ์ในการสร้างคุณภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจและทำให้เศรษฐกิจของประเทศชาติเติบโตโดยรวม

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

1.2.2 เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

1.2.3 เพื่อพยากรณ์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจจะสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ด้านประชากร

ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในเขตภาคกลาง ที่จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 3,638 คน (สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560: ออนไลน์)

1.4.2 ด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ และศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา และด้านการเงิน

1.4.3 ด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดของนักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ดังนี้

1.4.3.1 ตัวแปรอิสระ คือ นวัตกรรมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ได้แก่

1. ด้านภาวะผู้นำ
2. ด้านการวางแผน
3. ด้านสารสนเทศ
4. ด้านคน
5. ด้านกระบวนการ

1.4.3.2 ตัวแปรตาม คือ ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ได้แก่

1. ด้านลูกค้า
2. ด้านกระบวนการภายใน
3. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา
4. ด้านการเงิน

1.4.4 ด้านระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยใช้เวลาศึกษาวิจัยเป็นเวลา 4 เดือน ตั้งแต่ เดือนเมษายน – เดือนกรกฎาคมปี

พ.ศ. 2560

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจกรรมหรือธุรกิจที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระ เจ้าของกิจการและผู้บริหาร จะเป็นคนเดียวกัน การจัดหาเงินมาลงทุนทำธุรกิจเป็นเงินส่วนตัวหรืออาจได้รับการสนับสนุนจากคนกลุ่มน้อย ธุรกิจดำเนินกิจการ ในท้องถิ่น การกำหนดประเภทและขนาดของธุรกิจแยกตามจำนวนการจ้างงาน จำนวนสินทรัพย์ถาวร และธุรกิจ SMEs มีการดำเนินกิจการครบ 3 กลุ่ม คือ กิจกรรมการผลิต กิจกรรมการบริการ และกิจกรรมการค้า ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะหมายถึงธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เท่านั้น

2. นวัตกรรมทางธุรกิจ หมายถึง รูปแบบธุรกิจที่สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่โดดเด่น มีศักยภาพสูงในการบริหารจัดการองค์กรที่ดี การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการก่อให้เกิดกระแสตื่นตัวด้านนวัตกรรม ช่วยให้การดำเนินการไปสู่ความสำเร็จตามจุดประสงค์และเป้าหมายได้โดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยที่สุด ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ

2.1 ด้านภาวะผู้นำ หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งบริหารงานต่างๆ ในทุกระดับ ที่สามารถตัดสินใจในด้านต่างๆ อันส่งผลต่อประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลขององค์กร รวมถึงผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ความเป็นพลเมืองดีในองค์กร

2.2 ด้านการวางแผน หมายถึง การสนับสนุนเป้าหมายทางธุรกิจอย่างชัดเจน โดยการนำเป้าหมายกลยุทธ์สร้างเป็นแผนที่ทางกลยุทธ์ หรือการนำนวัตกรรมที่เคยใช้ได้ผลดีจากที่อื่นมาใช้เต็มรูปแบบ หรือการนำนวัตกรรมที่เคยใช้ที่อื่นเพียงบางส่วนแล้วพัฒนาส่วนอื่นเพิ่มเติม หรือการนำนวัตกรรมในอดีตที่เคยใช้แล้วขึ้นมาใช้ใหม่ เพื่อให้การใช้หรือการสร้างนวัตกรรมนั้นบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2.3 ด้านสารสนเทศ หมายถึง การที่องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการให้มีความทันสมัย

2.4 ด้านคน หมายถึง การพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้นโดยบุคลากรเหล่านั้นต้องรู้จักสร้างสรรค์ ต้องมีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้าปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

2.5 ด้านกระบวนการ หมายถึง แนวทางการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การส่งมอบงาน ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรมในองค์กร

3. ผลการดำเนินงาน หมายถึง ข้อมูลจริงที่ใช้เป็นหลักฐานในการประเมินองค์กร ได้ดำเนินการตามนโยบาย แผนงาน โครงการและมาตรการด้านการบริหาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรฐานแห่งความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

3.1 ด้านการเงิน หมายถึง ตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีต่อการปฏิบัติงานและนโยบายจากส่วนบนที่กระจายไปสู่ระดับต่างๆ เพื่อนำไปปฏิบัติโดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้ การเพิ่มขึ้นของกำไรและการลดต้นทุนให้ต่ำลง การใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์หรือการลงทุน

3.2 ด้านลูกค้า หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์ กระบวนการด้านการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ การรักษาสถานลูกค้าเดิม การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด การเพิ่มลูกค้าใหม่ และรักษาสถานลูกค้าเก่า

3.3 ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านสายการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพการทำงาน

3.4 ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา หมายถึง การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ความพึงพอใจและทัศนคติของพนักงาน ทักษะในการทำงาน การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการทำงาน อัตราการเข้าออกของพนักงาน

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ต้องการพัฒนาองค์กรของตนไปเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม

2. เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในการปรับปรุงรูปแบบการจัดการด้านนวัตกรรมธุรกิจ เพื่อเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร

3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม เพื่อให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่สามารถเติบโตอันจะเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ และเป็นกลยุทธ์ในการสร้างคุณภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อเพิ่มความ แข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจและทำให้เศรษฐกิจของประเทศชาติเติบโตในภาพรวม

4. เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานของธุรกิจประเภทบริการ ที่ต้องการพัฒนา องค์การในการสร้างความแข็งแกร่ง เพื่อทัดเทียมกับคู่แข่ง



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ซึ่งผู้วิจัยได้อาศัยแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยเรียงตามลำดับ ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

- 2.1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.1.2 ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.1.3 หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.1.4 ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

- 2.2.1 ความหมายของนวัตกรรม
- 2.2.2 ความสำคัญของนวัตกรรม
- 2.2.3 ประเภทของนวัตกรรม
- 2.2.4 องค์การแห่งนวัตกรรม

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงาน

- 2.3.1 ความหมายของผลการดำเนินงาน
- 2.3.2 ความสำคัญของผลการดำเนินงาน
- 2.2.3 องค์ประกอบของมุมมองด้านการวัดผลการดำเนินงาน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ ธุรกิจ SMEs (Small and Medium Sized-Enterprises : SMEs) เป็นธุรกิจที่ครอบคลุมกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งกิจการการผลิต กิจการบริการและกิจการการค้า (ค้าส่งและค้าปลีก) และรวมถึงกิจการอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Industrial : SMIs) ซึ่งมีผู้ให้ความหมายและคำจำกัดความของธุรกิจ (SMEs) ไว้แตกต่างกัน ดังนี้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2552: 16) ระบุว่า คำว่า เอสเอ็มอี นั้นเป็นคำย่อ ของคำว่า Small and Medium Enterprise (SME) ในภาษาอังกฤษนั่นเอง สำหรับคำที่ใช้กันอย่างเป็นทางการ ของภาษาไทยคือ “วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม”

ผุสดี รุมาคม (2553: 2) กล่าวว่า ธุรกิจ SMEs หรือ ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชน เป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพล ของบุคคล หรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ และมีพนักงานจำนวนไม่มาก

ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ (2554: 18) กล่าวว่า ธุรกิจขนาดย่อม หมายถึง ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือ SMEs ซึ่งครอบคลุมกิจการการผลิต (ภาคอุตสาหกรรม และภาคธุรกิจการเกษตร) กิจการการค้า (ค้าส่งและค้าปลีก) และกิจการบริการ

มานพ ชิวณาสุนทร (2554: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ธุรกิจ SMEs หมายถึง ธุรกิจที่มีลักษณะการบริหารงานอย่างอิสระ ผู้บริหารมักเป็นเจ้าของกิจการ ดำเนินธุรกิจด้วยเงินทุนส่วนตัว หรือได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มคนกลุ่มเล็ก ขอบเขตการดำเนินกิจการจะทำในท้องถิ่นส่วนใหญ่ ตลาดของสินค้าหรือบริการจะอยู่ภายในท้องถิ่นหรือไม่ก็ได้ จำนวนพนักงาน เงินลงทุนทรัพย์สินและยอดขายจะมีน้อยกว่าธุรกิจให้อุตสาหกรรมเดียวกันที่มีขนาดใหญ่กว่า

รักพงษ์ บุญฤทธิ์มนตรี (2555: 6-7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ธุรกิจ SMEs หมายถึง ธุรกิจที่ใช้จำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร ไม่รวมที่ดิน และให้ถือจำนวนการจ้างงานหรือมูลค่าสินทรัพย์ที่น้อยกว่าเป็นเกณฑ์กำหนด โดยแบ่งเป็นกลุ่มประเภทของกิจการ 4 ประเภท ได้แก่

กิจการผลิตสินค้า (Manufacturing Sector) กิจการค้าส่ง (Wholesale Sector) กิจการค้าปลีก (Retail Sector) และกิจการบริการ (Service Sector)

สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือธุรกิจ SMEs หมายถึง กิจการหรือธุรกิจที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นอิสระ เจ้าของกิจการ และผู้บริหาร จะเป็นคนเดียวกัน การจัดหาเงิน มาลงทุนทำธุรกิจเป็นเงินส่วนตัวหรืออาจได้รับการสนับสนุนจากคนกลุ่มน้อย ธุรกิจดำเนินกิจการในท้องถิ่น การกำหนดประเภทและขนาดของธุรกิจแยกตามจำนวนการจ้างงาน จำนวนสินทรัพย์ถาวร และธุรกิจ SMEs มีการดำเนินกิจการครบ 3 กลุ่ม คือ กิจการการผลิต กิจการบริการ และกิจการการค้า

2.1.2 ประเภทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีการจัดแบ่งไว้หลายประเภทตามวัตถุประสงค์ในการดำเนินธุรกิจซึ่งกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2552: 161-162) ได้จัดแบ่งประเภทธุรกิจ SMEs ครอบคลุมกิจการ 3 ประเภท คือ

1. กิจการการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) โดยเฉพาะกิจการแปรรูปการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)

2. กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail) ซึ่งรวมถึงการนำเข้าและการส่งออก

3. กิจการบริการ (Service Sector) เป็นกิจการที่สนับสนุนธุรกิจการผลิตการค้า และการอำนวยความสะดวกต่อการผลิต การค้า และการบริโภค เช่น การโรงแรมการท่องเที่ยว การซ่อมบำรุง การเก็บรักษา การขนส่ง บริการและธุรกิจความงาม

โดยประเภทธุรกิจ SMEs ทั้งสามประเภทสามารถพิจารณาแยกเป็นประเด็น ดังนี้ (ผุสดี รุมาคม, 2553: 31-32)

1. ธุรกิจการผลิต (Manufacturing Sector) เป็นธุรกิจที่นำเอาวัตถุดิบชิ้นส่วนอะไหล่ และปัจจัยนำเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรรูปจนกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูปเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการประกอบการจะเป็นโรงงานขนาดเล็ก ซึ่งไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าหรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ ดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองความต้องการของลูกค้าประจำหรือเจาะตลาดในกลุ่มลูกค้าเฉพาะ (Niche Market) และสามารถ

ประหยัดต้นทุน บางอย่างได้ เช่น การใช้แรงงานตนเองและครอบครัวในการดำเนินงานเป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งวัตถุดิบและส่วนประกอบให้แก่ธุรกิจขนาดใหญ่ โดยธุรกิจขนาดใหญ่แต่ละแห่งจะสั่งซื้อปัจจัยนำเข้าจากธุรกิจ SMEs หลายประเภทแตกต่างกันไป

2. ธุรกิจการค้า (Trading Sector) เป็นธุรกิจที่ทำหน้าที่ของคนกลางที่อยู่ในช่องทางจำหน่ายทั้งที่เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของชำ ร้านขายเสื้อผ้า ร้านขายหนังสือร้านขายเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นต้น ธุรกิจ SMEs จำนวนมากเป็นธุรกิจการค้าจำหน่าย โดยเฉพาะในท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลจากผู้ผลิตสินค้า ร้านค้าส่งและร้านค้าปลีกจะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งให้ถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกท้องถิ่น ตามภูมิภาคโดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ ซึ่งช่วยให้ธุรกิจขนาดใหญ่ได้ขยายตลาดอย่างกว้างขวาง โดยไม่ต้องลงทุนสร้างสำนักงานขายของตนเอง

3. ธุรกิจบริการ (Service Sector) เป็นธุรกิจที่ใช้พนักงานเสนอบริการการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ธุรกิจ SMEs ที่เป็นธุรกิจให้บริการมีอยู่จำนวนหลายประเภท เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่มาก แต่ต้องอาศัยแรงงานและฝีมือของบุคลากร เช่น ร้านซ่อมเครื่องใช้ไฟฟ้า ร้านตัดเย็บเสื้อผ้า ร้านตัดผม ร้านซักรีด สถาบันเสริมความงาม เป็นต้น ธุรกิจบริการเป็นธุรกิจเฉพาะทางที่ต้องอาศัยความสามารถเฉพาะบุคคล จึงทำให้การขยายตัวทำได้ยากและมีผลผลิตภาพค่อนข้างต่ำเมื่อระบบเศรษฐกิจขยายตัวขึ้น ความต้องการด้านการบริการของลูกค้าเพิ่มขึ้น จึงผลักดันให้เกิดการก่อตั้งผู้ประกอบการธุรกิจบริการรายใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

2.1.3 หลักเกณฑ์การกำหนดขนาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ได้ให้หลักเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของธุรกิจ SMEs ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรม ดังนี้ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2552: 7-8)

1. วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

1.1 กิจการผลิตสินค้า ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.2 กิจการให้บริการ ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.3 กิจการค้าส่ง ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

1.4 กิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท

2. วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่ กิจการที่มีลักษณะ ดังต่อไปนี้

2.1 กิจการผลิตสินค้า ที่มีการจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือ มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

2.2 กิจการให้บริการ ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 200 ล้านบาท

2.3 กิจการค้าส่ง ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 25 คน แต่ไม่เกิน 50 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 100 ล้านบาท

2.4 กิจการค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่า 15 คน แต่ไม่เกิน 30 คน หรือมีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเกินกว่า 30 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 60 ล้านบาท

3. ในกรณีที่มูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าเกณฑ์ตามลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง แต่จำนวนการจ้างงานของกิจการเข้าเกณฑ์ตามลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าเกณฑ์ตามลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อม แต่จำนวนการจ้างงานเข้าเกณฑ์ตามลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลาง ให้ถือมูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือจำนวนการจ้างงานที่น้อยกว่า เป็นเกณฑ์การพิจารณา โดยการพิจารณามูลค่าสินทรัพย์ถาวรหรือจำนวนการจ้างงาน

2.1.4 ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ธุรกิจ SMEs ได้รับความสำคัญจากหลายฝ่ายในการเป็นกลุ่มธุรกิจที่จะฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจของประเทศในช่วงนั้น ซึ่งธุรกิจ SMEs สามารถสร้างงานและกระจายรายได้ไปยังทั่วทุกภาคได้ดีกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ธุรกิจ SMEs จึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสมดุลทางรายได้ให้แก่สังคม และการครองชีพของคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ มีมาตรฐานที่ดีและยังส่งผลให้รายได้ประชาชาติสูงขึ้น ทั้งยังก่อให้เกิดความมีเสถียรภาพของระบบเศรษฐกิจ และสังคมอย่างแท้จริง และนอกจากนั้นธุรกิจ SMEs ยังทำหน้าที่เป็นแหล่งวัตถุดิบของผู้ให้บริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย คนกลาง และตัวแทน ฯลฯ เพื่อรองรับธุรกิจขนาดใหญ่ ดังนั้นธุรกิจ SMEs จึงมีบทบาทอย่างสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ดังต่อไปนี้ (รักพงษ์ บุญฤทธิมนตรี, 2555: 62-63)

1. ก่อให้เกิดประโยชน์แก่เศรษฐกิจไทยในด้านการจ้างงาน การสร้างมูลค่าผลผลิต และการประหยัดเงินตราต่างประเทศในแง่การผลิตสินค้าและบริการ ทดแทนการนำเข้าจากต่างประเทศ

2. ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ เพื่อสนองความต้องการและอำนวยความสะดวกต่อธุรกรรมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การผลิตหรือการแปรรูป การเก็บรักษาการจำหน่ายและให้บริการหลังการขาย การขนส่งการให้บริการในลักษณะอาชีพอิสระต่างๆ

3. เป็นจุดกำเนิดของผู้ที่จะสนใจลงทุนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ เนื่องจากกิจการ SMEs ใช้เงินลงทุนไม่สูงนัก ถ้าพลาดพลั้งความเสียหายที่เกิดขึ้นจะไม่มากนัก แต่หากกิจการอยู่รอดและเจริญก้าวหน้าก็จะเป็นฐานการพัฒนาประเทศที่สำคัญ

4. เป็นแหล่งหรือโรงเรียนฝึกอาชีพของบรรดาแรงงานประเภทต่างๆ โดยเฉพาะแรงงาน ที่มีได้ผ่านระบบการศึกษาด้านอาชีวศึกษา กล่าว คือ แรงงานเหล่านี้จะสมัครเข้ามาทำงาน และฝึกฝนเรียนรู้จากประสบการณ์การทำงานจริง

5. ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงกับกิจการขนาดใหญ่ หรือกิจการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ในการปรับช่วงการผลิตหรือเป็นแหล่งรับซื้อวัตถุดิบจากภาคการเกษตร เป็นต้น

6. ป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ SMEs ช่วยให้เกิดการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้การแข่งขันที่เป็นธรรมจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

นอกจากบทบาทความสำคัญที่กล่าวข้างต้นแล้ว ธุรกิจ SMEs ยังมีประโยชน์ในด้านต่อไปนี้ (มานพ ชิวณาสุนทร, 2554: 4-5)

1. การสร้างงานใหม่ ธุรกิจ SMEs เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นได้ง่าย จึงมีส่วนสนับสนุนผู้ที่ต้องการเริ่มธุรกิจของตัวเอง โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ ผู้ที่ต้องว่างงานมักจะหันมาเริ่มต้นธุรกิจ SMEs และธุรกิจ SMEs เองไม่ช้าก็อาจกลายเป็นธุรกิจขนาดกลาง และหรือขนาดใหญ่ต่อไปได้

2. การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ นักประดิษฐ์คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มักเริ่มต้นการผลิตและการขายด้วยธุรกิจ SMEs ก่อนที่จะขยายกิจการออกไปเมื่อผลิตภัณฑ์นั้น ได้รับการยอมรับ

3. การเพิ่มการแข่งขัน การที่มีธุรกิจ SMEs เข้ามาในตลาดทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น จึงมีทำให้ระดับการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นในระบบเศรษฐกิจ

4. การสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในการผลิตสินค้าและบริการ ธุรกิจ SMEs จะมีส่วนช่วยเหลือและสนับสนุนธุรกิจขนาดใหญ่ในด้านต่างๆ เช่น การจัดจำหน่ายสินค้าทั้งค้าส่งหรือค้าปลีก เป็นผู้ผลิตปัจจัยการผลิตส่งให้ธุรกิจขนาดใหญ่ หรือทำหน้าที่ให้บริการเสริม เช่น การซ่อมแซม การทำความสะอาด เป็นต้น

5. การเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตสินค้าและบริการ โดยเฉพาะกิจการที่ต้องการความประณีต และมีการใช้ฝีมือ ธุรกิจ SMEs ย่อมทำได้ดีกว่า และถือเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาความสามารถในการประกอบการ

6. การกระจายการพัฒนาประเทศ ธุรกิจ SMEs มีการจัดตั้งกระจายไปตามชุมชนต่างๆ จึงมีบทบาทในการส่งเสริมการกระจายความเจริญเติบโตของท้องถิ่น

7. เพิ่มการระดมทุน ธุรกิจ SMEs เป็นการรวบรวมเงินทุนทั้งที่เป็นของผู้ประกอบการ และญาติมิตรมาก่อให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจ จึงเป็นจุดเริ่มในการระดมทุน

จะเห็นได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs ในอนาคต ขึ้นอยู่กับการใช้ความรู้เพื่อเก็บเกี่ยวประโยชน์จากข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในยุคโลกไร้พรมแดน และอุตสาหกรรมที่มีฐานความรู้สนับสนุนจะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นผลจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากผู้บริโภคมีความรู้และทางเลือกมากขึ้น ดังนั้น ธุรกิจ SMEs ในทุกประเภทบริการ จึงต้องพัฒนารูปแบบการบริการให้มีลักษณะเป็นสากลและสามารถแข่งขันกับวิสาหกิจจากต่างชาติได้

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

2.2.1 ความหมายของนวัตกรรม

นวัตกรรมคือส่วนสำคัญของกระบวนการทางธุรกิจ (Innovation as a Core Business Process) เปรียบเสมือนหัวใจของกระบวนการทางธุรกิจ ที่แสดงถึงความคิดริเริ่มประกอบกับการนำความคิดริเริ่มเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ซึ่งกระบวนการทางนวัตกรรมนี้เอง จะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถดำรงอยู่และเจริญเติบโตต่อไปได้ จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีผู้ให้ความหมายหรือนิยามศัพท์นวัตกรรมไว้หลากหลาย ดังนี้

ราชบัณฑิตยสถาน (2538 : 322) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึงสิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจเป็นความคิด วิธีการหรืออุปกรณ์ เป็นต้น

นพดล เหลืองภิรมย์ (2557: 34) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

วีรภา คำสนธิ (2551: 6) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน รูปแบบธุรกิจที่สามารถใช้ประโยชน์ ซึ่งสิ่งใหม่อาจยังไม่มีใครทำมาก่อน หรือเป็นสิ่งที่มีการทำแล้ว แต่ยังคงยังไม่เคยทำ โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และการจัดการ มาผนวกกับการส่งเสริมวัฒนธรรม นวัตกรรม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สัมฤทธิ์ผลและเป็นประโยชน์

ศรียรัตน์ โกมลมาลย์ (2552: 8-9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นสิ่งใหม่และองค์กรยอมรับเอาไปใช้ หรือการจัดการ มาพัฒนา ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่หรือบริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

ธงชัย สันติวงษ์ (2553: 41) ได้ให้ความหมายไว้ว่า นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การสร้างสินค้าและบริการให้มีความโดดเด่นที่มีความแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องตลาดด้วยการผสมผสานกันของสิ่งสองสิ่ง คือจุดแข็งของสินค้าและบริการกับความเข้าใจในช่องว่างทางการตลาดที่ยังไม่มีใครค้นพบ

เรียงชัย หมื่นชนะ (2554: 10) ได้ให้ความหมาย นวัตกรรม หมายถึง การนำวิธีการใหม่ๆ มาปฏิบัติหลังจากได้ผ่านการทดลองหรือได้รับการพัฒนามาเป็นขั้นๆ แล้ว โดยเริ่มมาตั้งแต่การคิดค้น (Invention) การพัฒนา (Development) ซึ่งอาจจะเป็นรูปของโครงการทดลองปฏิบัติก่อน (Pilot Project) แล้วจึงนำมาปฏิบัติจริง ซึ่งมีความแตกต่างไปจากการปฏิบัติเดิมที่เคยปฏิบัติมา

จิราวรรณ วุฒิสวัสดิ์ (2557: 41) ได้ให้ความหมายนวัตกรรม หมายถึง การปรับปรุงของเก่าให้ใหม่ขึ้นและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรนั้นๆ นวัตกรรมไม่ใช่การจัดหรือล้มล้างสิ่งเก่าให้หมดไป แต่เป็นการปรับปรุง เสริมแต่งและพัฒนาเพื่อความอยู่รอดของระบบ

ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้โดยสรุปว่า นวัตกรรม หมายถึง การปฏิบัติ หรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้ทันสมัยและใช้ได้ผลดียิ่งขึ้น เมื่อนำนวัตกรรมมาใช้จะช่วยให้การทำงานนั้นได้ผลดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าเดิมมีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

ทั้งนี้ องค์กรแห่งนวัตกรรม เป็นแนวคิดนวัตกรรมการบริหารจัดการองค์กรแนวใหม่ ในการปรับเปลี่ยนคุณลักษณะองค์กร หรือปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่เคยปรับเปลี่ยน

มาก่อน เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบริบทโลกาภิวัตน์ที่มีความรู้และนวัตกรรมเป็นปัจจัยหลักในการเพิ่มคุณค่า พัฒนาผลิตสินค้าและบริการที่ดีมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ความอยู่รอด และความสามารถเชิงการแข่งขันขององค์กรในตลาดการค้าโลกเสรี

สำหรับงานวิจัยนี้ ธุรกิจแห่งนวัตกรรม หมายถึง รูปแบบธุรกิจที่สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่โดดเด่นมีศักยภาพสูงในการบริหารจัดการองค์กรที่ดี การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการก่อให้เกิดกระแสตื่นตัวด้านนวัตกรรม ช่วยให้การดำเนินการไปสู่ความสำเร็จตามจุดประสงค์และเป้าหมายได้ โดยใช้เวลาและทรัพยากรน้อยที่สุด

2.2.2 ความสำคัญของนวัตกรรม

ในยุคของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภาค รัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน องค์กรที่จะสามารถรักษาศักยภาพในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยอาศัยผลของนวัตกรรม องค์กรนั้นจะต้องเข้าใจในนวัตกรรมในภาพกว้าง ซึ่งจะรวมไปถึง การเป็นเทคโนโลยีใหม่และวิธีการสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีใหม่ๆ นวัตกรรม มีความสำคัญต่อองค์กร ดังนี้ (นพดล เหลืองภิรมย์, 2557: 84-85)

1. สู่ความเป็นเลิศของบุคคล (Individual Excellence) ความคิดของบุคคลก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นได้ ด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย ด้วยพลังความคิด นวัตกรรมด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมักเกิดจากปัจจัยบุคคลแต่ละคน (Individual) กล่าวคือ ถ้าได้มีการส่งเสริมการเรียนรู้และศึกษาอบรมให้คนมีกระบวนการคิดที่ถูกต้องเป็นการคิดแบบวิจารณ์ญาณ (Critical Thinking) และคิดแบบริเริ่มสร้างสรรค์ (Creative Thinking) จะทำให้ได้นวัตกรรมใหม่ขึ้นได้

2. สู่ความเป็นเลิศของทีมงาน (Teamwork Excellence) การส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมหรือแบบทีมงานเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญ เพราะบางครั้งไม่สามารถคิดได้ด้วยตนเอง เมื่อมีกลุ่มเกิดขึ้นจากการประชุมระดมสมองและทำงานเป็นทีม แนวคิดสมัยใหม่เชื่อว่า การทำงานเป็นทีมจะก่อให้เกิดการเรียนรู้ จะก่อให้เกิดนวัตกรรม ดังนั้นนวัตกรรมจึงเป็นผลมาจากการเรียนรู้โดยทีมงาน

3. สู่ความเป็นเลิศขององค์กร (Organization Excellence) การสร้างองค์กรที่ดีเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมขึ้น ทฤษฎีองค์กรสมัยใหม่ก่อให้เกิดนวัตกรรม ดังนี้

3.1 องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

3.2 องค์กรอัจฉริยะ (Intelligent Organization)

3.3 องค์กรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Organization)

3.4 องค์กร 3 ไอ (Triple I Organization)

3.5 องค์กรวิจัยและพัฒนา (Research and Development Organization)

2.2.3 ประเภทของนวัตกรรม

นวัตกรรมมีการแบ่งประเภท (รักษ์ วรกิจโกศาทร, 2547: 26) ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ทำให้ดีขึ้นหรือเป็นสิ่งใหม่ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ต่อโลกต่อประเทศหรือแม้แต่ต่อองค์กรนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นยังสามารถถูกแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) หรือสินค้าทั่วไปเช่นรถยนต์รุ่นใหม่ โทรทัศน์ใช้เทคโนโลยีสูง (High Definition TV : HDTV) ดีวีดี(Digital Video Disc : DVD) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) เช่น การบริการ(services) เช่น แพคเกจทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ ธุรกิจการเงิน-ธนาคารโดยผ่านทางโทรศัพท์(Telephone Finance Banking) เป็นต้น กระบวนการนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์สัญญาณสิ่งแวดล้อม (Environmental Signals) สิ่งแวดล้อมไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด เทคโนโลยีหรือคู่แข่ง การค้นหาสัญญาณทางการตลาด โดยมากจะได้มาโดยการสำรวจและทำการติดตามขอบเขต และความเคลื่อนไหวของตลาด ส่วนสัญญาณทางเทคโนโลยี เครือข่ายการวิจัยและการแสวงหาข้อมูลใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น

1.2 การประดิษฐ์คิดค้น (Invention) จะมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อมีแนวคิดและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน สิ่งประดิษฐ์หรือผลผลิตของการผลิตคิดค้นนั้นได้มาจากการผสมผสานความสามารถเดิมที่มีอยู่ขององค์การเข้ากับองค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการประมวลผลสัญญาณทางการตลาดและเทคโนโลยี

1.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมไปกับการพัฒนาตลาด (Development of Market and Development of Product) โดยเฉพาะสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า มีการทำการศึกษาเพื่อเป็นการสร้างกระแสการตลาดล่วงหน้าก่อนวางจำหน่ายจริงอยู่หลายเดือน

1.4 การวางจำหน่าย (Market Launch) สิ่งที่ควรคำนึงถึงนอกจากเครื่องมือทางการตลาด ได้แก่ การตอบรับของผู้บริโภค ความเหมาะสมด้านการใช้งาน อิทธิพลของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อตัวสินค้าตัวอื่น ความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สื่อและตัวกลางในการจัดจำหน่าย

1.5 การเรียนรู้และการพัฒนานวัตกรรมใหม่ (Learning and Re-Innovation) หลังจากท้องถื่นผ่านขั้นตอนต่างๆ โดยเฉพาะการวางตลาด ความสำเร็จและอุปสรรคที่เกิดขึ้นนับเป็นบทเรียนที่ดี และสามารถนำไปเป็นข้อมูลที่มีค่าในการพัฒนานวัตกรรมครั้งต่อไป

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)

นวัตกรรมกระบวนการเป็นการเปลี่ยนแนวทาง หรือ วิธีการผลิตสินค้า หรือ บริการ ให้การให้บริการในรูปแบบที่แตกต่างออกไปจากเดิม โดยรวมแล้วนวัตกรรมกระบวนการขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับเปลี่ยนองค์กรในทุกๆ ฝ่ายของห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้นเพื่อให้องค์กรนั้น ๆ ได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การผลิตแบบทันเวลาพอดี(Just In Time : JIT) การบริหารงานคุณภาพองค์รวม (Total Quality Management : TQM) และการผลิตแบบกะทัดรัด (Lean Production) เป็นต้น ลำดับขั้นของนวัตกรรมกระบวนการมีดังนี้

2.1 นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป การปรับปรุงระบบให้มีลักษณะสูงขึ้นทีละเล็กทีละน้อย ซึ่งอาจจะพบเห็นได้บ่อยครั้งกว่านวัตกรรมกระบวนการในลักษณะอื่นๆ

2.2 นวัตกรรมในลักษณะลำดับขั้น การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตที่มีผลต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์แต่ยังคงยึดรูปแบบ รวมทั้งแนวคิดของกรรมวิธีผลิตเดิม

2.3 นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน การเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีและแนวคิดในการผลิตอย่างสิ้นเชิง

2.4 นวัตกรรมในลักษณะที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการผลิตโดยสิ้นเชิง นวัตกรรมกระบวนการชนิดนี้มักจะพบได้ในแต่ละช่วงของการเปลี่ยนยุคอุตสาหกรรมเช่น การประยุกต์ใช้ระบบ Computerization และ Robotic System ในกระบวนการผลิต

3. นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Managerial Innovation)

นวัตกรรมการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการในการคิดค้นและปรับใช้แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรนั้นๆ นวัตกรรมการบริหารจัดการเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กรทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐานและวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไป โดยมีวัตถุประสงค์หลักได้แก่ ผลประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ (รักษาลูกค้า ขยายส่วนแบ่งตลาด ดำเนิน

แผนกลยุทธ์ให้เป็นรูปธรรม การเจาะตลาดใหม่และขยายกลุ่มลูกค้าใหม่) ผลประโยชน์ในเชิงการตลาด (การทำราคาสินค้าและบริการให้ต่ำกว่าคู่แข่ง) การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า การสร้างความแตกต่างให้กับลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ให้แก่ลูกค้า การเพิ่มความยืดหยุ่น และผลประโยชน์ในเชิงปฏิบัติการ (การลดต้นทุน การเพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการทำงาน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ และการใช้ทรัพยากรให้มีคุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด)

2.2.4 องค์การแห่งนวัตกรรม

รักษ์ วรกิจโกศาทร (2547: 105-106) กล่าวว่า นวัตกรรมถือเป็นสิ่งจำเป็นในการทำธุรกิจ เพราะจะทำให้ธุรกิจมีความมั่นคงเจริญก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืน ผลลัพธ์หรือบริการต่างๆ ที่ได้ประดิษฐ์คิดค้นขึ้นใหม่จะมีมูลค่ามากเป็นประโยชน์ต่อองค์กร ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่ต้องได้รับการดูแลและคุ้มครองเพื่อไม่ให้เกิดการละเมิดขึ้นได้ เนื่องจากนวัตกรรมเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศ และเป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางการค้าทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ภาครัฐจึงให้ความสำคัญและสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากการที่รัฐบาลได้ให้สิทธิประโยชน์ด้านต่างๆ กับผู้พัฒนานวัตกรรม เช่น สิทธิประโยชน์ด้านภาษี ด้านการลงทุนโดยผ่านหน่วยงานต่างๆ โดยการเปลี่ยนแปลงองค์กรสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบหลักที่สอดคล้องต้องกันเชิงระบบ สรุปรายละเอียดได้ คือ

1. นวัตกรรมธุรกิจขององค์กร (Inno - Business)
2. นวัตกรรมยุทธศาสตร์องค์กร (Inno - Strategy)
3. นวัตกรรมทุนมนุษย์ (Inno - People)
4. นวัตกรรมกระบวนการ (Inno - Process)
5. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Inno - Product)
6. นวัตกรรมการตลาด (Inno - Marketing)



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบการจัดการและพัฒนาองค์กรไปสู่องค์กรแห่งนวัตกรรม

ที่มา: (รักษ วรรกิจโกศาทร, 2547: 106)

ธุรกิจในประเทศไทยจะสามารถพัฒนาตัวเองไปสู่ธุรกิจแห่งนวัตกรรมได้จะต้องเริ่มจากการที่ผู้บริหารธุรกิจมีความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมธุรกิจให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรม ธุรกิจที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นธุรกิจที่มีนวัตกรรมสูง มีองค์ประกอบ 5 ด้านดังนี้ ภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planned) สารสนเทศ (Information) คน (People) และกระบวนการ (Processes) (ดนัย เทียนพุฒ, 2550: 12-15)

1. ด้านภาวะผู้นำ เป็นการปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งบริหารต่างๆ ในทุกระดับที่สามารถตัดสินใจในด้านต่างๆ อันส่งผลต่อประสิทธิภาพหรือประสิทธิผลขององค์กร รวมถึง ผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร ความพึงพอใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ความเป็นพลเมืองดีในองค์กร

2. ด้านการวางแผน เป็นการสนับสนุนเป้าหมายทางธุรกิจอย่างชัดเจน โดยการนำเป้าหมายกลยุทธ์สร้างเป็นแผนที่ทางกลยุทธ์ หรือการนำนวัตกรรมที่เคยใช้ได้ดีจากที่อื่นมาใช้เต็ม

รูปแบบ หรือการนำนวัตกรรมที่เคยใช้ที่อื่นเพียงบางส่วน แล้วพัฒนาส่วนอื่นเพิ่มเติม หรือ การนำนวัตกรรมในอดีตที่เคยใช้แล้วขึ้นมาใช้ใหม่ เพื่อให้การใช้หรือการสร้างนวัตกรรมนั้นบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

3. ด้านสารสนเทศ การที่องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการให้มีความทันสมัย

4. ด้านคน เป็นการพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้มีความสามารถในการทำงานเพิ่มขึ้น โดยบุคลากรเหล่านั้นต้องรู้จักสร้างสรรค์ ต้องมีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้า ปรับตัวให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

5. ด้านกระบวนการ คือ แนวทางการดำเนินงานอย่างมีขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การส่งมอบงาน ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรมในองค์กร

โดยในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน

ปัจจุบันองค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรของภาครัฐหรือภาคเอกชน ได้ให้ความสนใจและความสำคัญกับการประเมินผลองค์กรอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะองค์การธุรกิจเอกชนเริ่มให้ความสนใจกับแนวคิดและเครื่องมือทางเทคนิค เพื่อใช้ในการประเมินผลองค์กร เนื่องจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีเครื่องมือตรวจสอบและติดตามการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา การประเมินขององค์กรเป็นหลักการ หรือแนวคิดทางการจัดการที่มีมานานแล้ว และเป็นหน้าที่ทางการจัดการของผู้บริหาร แต่ที่ผ่านมาผู้บริหารส่วนใหญ่ได้ละเลยความสำคัญของการประเมินผลองค์กร โดยส่วนใหญ่จะเน้นหนัก แต่ในด้านการวางแผน การปรับองค์กรและภาวะผู้นำมากกว่า (พสุ เดชะรินทร์, 2551: 90-92) การวัดผลการดำเนินงานในอดีตจะเห็นว่าเน้นการวัดผลด้านการเงิน ซึ่งปัญหาการวัดผลด้านการเงินเป็นการวัดผลการดำเนินงานในอดีตไม่สามารถประเมินให้เห็นความสามารถในการแข่งขันในปัจจุบันและอนาคตได้ดี ปัจจุบันตัวแบบการวัดผลจะมีการวัดหลายมิติ (Multidimensional) ซึ่งต้องคำนึงถึงความสำเร็จขององค์กรทั้งอดีต

ปัจจุบัน และอนาคต เรียกว่า ระบบการบริหารที่ใช้ระบบการจัดการที่ใช้ผลการปฏิบัติเป็นพื้นฐาน (Performance - Based Management System : PBMS)

2.3.1 ความหมายของผลการดำเนินงาน

การวัดผลการดำเนินงานเป็นกระบวนการประเมินผลงานและความก้าวหน้าในการดำเนินงานเพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมาย จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของผลการดำเนินงาน ไว้ดังนี้

อัมพาพร จินตามุข (2547 : 8) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานและการบริหารของกิจการซึ่งบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้

สิทธิศักดิ์ พุทธิพิทักษ์กุล (2546: 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่สามารถสร้างออกมาได้ เมื่อเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมาย

คณะกรรมการกำหนดแนวปฏิบัติทางการบัญชี และมาตรฐานการบัญชีสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) (2546 : เว็บไซต์) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลของการเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการหากรายได้มากกว่าค่าใช้จ่ายจะถือว่ากิจการดำเนินงานได้กำไร ในทางตรงกันข้าม หากค่าใช้จ่ายมากกว่ารายได้ก็จะถือว่ากิจการนั้นดำเนินงานขาดทุน

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ข้อมูลจริงที่ใช้เป็นหลักฐานในการประเมินองค์กร ได้ดำเนินการตามนโยบาย แผนงาน โครงการและมาตรการด้านการบริหาร ซึ่งมีความสอดคล้องกับมาตรฐานแห่งความสำเร็จ

2.3.2 ความสำคัญของผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานมีความสำคัญต่อธุรกิจ ทำให้บริษัททราบว่าขณะนี้ประสบความสำเร็จเพียงใด การดำเนินงานของบริษัทเมื่อเทียบกับเป้าหมายทางไกลเพียงใด กระบวนการของบริษัทยังคงอยู่ในภาวะควบคุมและมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตามที่มุ่งหวัง เพื่อให้ทราบว่าบริษัทมีจุดอ่อนหรือโอกาสพัฒนาในประเด็นใดบ้าง ปัจจัยหลายประการของบริษัทที่มีความแตกต่างกัน

ความต้องการของบริษัทที่จะเพิ่มยอดขายรวมถึงการเจริญเติบโต ผลประโยชน์และการพัฒนาตลาดการเข้าใจถึงศักยภาพของบริษัททำให้บริษัทมีการพัฒนาด้านต่างๆ เพื่อการอยู่รอดและความมั่นคงในการดำเนินงานในปัจจุบันองค์กรได้ให้ความสำคัญกับการวัดผลสำเร็จ และการ

ประกันคุณภาพการดำเนินงานมากขึ้น มีการกำหนดดัชนีวัดคุณภาพและวัดความสำเร็จของการดำเนินงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้บริหารได้ทราบถึงผลการดำเนินงาน และช่วยสำหรับการตัดสินใจทั้งในระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการ ดัชนีจะทำหน้าที่เป็นตัวบ่งชี้ลักษณะหรือองค์ประกอบหลักของการดำเนินงานภายในองค์กร ว่าประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด นอกจากนี้ยังสามารถใช้เพื่อเปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับองค์กรอื่น หรือในองค์กรเดียวกันแต่ต่างช่วงระยะเวลากันไป (ผุสดี รุมาคม, 2553: 14-15)

2.3.3 องค์ประกอบของมุมมองด้านการวัดผลการดำเนินงาน

การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard : BSC) ของ Kaplan และNorton ถือเป็นแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมาเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวัดผลงานที่ให้ภาพที่ชัดเจนรวดเร็วและยังสืบไปถึงอนาคตอย่างเป็นตรรกะ นอกจากนั้นเครื่องมือในการวัดผลนี้ยังทำให้กิจกรรมสามารถรับรู้ถึงจุดแข็งจุดอ่อนของกิจการได้ตลอดเวลา ดังนั้นกิจการสามารถใช้เป็นสัญญาณเตือนได้อย่างทันเหตุการณ์ เพื่อนำมาใช้ในการสร้างองค์การให้มีความพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพนี้ได้แบ่งมุมมองที่จะใช้วัดผลการดำเนินงาน ออกเป็น 4 มุมมอง ได้แก่ (อำนาจ ธีระวนิช, 2544: 11-17)

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective)
2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)
3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)
4. มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

ในการวัดผลการปฏิบัติงานดุลยภาพนี้เพื่อเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวในการดำเนินงานที่จะทำให้กิจการสามารถนำมาพิจารณาธุรกิจได้ตลอดเวลาว่า ณ เวลาหนึ่งๆ ธุรกิจมีสถานะอย่างไรในภาพรวมทั้ง 4 มุมมอง เพราะความสำเร็จเพียงด้านใดด้านหนึ่งอย่างไม่สมดุล เช่น กิจการประสบความสำเร็จทางการเงิน แต่มีจุดอ่อนในด้านกระบวนการภายใน และการเรียนรู้ องค์กร สิ่งเหล่านี้จะสะท้อนให้เห็นว่าความสำเร็จนั้นเป็นเพียงสิ่งที่เกิดขึ้นชั่วคราวเท่านั้นเพราะความสมดุลดังกล่าวได้บ่งบอกถึงการขาดความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต หรือในทางตรงกันข้ามถ้ากิจกรรมประสบความสำเร็จในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ และมีกระบวนการภายในธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ แต่สิ่งเหล่านี้จะมีประโยชน์หากธุรกิจประสบกับความล้มเหลวทางการเงิน นอกจากนั้นยังสะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจไม่สามารถนำจุดแข็งที่ธุรกิจมีอยู่ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในที่สุดแล้วมุมมอง 4 มุมมอง ต่างมีความสัมพันธ์กันและขึ้นต่อกันอย่างเป็นระบบ โดยเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ของกิจการอย่างชัดเจน

1. มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ตัวชี้วัดความสำเร็จที่มีต่อการปฏิบัติงานและนโยบายจากส่วนบนที่กระจายไปสู่ระดับต่างๆ เพื่อนำไปปฏิบัติโดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขึ้นของรายได้การเพิ่มขึ้นของกำไรและการลดต้นทุนให้ต่ำลง การใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์หรือการลงทุน ซึ่งประกอบด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการ คือ (พสุ เดชะรินทร์, 2551: 6)

1.1 ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth) วัตถุประสงค์ขององค์กรเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ต้องกำหนดแนวทางในการเพิ่มรายได้ ซึ่งมีตัวชี้วัดที่สำคัญเช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้จากสินค้าหรือบริการใหม่ ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้จากสินค้าและบริการใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด หรือกำไรสุทธิจากสินค้าและบริการใหม่ การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ากลุ่มใหม่ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด การเพิ่มขึ้นของรายได้จากลูกค้ากลุ่มเดิม ซึ่งได้แก่ การพยายามหารายได้ให้มากขึ้นจากลูกค้าเดิม ตัวชี้วัด ได้แก่ ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้ต่อลูกค้า และการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างราคาตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้ที่เพิ่มขึ้น ภายหลังการปรับเปลี่ยนโครงสร้างราคา

1.2 ด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือ การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement) ซึ่งสามารถประกอบไปด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น (Asset Utilization) ซึ่งองค์กรจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการลดของต้นทุน หรือเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ ตัวอย่างของวัตถุประสงค์ในการลดลงของต้นทุน รวมทั้งตัวชี้วัดที่สำคัญคือ การลดลงของต้นทุนต่อหน่วยตัวชี้วัด ได้แก่ ต้นทุนของหน่วยที่ลดลง ต้นทุนต่อผลผลิตที่ลดลง หรือต้นทุนต่อพนักงานที่ลดลง การลดลงของต้นทุนในการดำเนินงานตัวชี้วัดได้แก่ ต้นทุนในการดำเนินงานที่ลดลง หรืออัตราส่วนของต้นทุนในการดำเนินงานต่อต้นทุนทั้งหมดลดลง การเพิ่มผลิตภาพในการดำเนินงาน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity) จะส่งผลให้ต้นทุนลดลง ตัวชี้วัด ได้แก่ รายได้ต่อพนักงาน และผลผลิตต่อพนักงาน และการใช้ประโยชน์ของสินทรัพย์ (Asset Utilization) เนื่องจากถ้าองค์กรมีสินทรัพย์เป็นจำนวนมากและไม่มีการใช้งานอย่างเต็มที่ก็จะก่อให้เกิดเป็นต้นทุนแก่องค์กร ตัวชี้วัด ได้แก่ ผลตอบแทนของสินทรัพย์ทั้งหมดหรืออัตรการใช้เครื่องจักรภายในโรงงาน (Machine Utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้า ภาวลักษณ์ กระบวนการด้านการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ การรักษาฐานลูกค้าเดิม การเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด ลูกค้าใหม่ รักษาฐานลูกค้าเก่า (สิทธิศักดิ์ พฤษชัยพิบูล, 2546: 17)

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Process Perspective)

หมายถึง การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านสายการผลิตที่มีประสิทธิภาพ ทักษะของพนักงาน คุณภาพการทำงาน ดังนั้น กิจกรรมจึงต้องดำเนินการในกระบวนการต่างๆ ทั้ง 3 กระบวนการ ได้แก่ กระบวนการนวัตกรรม กระบวนการดำเนินการ และกระบวนการบริการหลังการขาย โดยกระบวนการภายในที่จะสร้างความพอใจให้กับลูกค้า จะเริ่มตั้งแต่การค้นหาคำความต้องการของลูกค้า หลังจากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการนวัตกรรมโดยกิจกรรมกำหนดตลาดเป้าหมาย และสร้างสรรค์ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สนองต่อความต้องการของลูกค้า เมื่อได้แบบผลิตภัณฑ์แล้วจึงเข้าสู่กระบวนการดำเนินการเพื่อทำการผลิตและส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้า สุดท้ายเป็นกระบวนการหลังการขาย ซึ่งกระบวนการทั้งหมดนี้ถ้าการทำได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างความพอใจให้กับลูกค้าได้ ดังนั้นในการประเมินผลกระบวนการจึงเกี่ยวข้องกับคุณภาพ ความรวดเร็ว และต้นทุนที่แต่ละกระบวนการผลิตสืบเนื่องกันมาจนเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายในการกำหนดมาตรการวัดผลในกระบวนการภายในกิจการสามารถวัดโดยอาศัยปัจจัยวัดความสำเร็จ 2 ประการ คือ เวลาที่ใช้ในกระบวนการ และคุณภาพของกระบวนการ

3.1 เวลาที่ใช้ในกระบวนการ กิจกรรมอาจวัดในรูปของเวลาที่ใช้ไปทั้งหมดในแต่ละกระบวนการ ทั้งเวลาที่ใช้จริง และเวลาที่รออยู่เฉยๆ หรืออาจแสดงในรูปของสัดส่วนระหว่างเวลาที่ใช้ทำงานจริงกับเวลาที่ใช้ไปทั้งหมด

3.2 คุณภาพของกระบวนการ เช่น วัดจากความสูญเสียในขั้นตอนต่างๆ ของกระบวนการ การทำงานใหม่ การส่งคืน การร้องเรียนจากลูกค้า เป็นต้น

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) เป็นมุมมองสุดท้ายภายใต้ Balanced Scorecard แต่เป็นมุมมองที่มีความสำคัญมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นมุมมองที่ให้ความสำคัญต่ออนาคตขององค์กร และถ้าขาดมุมมองนี้ไปจะทำให้ไม่สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองอื่นๆ ข้างต้นมุมมองนี้องค์กรจะต้องพิจารณาว่าในการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า และด้านกระบวนการภายในองค์กรจะต้องมีการเรียนรู้และพัฒนา และเตรียมตัวอย่างไรบ้าง โดยส่วนใหญ่วัตถุประสงค์ภายใต้มุมมองแห่งนี้จะแบ่งเป็น 3 ด้านหลักๆ ได้แก่ ด้านเกี่ยวกับทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร ด้านเกี่ยวกับระบบสารสนเทศ และด้านเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร ระบบการจูงใจ และโครงสร้างองค์กรภายใต้วัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับด้านทรัพยากรบุคคลภายในองค์กรนั้นมีพื้นฐานมาจากการพิจารณาว่า ในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ ในมุมมองอื่นๆ นั้นมีบุคลากรภายในองค์กรเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุด โดยจะพิจารณาวัตถุประสงค์ในด้านทรัพยากรบุคคล ดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2554: 28)

4.1 ทักษะ ความสามารถของพนักงาน (Skills) ซึ่งจะวัดได้ในหลายลักษณะ เช่น จำนวนชั่วโมงที่พนักงานได้รับการอบรมต่อปีหรือการทำ Competency Test หรือ การทำ Strategic Skills Coverage (เป็นการสำรวจทักษะที่มีความสำคัญต่อกลยุทธ์ขององค์กร และพิจารณาว่ามีพนักงานที่มีทักษะในด้านนั้นๆ เพียงพอหรือยัง) เป็นต้น

4.2 ทศนคติและความพึงพอใจของพนักงาน (Attitude and Employee satisfaction) ซึ่งจะวัดด้วยการทำสำรวจทัศนคติของพนักงาน

4.3 อัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน (Turnover) ซึ่งจะวัดโดยพิจารณาจากอัตราการเข้าออกของพนักงาน

โดยในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานใช้เป็นตัวแปร ในการศึกษา จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการ เรียนรู้และพัฒนา

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผุสดี พลสารมย์ (2550) ได้ศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย พบว่า นวัตกรรมทางการตลาดของบริษัทส่งออกประกอบด้วยปัจจัยหลัก คือนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมด้านการดำเนินงานใหม่ และนวัตกรรมด้านการหาตลาดใหม่ ผลการดำเนินงานของบริษัทส่งออกประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ คือ ผลประกอบการ นวัตกรรมทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่กระบวนการดำเนินงานใหม่ ตลาดใหม่ ทรัพยากรของบริษัทประกอบด้วยความรู้ด้านการตลาดของผู้บริหารและขนาดของบริษัท ความสำเร็จของการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกของประเทศไทยที่เกี่ยวกับการใช้นวัตกรรมทางการตลาดขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ที่สำคัญคือ การนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ควรดำเนินการพร้อมกับการสร้างตราชื่อ การพัฒนากระบวนการดำเนินงานใหม่ต้องให้ความสำคัญกับการใช้ระบบสารสนเทศและการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ การแสวงหาตลาดใหม่ ควรมุ่งตลาดเฉพาะ การนำกลยุทธ์ของนวัตกรรมมาใช้ต้องได้รับความร่วมมือจากหลายฝ่าย ได้แก่ หน่วยงานของรัฐ องค์กรการค้าและสถาบันการศึกษา นอกจากนี้การมีวิสัยทัศน์ความรู้ ด้านการตลาดระหว่างประเทศและการมีความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของบริษัทส่งออก ถือเป็นทรัพยากรอันมีค่าในการสร้างนวัตกรรมทางการตลาดในประเทศไทย

ปนัดดา แก้วตรีวงษ์ (2552) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม กับผลประกอบการของธุรกิจส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ พบว่า 1) ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านศักยภาพกลยุทธ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลประกอบการโดยรวมด้าน อัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย ด้านอัตรากำไรขั้นต้น และด้านอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาด 2) ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านศักยภาพการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับผลประกอบการ ด้านอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย 3) ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านศักยภาพการตลาดมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับผลประกอบการโดยรวมด้านอัตรากำไรขั้นต้นและด้านอัตราการเจริญเติบโตของส่วนแบ่งตลาด 4) ศักยภาพทางนวัตกรรม สามารถทำนายผลประกอบการของธุรกิจส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์ได้ ร้อยละ 30.5

นิติ รัตนปรีชาเวช (2553) ศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ องค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมองค์การ และเครือข่ายองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อองค์การแห่งการเรียนรู้ ในขณะที่องค์การแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์การและเครือข่ายองค์การมีอิทธิพลทางอ้อมต่อนวัตกรรมองค์การ ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ ได้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ โดยข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นั้น คือควรมุ่งบูรณาการความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้โดยมีพื้นฐานที่สำคัญของการสร้างเครือข่าย องค์การเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนและผลักดันการเรียนรู้ขององค์การ และควรให้ความสำคัญกับองค์การแห่งการเรียนรู้ในการใช้ปฏิบัติจริงให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมด้วยการมุ่งสร้าง นวัตกรรมองค์การเพื่อที่จะเป็นการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์การนั่นเอง

กาญจนา สุคันธสิริกุล (2554) ศึกษาผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีธุรกิจแห่งนวัตกรรมโดยรวม และราย ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำด้านกระบวนการ ด้านการวางแผน ด้านคน และด้าน สารสนเทศ และมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับ มาก ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และอยู่ในระดับปาน กลาง 1 ด้าน คือ ด้านการเงินผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีประเภทกิจการ รูปแบบธุรกิจ ทุนจดทะเบียน เงินทุนปัจจุบันและจำนวนพนักงานแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วย เกี่ยวกับการมีธุรกิจแห่งนวัตกรรมแตกต่างกัน และผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มี

การศึกษา ประเภทกิจการรูปแบบธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบการ ทุนจดทะเบียน เงินทุน ปัจจุบันและจำนวนพนักงานแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานแตกต่างกัน การศึกษาผลกระทบพบว่า 1) ธุรกิจแห่งนวัตกรรม ด้านภาวะผู้นำ และด้านกระบวนการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเงิน 2) ธุรกิจแห่งนวัตกรรม ด้านคนมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานโดยรวม ด้านลูกค้า และด้านการเรียนรู้และพัฒนา 3) ธุรกิจแห่งนวัตกรรม ด้านการวางแผน มีผลกระทบเชิงลบต่อผลการดำเนินงานด้านลูกค้า 4) ธุรกิจแห่งนวัตกรรม ด้านสารสนเทศ มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน

Fan (2006: 359) ได้ศึกษาการก้าวทันการพัฒนาศักยภาพทางนวัตกรรม โรงงานอุตสาหกรรมผลิตเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ในจีน 4 บริษัท ได้แก่ Huawei, ZTE, DDT และ GDT พบว่า ศักยภาพทางนวัตกรรมและการพัฒนาตนเองด้านเทคโนโลยีเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้ก้าวไปสู่บริษัทชั้นนำของประเทศ พร้อมด้วยสาขามากมายในหลายประเทศ

Guan และ Ma (2003: 737) ได้ศึกษาศักยภาพทางนวัตกรรมและผลประกอบการส่งออกของบริษัทในจีน พบว่าการเติบโตของการส่งออกมีความสัมพันธ์กับศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้ การวิจัยและพัฒนา การตลาด การจัดการองค์กร การใช้ทรัพยากรมนุษย์และกลยุทธ์ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับด้านการผลิต อัตราการเติบโตด้านผลผลิตส่งผลให้มีอัตราผลประกอบการด้านการส่งออกเพิ่มขึ้น

Prajogo, Laosirihongthong, Sohal, และ Boon-itt (2007) ได้ศึกษากลยุทธ์การผลิตและผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมในประเทศอุตสาหกรรมใหม่ พบว่า 1) ไม่มีความแตกต่างกันของกลยุทธ์การผลิต ทรัพยากรและผลการดำเนินงานด้านนวัตกรรมของธุรกิจการผลิตระหว่างไทยกับเวียดนาม 2) กลยุทธ์ที่ต่างกันส่งผลกระทบมากต่อนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการของทั้ง 2 ประเทศ การจัดการด้านเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการเฉพาะไทยเท่านั้น ส่วนกลยุทธ์ในการผลิตทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ภาวะผู้นำ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการวิจัยและการพัฒนา ไม่มีความแตกต่างกันกับนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการ 3) ประการสุดท้าย นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและผลิตภัณฑ์ในไทยมีแนวโน้มสูงกว่าในเวียดนาม

Lin และ Chen (2007) ได้ศึกษาเรื่องนวัตกรรมนำมาซึ่งผลการดำเนินงานหรือไม่ การวิจัยเชิงประจักษ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไต้หวัน พบว่า ร้อยละ 80 ของบริษัทที่ทำการสำรวจทางโทรศัพท์ ได้มีการจัดการนวัตกรรมบางประเภท นวัตกรรมหลักที่จัดการ ได้แก่ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมด้านการตลาด นวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับยอดขายของ

บริษัทน้อย ส่วนนวัตกรรมด้านการจัดการเป็นปัจจัยที่เด่นที่สุดในการอธิบายความสัมพันธ์กับยอดขาย เมื่อเทียบกับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี

Sher และ Yang (2005) ได้ศึกษาผลกระทบของศักยภาพทางนวัตกรรมกับการวิจัยและพัฒนาที่มีต่อผลประกอบการของบริษัท พบว่า ศักยภาพทางนวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องกับผลประกอบการในเชิงบวกมากที่สุด เมื่อมีการประเมินผลโดยอัตราผลตอบแทนของสินทรัพย์ ความเข้มแข็งและศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ด้านการวิจัยและพัฒนา มีผลต่อผลประกอบการของบริษัท บริษัทที่มีการสร้างมูลค่าหลายขั้นตอนมีศักยภาพทางนวัตกรรมในรูปแบบที่แตกต่างกับการวิจัยและพัฒนาในระดับปานกลางและต่ำชี้ให้เห็นสมรรถภาพระดับกลางเชิงบวกในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมกับผลประกอบการ

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการพัฒนาองค์กรเพื่อให้เติบโตทางธุรกิจ ซึ่งในปัจจุบันได้มุ่งเน้นให้เป็นองค์กรนวัตกรรม สร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขัน รวมถึงภาพรวมของธุรกิจทั้งทางด้าน ลูกค้า การค้า ผลกำไร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาว่านวัตกรรมทางธุรกิจ ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และได้มีการกำหนดตัวแปร ดังนี้



ภาพที่ 2.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยที่ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วยหัวข้อดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในเขตภาคกลาง ที่จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 3,638 องค์กร (สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560: ออนไลน์)

ผู้วิจัยจะทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ข้อมูล 1 คน ต่อการสำรวจใน 1 องค์กร ในกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973: 194) มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95% และสัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้เท่ากับ 5% ตามสูตรดังนี้

จากสูตร	n	=	$\frac{N}{1 + Ne^2}$
เมื่อ	n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	N	แทน	จำนวนหน่วยประชากรทั้งหมด
	e	แทน	ความคลาดเคลื่อนของการเลือกตัวอย่างที่ระดับนัยสำคัญ
แทนค่า	n	=	$\frac{3,638}{1 + 3,638 (0.05)^2}$
		=	360 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดจากทฤษฎี เอกสารต่างๆ ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.2.1 การศึกษาเอกสาร ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.2.2 สร้างแบบสอบถามในเรื่องปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ แบบสอบถามมีลักษณะปลายปิด (Close-ended Response Question) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และระยะเวลา ในการดำเนินธุรกิจ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำด้านการวางแผน ด้านสารสนเทศ ด้านคน และด้านกระบวนการ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 45)

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแปลผล แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 45)

4.21-5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ จัดอยู่ในเกณฑ์มาก
2.61-3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ

		จัดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
18.1-2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ จัดอยู่ในเกณฑ์น้อย
1.00-1.80	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจ จัดอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้ และการพัฒนา และด้านการเงิน ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ในการกำหนดคะแนน ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 45)

คะแนน		ระดับความคิดเห็น
5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยมีเกณฑ์การแปลผล แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2552: 45)

4.21-5.00	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
3.41-4.20	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มาก
2.61-3.40	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จัดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
18.1-2.60	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จัดอยู่ในเกณฑ์น้อย
1.00-1.80	หมายถึง	ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงาน จัดอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

3.3 การรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการกระจายตัวของธุรกิจบริการ ในภาคกลาง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (convenience sampling) โดยไม่ได้ทำการสุ่มอย่างง่าย (sample Random sampling) เนื่องจากผู้วิจัยต้องการได้ผลของคำตอบที่ตรงตามความคิดเห็นจริงมากที่สุด รวมถึงมีความใกล้ชิดกับองค์กรที่ได้มีการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ได้มาของผลการประเมิน โดยเป็นองค์กรที่ได้ตอบแบบสอบถามเป็นองค์กรที่อยู่ในจังหวัดทางภาคกลางของประเทศไทย

ขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงเกี่ยวกับสำนวนภาษาให้เข้าใจง่าย เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และปรับปรุงแก้ไข
2. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขแล้ว นำมาเสนออาจารย์ที่ปรึกษาให้พิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง และนำแบบสอบถามไปทดสอบกับผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่น เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach)
3. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดทั้งสิ้น 360 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามได้อย่างอิสระ
4. เมื่อตอบแบบสอบถามเสร็จให้ตัวอย่างนำแบบสอบถามส่งคืนให้กับผู้วิจัย
5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามกลับ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของแบบสอบถามทุกฉบับด้วยตนเอง เพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลโดยนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัส สำหรับประมวลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรม SPSS (Statistical Package for Social Sciences) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลแต่ละส่วน มีดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ ใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ใช้การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)
4. การทดสอบสมมติฐานใช้สถิติเชิงอนุมาน ดังนี้
 - 4.1 ผู้วิจัยใช้สถิติการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantities Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทำการแจกแบบสอบถามแก่ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ จำนวน 360 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล และได้เสนอการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 4 หัวข้อ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ
- 4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ
- 4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ
- 4.4 ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

จากการจัดเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการวิจัยและประมวลผลนั้น องค์กร ที่ได้มีส่วนร่วมในการตอบแบบสอบถาม จำนวน 360 องค์กร ซึ่งทั้งหมดประกอบกิจการด้านการบริการในภาคกลางของประเทศไทย 7 จังหวัด ดังนี้ สมุทรปราการ สมุทรสาคร อุทรยา นครปฐม นครนายก ปทุมธานี นนทบุรี

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{X}$	หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
S.D.	หมายถึงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SS	หมายถึง ผลบวกกำลังสอง (Sum of Squares)
df	หมายถึงองศาอิสระ (degree of freedom)
MS	หมายถึง ผลบวกกำลังสองเฉลี่ย (Sum of Squares)
F	หมายถึงค่าสถิติทดสอบF(F-value)
p	หมายถึงค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ (p-value)
R	หมายถึงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)
R ²	หมายถึงค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (Coefficient of Determination)
AdjR ²	หมายถึงค่า R ² ที่ปรับแก้ (Adjusted R Square)
B	หมายถึงค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย
S.E.	หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard Error)
β	หมายถึงสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วน (Partial Regression Coefficient)
t	หมายถึงค่าสถิติ (t-value)
Sig	หมายถึง ระดับนัยสำคัญ (Level of significance)

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ตารางที่ 4.1 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	312	86.70
หญิง	48	13.30
รวม	360	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 86.70 และเป็นเพศหญิง จำนวน 48 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.30 ตามลำดับ ตารางที่ 4.2 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 30 ปี	31	8.60
30-40 ปี	79	21.90
41-50 ปี	144	40.00
มากกว่า 50 ปี	106	29.40
รวม	360	100.0

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 144 คน คิดเป็น ร้อยละ 40.00 รองลงมา คือ อายุมากกว่า 50 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็น ร้อยละ 29.40 อายุระหว่าง 30-40 ปี จำนวน 79 คน คิดเป็น ร้อยละ 21.90 และอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	47	13.10
ปริญญาตรี	276	76.70
สูงกว่าปริญญาตรี	37	10.30
รวม	360	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็น ร้อยละ 76.70 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 47 คน คิดเป็น ร้อยละ 13.10 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็น ร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท	31	8.60
30,001-50,000 บาท	38	10.60
50,001-70,000 บาท	69	19.20
มากกว่า 70,000 บาท	222	61.70
รวม	360	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาท จำนวน 222 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.70 รองลงมา คือ ระหว่าง 50,001-70,000 บาท จำนวน 69 คน คิดเป็น ร้อยละ 19.20 ระหว่าง 30,001-50,000 บาท จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 10.60 และน้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท จำนวน 31 คน คิดเป็น ร้อยละ 8.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ปี	68	18.90
5-10 ปี	223	61.90
11-15 ปี	53	14.70
มากกว่า 15 ปี	16	4.40
รวม	360	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 223 คน คิดเป็น ร้อยละ 61.90 รองลงมาคือ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็น ร้อยละ 18.90 ระหว่าง 11-15 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็น ร้อยละ 14.70 และมากกว่า 15 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็น ร้อยละ 4.40 ตามลำดับ

4.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม

นวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ด้านภาวะผู้นำ	4.30	0.72	มากที่สุด	5
ด้านการวางแผน	4.59	0.63	มากที่สุด	3
ด้านสารสนเทศ	4.82	0.39	มากที่สุด	1
ด้านคน	4.35	0.75	มากที่สุด	4
ด้านกระบวนการ	4.65	0.56	มากที่สุด	2
รวม	4.54	0.29	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D.= 0.29) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 (S.D.= 0.39) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D.= 0.56) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านการวางแผน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D.= 0.63) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านคน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (S.D.= 0.75) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D.= 0.72) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านภาวะผู้นำ

นวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านภาวะผู้นำ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม	3.81	1.15	มาก	5
2. ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	4.14	0.83	มาก	4
3. ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรมมากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม	4.37	0.76	มากที่สุด	3
4. ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	4.51	0.69	มากที่สุด	2
5. ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น	4.65	0.48	มากที่สุด	1
รวม	4.30	0.72	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.7 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านภาวะผู้นำในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 (S.D.= 0.72) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D.= 0.48) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D.= 0.69) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation) มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 (S.D.= 0.76) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์

และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 (S.D.= 0.83) จัดอยู่ในเกณฑ์มาก และผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลลงลึกซึ่ง รอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (S.D.= 1.15) อยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการวางแผน

นวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านการวางแผน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ	4.68	0.63	มากที่สุด	1
2. องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวสำหรับกลยุทธ์นวัตกรรม	4.60	0.68	มากที่สุด	2
3. องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.50	0.69	มากที่สุด	3
รวม	4.60	0.64	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการวางแผนในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D.= 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.68 (S.D.= 0.63) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้นและระยะยาวสำหรับกลยุทธ์นวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D.= 0.68) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 (S.D.= 0.69) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านสารสนเทศ

นวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านสารสนเทศ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงานและเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว	4.91	0.29	มากที่สุด	1
2. องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย	4.74	0.51	มากที่สุด	3
3. องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ โดยพึ่งพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ	4.80	0.47	มากที่สุด	2
รวม	4.82	0.39	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.9 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านสารสนเทศในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 (S.D.= 0.39) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.91 (S.D.= 0.29) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการแก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ โดยพึ่งพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 (S.D.= 0.47) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.74 (S.D.= 0.51) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านคน

นวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านคน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร	4.46	0.76	มากที่สุด	2
2. องค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่	3.97	1.10	มาก	4
3. องค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต	4.36	0.79	มากที่สุด	3
4. องค์กรมีการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติและคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงาน	4.59	0.67	มากที่สุด	1
รวม	4.35	0.75	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านคนในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 (S.D.= 0.75) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า องค์กรมีการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 (S.D.= 0.67) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D.= 0.76) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและ

อนาคต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D.= 0.80) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 (S.D.= 1.10) จัดอยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการ

นวัตกรรมทางธุรกิจ ด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการกระตุ้นกิจกรรมข้ามสายงานและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กร	4.67	0.59	มากที่สุด	2
2. องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน	4.87	0.34	มากที่สุด	1
3. องค์กรมีการวางแผนในการกำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อันพึงมีพึงได้ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน	4.58	0.66	มากที่สุด	3
4. องค์กรมีการวางแผนในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรมในองค์กร	4.48	0.77	มากที่สุด	4
รวม	4.65	0.56	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.11 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.65 (S.D.= 0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.87 (S.D.= 0.34) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการกระตุ้นกิจกรรมข้ามสายงานและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.59) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการวางแผนในการกำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อันพึงมีพึงได้ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D.= 0.66) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีการวางแผนในการสร้าง

ความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D.= 0.77) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

4.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม

การดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
ด้านลูกค้า	4.67	0.50	มากที่สุด	1
ด้านกระบวนการภายใน	4.56	0.57	มากที่สุด	3
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.60	0.60	มากที่สุด	2
ด้านการเงิน	4.46	0.69	มากที่สุด	4
รวม	4.58	0.30	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.12 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D.= 0.30) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.50) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือด้านการเรียนรู้และการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D.= 0.60) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D.= 0.57) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D.= 0.69) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า

ด้านลูกค้า	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้าและนำคำติชมดังกล่าวมาปรับปรุงการดำเนินงาน	4.61	0.67	มากที่สุด	5
2. องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า	4.86	0.34	มากที่สุด	1
3. องค์กรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.82	0.39	มากที่สุด	2
4. องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขายและหลังการขายให้แก่ลูกค้า	4.48	0.72	มากที่สุด	7
5. องค์กรสามารถปรับตัว และเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา	4.55	0.67	มากที่สุด	6
6. องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	4.67	0.56	มากที่สุด	4
7. องค์กรมีการออกใบรับรองสินค้าให้กับลูกค้า ทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	4.73	0.54	มากที่สุด	3
รวม	4.67	0.50	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.13 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมาก ไปหาน้อย พบว่า องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 (S.D.= 0.34) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.82 (S.D.= 0.39) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการออกใบรับรองสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 (S.D.= 0.54) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของ

การบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.56) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้า และนำคำติชมดังกล่าวมาปรับปรุงการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.61 (S.D.= 0.67) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรสามารถปรับตัวและเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 (S.D.= 0.67) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขาย และหลังการขายให้แก่ลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48 (S.D.= 0.72) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน

ด้านกระบวนการภายใน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรมีการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ	4.77	0.53	มากที่สุด	2
2. องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด	4.71	0.55	มากที่สุด	3
3. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านการส่งมอบสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	4.54	0.65	มากที่สุด	4
4. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย	4.84	0.43	มากที่สุด	1
5. องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้านเพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร	4.46	0.71	มากที่สุด	5
6. องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตรวจสอบ	4.40	0.73	มากที่สุด	6
7. องค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน	4.21	0.89	มากที่สุด	7
รวม	4.56	0.57	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.14 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายในในภาพรวมจัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D.= 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยพบว่า องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

ในการซื้อขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.84 (S.D.= 0.43) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.77 (S.D.= 0.53) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.71 (S.D.= 0.55) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านการส่งมอบสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 (S.D.= 0.65) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้าน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหารมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D.= 0.71) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (S.D.= 0.73) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 (S.D.= 0.89) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กรผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม	4.62	0.60	มากที่สุด	3
2. องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	4.51	0.75	มากที่สุด	4
3. องค์กรมีการนำข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ	4.72	0.54	มากที่สุด	2
4. องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ	4.38	0.74	มากที่สุด	5
5. องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน	4.76	0.52	มากที่สุด	1
รวม	4.60	0.60	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.15 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนาในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 (S.D.= 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย

พบว่า องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.76 (S.D.= 0.52) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือองค์กรมีการนำข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.72 (S.D.= 0.54) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.62 (S.D.= 0.60) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D.= 0.75) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 (S.D.= 0.74) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย	ลำดับ
1. องค์กรผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.47	0.77	มากที่สุด	3
2. องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.67	0.47	มากที่สุด	1
3. องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	4.58	0.61	มากที่สุด	2
4. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	4.36	0.82	มากที่สุด	4
5. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	4.19	0.91	มาก	5
รวม	4.46	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงินในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 (S.D.= 0.69) โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 (S.D.= 0.47) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.58 (S.D.= 0.61) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 (S.D.= 0.77) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 (S.D.= 0.82) จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และองค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 (S.D.= 0.91) จัดอยู่ในเกณฑ์มาก ตามลำดับ

4.4 ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสามารถพยากรณ์การดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ตารางที่ 4.17 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ผลการดำเนินงานธุรกิจ	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.92	5	0.18	1.94	0.08
	ภายในกลุ่ม	33.55	354	0.10		
	รวม	34.47	359			

$R = 0.16, R^2 = 0.03, \text{Adj}R^2 = 0.01$

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ (ภาพรวมด้านลูกค้า กระบวนการภายใน การเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน)				
	B	S.E.	β	t	Sig
ค่าคงที่	4.22	0.30		14.23	0.00
ภาวะผู้นำ	0.04	0.02	0.10	1.87	0.06
การวางแผน	0.00	0.03	0.01	0.14	0.89
สารสนเทศ	0.04	0.04	0.05	0.90	0.37
คน	0.04	0.02	0.10	1.81	0.07
กระบวนการ	-0.04	0.03	-0.76	-1.45	0.15

จากตารางที่ 4.17 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ($p = 0.08$ ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากผลของความเชื่อมั่นโดยภาพรวม คือ $P\text{-value} = 0.08$ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจสามารถส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 90% โดยเมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัยนวัตกรรมทางธุรกิจด้านภาวะผู้นำ และปัจจัยนวัตกรรมด้านคน สามารถส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ) ที่ระดับความเชื่อมั่น 90%

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า

ผลการดำเนินงานธุรกิจ	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.42	5	0.08	0.34	0.89
	ภายในกลุ่ม	88.32	354	0.25		
	รวม	88.74	359			
$R = 0.07, R^2 = 0.01, \text{Adj}R^2 = 0.01$						
ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านลูกค้า					
	B	S.E.	β	t	Sig	
ค่าคงที่	5.20	0.48		10.81	0.00	
ภาวะผู้นำ	0.02	0.04	0.03	0.49	0.63	
การวางแผน	0.02	0.04	0.03	0.52	0.61	
สารสนเทศ	0.03	0.07	0.02	0.40	0.69	
คน	0.03	0.04	0.05	0.85	0.39	
กระบวนการ	0.02	0.05	0.02	0.39	0.70	

จากตารางที่ 4.18 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้า ($p = 0.89$ ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้)

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน

ผลการดำเนินงานธุรกิจ	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.67	5	0.33	1.00	0.40
	ภายในกลุ่ม	115.14	354	0.33		
	รวม	116.82	359			
R = 0.12, R ² = 0.01, AdjR ² = 0.00						
ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านกระบวนการภายใน					
	B	S.E.	β	t	Sig	
ค่าคงที่	3.51	0.55		6.38	0.00	
ภาวะผู้นำ	0.04	0.04	0.05	1.00	0.32	
การวางแผน	0.05	0.05	0.06	1.04	0.30	
สารสนเทศ	0.06	0.08	0.04	0.71	0.48	
คน	0.01	0.04	0.01	0.15	0.88	
กระบวนการ	0.08	0.05	0.07	1.39	0.16	

จากตารางที่ 4.19 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน (p= 0.40 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้)

ตารางที่ 4.20 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ผลการดำเนินงานธุรกิจ	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
	ระหว่างกลุ่ม	6.02	5	1.20	3.49	0.00**
โดยภาพรวม	ภายในกลุ่ม	121.90	354	0.34		
	รวม	127.92	359			

$R = 0.22$, $R^2 = 0.05$, $AdjR^2 = 0.03$

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านการเรียนรู้และพัฒนา				
	B	S.E.	β	t	Sig
ค่าคงที่	3.89	0.57		6.87	0.00
ภาวะผู้นำ	0.10	0.04	0.11	2.16	0.03*
การวางแผน	0.05	0.05	0.06	1.08	0.28
สารสนเทศ	0.10	0.08	0.07	1.24	0.22
คน	0.12	0.04	0.15	2.89	0.00**
กระบวนการ	0.10	0.06	0.09	1.70	0.09

** ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 * ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.20 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจด้านภาวะผู้นำ และด้านคนส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ($p = 0.00$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบเพียงปัจจัยด้านคนและปัจจัยด้านภาวะผู้นำเท่านั้นที่ส่งผลต่อการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 และ 0.05 ตามลำดับ ($p = 0.00$ และ 0.03 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือยอมรับสมมติฐาน) จากปัจจัยทางด้านคนนั้นที่ส่งผลนั้นแสดงให้เห็นว่า องค์กรจะต้องมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร, การศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรในองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น, มีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ได้ตรงจุดและเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่และงานที่ปฏิบัติ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต, องค์กรมีการจัดการ

บุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงานและตรงกับความต้องการของหน่วยงาน ปัจจัยอีกด้านที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานคือปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง โดยมีการเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่ เพื่อให้เกิดเป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม, มีการสังเกตแนวโน้มใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง, มีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (innovative thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (management of innovation), มีการสนับสนุนให้บุคลากรนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้สัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับแก้ เท่ากับ 0.03 ($\text{AdjR}^2 = 0.03$) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านคนและด้านภาวะผู้นำสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนาได้ร้อยละ 3 ซึ่งเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเพื่อทำนายผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ได้ดังนี้

$$\text{ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านการเรียนรู้และพัฒนา} = 3.89 + 0.10 \text{ ด้านภาวะผู้นำ} + 0.12 \text{ ด้านคน}$$

ตารางที่ 4.21 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน

ผลการดำเนินงานธุรกิจ	แหล่งของความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p
โดยภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3.47	5	0.69	1.49	0.19
	ภายในกลุ่ม	165.14	354	0.47		
	รวม	168.63	359			
$R = 0.14, R^2 = 0.02, \text{Adj}R^2 = 0.01$						
ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านการเงิน					
	B	S.E.	β	t	Sig	
ค่าคงที่	4.28	0.66		6.50	0.00	
ภาวะผู้นำ	0.05	0.05	0.05	0.96	0.34	
การวางแผน	0.04	0.06	0.04	0.70	0.49	
สารสนเทศ	0.03	0.09	0.02	0.28	0.78	
คน	0.06	0.05	0.07	1.29	0.20	
กระบวนการ	0.13	0.07	0.11	2.02	0.04	

จากตารางที่ 4.21 ผลจากการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุพบว่า ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ ไม่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน ($p = 0.19$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) เพื่อศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ 3) เพื่อพยากรณ์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษากับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ที่จดทะเบียนพาณิชย์ จำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) ผู้วิจัยใช้สถิติ t-test และ ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และด้านสมมติฐาน ผู้วิจัยใช้สถิติการถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regression)

5.1 สรุปผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยสามารถนำมาสรุปผลได้ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี โดยมีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาท และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจระหว่าง 5-10 ปี

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านสารสนเทศ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านการวางแผน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านคน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และด้านภาวะผู้นำ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านภาวะผู้นำ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง ละเอียตรอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม จัดอยู่ในเกณฑ์มาก

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการวางแผน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านสารสนเทศ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านคน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีการศึกษาและ

วิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กรว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่ จัดอยู่ในเกณฑ์มาก

2.6 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีการวางแผนในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ในองค์กร จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ในภาพรวม จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านลูกค้า จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ด้านกระบวนการภายใน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และด้านการเงิน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ตามลำดับ

3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านลูกค้าเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขาย และหลังการขายให้แก่ลูกค้า จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านกระบวนการภายใน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

3.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจาก

มากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด

3.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเงิน เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด ส่วนลำดับสุดท้าย คือ องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จัดอยู่ในเกณฑ์มาก

4. การทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจจะสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

จากผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุ (Multiple Linear Regressions) นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ พบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.08 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจไม่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการได้ แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ กลับพบว่าผลการทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นแบบพหุปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจด้านภาวะผู้นำ และด้านคน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

โดยปัจจัยด้านคน และด้านภาวะผู้นำสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ได้คิดเป็นร้อยละ 3 และเขียนให้อยู่ในรูปสมการเชิงเส้นตรงที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุเพื่อทำนายผลการดำเนินงานธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการเรียนรู้และพัฒนาได้ดังนี้

ผลการดำเนินงานธุรกิจด้านการเรียนรู้และพัฒนา = $3.89 + 0.10$ ด้านภาวะผู้นำ + 0.12 ด้านคน

5.2 อภิปรายผล

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ ด้านสารสนเทศ จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่า องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเล็งเห็นว่า การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแนวทางการบริหารธุรกิจให้เข้ากับยุคโลกาภิวัตน์ที่ก้าวหน้าไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้น การนำนวัตกรรมต่างๆ มาประยุกต์ใช้กับการบริหารงานด้านต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นในขณะที่การลงทุนยังเท่าเดิมมีความสำคัญอย่างยิ่ง การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้เพื่อผลประโยชน์ที่ดียิ่งขึ้นจึงเป็นประเด็นหลักประเด็นหนึ่งที่ทำให้องค์กรต่างๆ ต้องการปรับเปลี่ยนองค์กรของตนให้เข้าสู่การเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมซึ่งสอดคล้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551: เว็บไซต์) ที่ระบุว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้นวัตกรรมได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง จุดประสงค์หลักเพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การแข่งขันโดยอาศัยความได้เปรียบจากการใช้ทรัพยากรการผลิตดำเนินการได้ภายในวงจำกัด ธุรกิจต้องหันมาหากลยุทธ์ และแนวทางใหม่ๆ ที่จะสร้างให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Lin และ Chen (2007) ได้ศึกษาเรื่องนวัตกรรมนำมาซึ่งผลการดำเนินงานหรือไม่ การวิจัยเชิงประจักษ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในไต้หวัน พบว่า ร้อยละ 80 ของบริษัทที่ทำการสำรวจทางโทรศัพท์ ได้มีการจัดการนวัตกรรมบางประเภท นวัตกรรมหลักที่จัดการ ได้แก่ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้เป็นเพราะว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและสารสนเทศ ส่งผลให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น เช่น ความสามารถในการผลิต ระยะเวลาการผลิต รูปแบบสินค้าการบริการและการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจัยที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีผลกระทบโดยตรงที่ทำให้เกิดการแข่งขันกันสูงมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภาครัฐวิสาหกิจและธุรกิจเอกชน องค์กรที่จะสามารถรักษาศักยภาพในการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยอาศัยผลของนวัตกรรม องค์กรนั้นจะต้องเข้าใจในนวัตกรรมในภาพกว้าง ซึ่งจะรวมไปถึงการเป็นเทคโนโลยีใหม่และวิธีการสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีใหม่ๆ ดังที่คณีย์ เทียนพุม (2550: 12-15) กล่าวว่า การพัฒนานวัตกรรมเริ่มจากการทำความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการและการก้าวล้ำทางเทคโนโลยี โดยมี

ความคิดที่ล้ำหน้าคู่แข่ง ทั้งนี้ต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทั้งในด้านนวัตกรรมและกลยุทธ์ การปฏิบัติ จึงจะพัฒนาสินค้าให้มีนวัตกรรมได้ ซึ่งการเป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมต้องอยู่บนหลักเกณฑ์การเป็น รูปแบบธุรกิจใหม่สนับสนุนด้วยเทคโนโลยีที่โดดเด่น

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภท บริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านลูกค้า จัดอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด และเมื่อพิจารณาในประเด็นย่อย พบว่า ผู้ประกอบกับเห็นว่า องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้าเก่า ทั้งนี้เป็นเพราะว่า ในการทำธุรกิจสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือการแข่งขัน แต่การแข่งขันในทางธุรกิจหากมีการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการแข่งขันก็อาจเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการนำมาพัฒนาทักษะของตนเอง เพื่อให้มีพร้อมที่จะเข้าสู่การแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างนักธุรกิจมืออาชีพ ซึ่งลูกค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการทำธุรกิจทุกประเภท เพราะถ้าไม่มีลูกค้าก็ไม่รู้ว่าจะทำธุรกิจไปเพื่ออะไร องค์กรต้องพึงพาลูกค้า ดังนั้น องค์กรจึงต้องทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า ทั้งในปัจจุบันและอนาคต และต้องพยายามดำเนินการให้บรรลุความต้องการของลูกค้า รวมทั้งพยายามทำให้เหนือความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งจะทำให้มีลูกค้าใหม่ รวมทั้งการบริการที่ดี สามารถที่จะรักษาลูกค้าเดิมไว้ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของสตีซีคคิต์ พฤษชัยดิกุล (2546: 17) กล่าวว่า ลูกค้าเปรียบเสมือนตัวบ่งชี้ที่สำคัญสำหรับองค์กรที่ประกอบธุรกิจ และองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ดังนั้นการวัดผลด้านลูกค้า ควรพิจารณาถึงความพอใจของลูกค้า เป็นดัชนีที่สำคัญที่สุด เพราะหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าและบริการ ลูกค้าจะเกิดความจงรักภักดีและกลับมาใช้บริการใหม่ และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า อยู่เสมอ อีกทั้งการรักษาลูกค้าเก่า ต้องมีการติดตามความต้องการของลูกค้าและประเมินผล การสั่งซื้อตลอดเวลา และพิจารณาลูกค้าใหม่ โดยต้องพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อดึงดูดให้มีลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น และติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

3.การพยากรณ์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อทำนายผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีอยู่ในตัวแบบสถิติ Multiple Linear Regressions ของนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและ

ขนาดย่อม ประเภทบริการ เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจเพื่อทำนายผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ โดยพบว่า ค่า P-value เท่ากับ 0.08 ซึ่งมากกว่า 0.05 นั่นคือไม่ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจไม่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนิติ รัตนปรีชาเวช (2553) ที่ได้ศึกษาผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ

เมื่อพิจารณาจากผลของสมการพยากรณ์ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 90% พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมด้านภาวะผู้นำ และด้านคน สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินการของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ)

การพิจารณาเป็นรายด้านของผลการดำเนินงาน พบประเด็นสำคัญที่ว่า นวัตกรรมทางธุรกิจด้านภาวะผู้นำ และด้านคน ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา นั้นแสดงให้เห็นว่า การจะพัฒนาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เพื่อให้เกิดผลการดำเนินงานของธุรกิจประสบผลสำเร็จนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ซึ่งผู้บริหารองค์กรจำเป็นต้องศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้งรอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม และเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อทำการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งผู้บริหารจำเป็นต้องสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation) สร้างทีมโดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้นรวมถึงการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา รวมทั้งการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากปัจจัยด้านภาวะผู้นำแล้ว ปัจจัยด้านคนก็ส่งผลต่อผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ซึ่งองค์กรจำเป็นต้องมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร มีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรให้มีความพร้อมที่จะเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น นอกจากนั้นองค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมทั้งการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงานมากที่สุด ซึ่งจะนำไปสู่

การเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมในยุค THAILAND 4.0 ที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กรผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสมมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนดส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ รวมทั้งองค์กรมีการนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ เพื่อการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพต่อไปและยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการอภิปรายผล ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการศึกษา พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ทางด้านภาวะผู้นำมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริหารควรมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมาเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ รวมทั้งผู้บริหารควรมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation) อีกทั้งควรสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่ายเพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น

2. จากผลการศึกษา พบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ทางด้านภาวะผู้นำ มีผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านภาวะผู้นำ มีส่วนช่วยสร้างเสริมในผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้องค์กรจะต้องมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร มีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรในองค์กร เพื่อเตรียมพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น รวมถึงองค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ได้ตรงจุดและเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่และงานที่ปฏิบัติ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมทั้งมีการจัดการบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในโดยพิจารณาถึงคุณสมบัติ

และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงานและตรงกับความต้องการของหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ที่ศึกษาส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 5-10 ปี ดังนั้น อาจแยกศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 5-10 ปี เพียงกลุ่มเดียวเท่านั้น

2. เนื่องจากการเก็บข้อมูลเกิดจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก (convenience sampling) ซึ่งผลข้อมูลอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงในกรณีที่มีการเปลี่ยนกลุ่มประชากร ดังนั้น การทำวิจัยต่อไปอาจจะทำในรูปแบบของจังหวัด และแยกตามประเภทของธุรกิจ ซึ่งอาจสามารถนำการประมวลผลข้อมูล ของแต่ละธุรกิจมาศึกษาต่อไปได้

3. งานวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantities Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษากรอบจากมิติอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อศึกษาให้ทราบถึงปัจจัยด้านนวัตกรรมของธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ จากผู้ประกอบการ โดยตรงด้วย

รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2552). สารระสำคัญวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กาญจนา สุคันธสิริกุล. (2554). ผลกระทบของธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการ
ดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีสุรนารี.
- จิราวรรณ วุฒิสวัสดิ์. (2557). พื้นฐานการประกอบธุรกิจขนาดเล็ก. กรุงเทพฯ:
วัฒนาพานิช.
- ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2551). คู่มือสู่องค์กรแห่งความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.
- ชูศักดิ์ เดชเกรียงไกรกุล และนิทัศน์ คณะวรรณ. (2554). การตลาด 1 ตำบล 1
ผลิตภัณฑ์ และธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- दनัย เทียนพุด. (2550). ดัชนีวัดผลสำเร็จธุรกิจ/Key Performance Indicators.
กรุงเทพฯ: ไทยเจริญการพิมพ์.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2552). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS.
(พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: ปิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นพดล เหลืองภิรมย์. (2557). การจัดการนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: ดวงกมล.
- นิติ รัตนปรีชาเวช. (2553). ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
จากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ.
คุษภูมินพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2538). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
สุวีรียาสาส์น.

ผุสดี พลสารัมย์. (2550). การศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมทางการตลาดที่มี
ผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บธ.ม.
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผุสดี รุมาคม. (2553). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์
เซ็นเตอร์การพิมพ์.

ปนัดดา แก้วตริวงษ์. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมกับผล
ประกอบการของธุรกิจส่งออกอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พสุ เดชะรินทร์. (2551). Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ. กรุงเทพฯ:
บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.

ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์.

มานพ ชิวณาสุนทร. (2554). แผนธุรกิจ SMEs. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

รักพงษ์ บุญฤทธิ์มนตรี. (2555). “การพัฒนา SMEs ให้เกิดความยั่งยืน,” นักบริหาร.
21(1) : 32-36 ; มกราคม-มีนาคม.

รักษ์ วรกิจโกศาทร. (2547). การจัดการนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิต.
ในการจัดการนวัตกรรมสำหรับผู้บริหาร Innovation Management for
Executives (IMEs). กรุงเทพฯ: สำนักนวัตกรรมแห่งชาติ.

เริงชัย หมื่นชนะ. (2554). จิตวิทยาธุรกิจ. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

วีรภา ดำสนธิ. (2551). SMEs Projects ธุรกิจไฮสเล็กกระทัดรัด. กรุงเทพฯ: พิมพ์ลักษณ์.

ศรีรัตน์ โกมลาลัย. (2548). การจัดการธุรกิจเบื้องต้น 2001-0002. กรุงเทพฯ:
พิมพ์ลักษณ์.

สถาบันวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ประเภทบริการ ในเขตภาคกลาง. สืบค้นจาก
<http://119.63.93.73/smephase3/ReportViewer.aspx?Filename=Report1>.

- สิทธิศักดิ์ พุทธิพิทักษ์กุล. (2546). การบริหารกลยุทธ์และผลสัมฤทธิ์ขององค์กรด้วยวิธี
Balanced scorecard. กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- อำนาจ ชีระวนิช. (2544). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Enterprise Innovation Centre Spring Singapore. (2006). Standards, Productivity
and Innovation Board Arg, Singapore. (Online). Available:
<http://app.ps21.gov.sg/data/newps21/subpages/24/1381/I-SCORE.pdf>.
- Fan, P. (2006). “Catching up through developing innovation capability :
Evidence from China’s telecom-equipment industry s,” Technovation.
26(3): p. 359.
- Guan, J. and Ma, N. (2003). “Innovative capability and Export Performance of
Chinese firms,” Technovation. 25(3): p. 171.
- Kaplan. R.S. (1996). The Balanced Scorecard : Translating Strategy into Action.
Prentice Hall: Upper Saddle River, N.J.
- Lin, C.Y. and Chen, M.Y. (2007). Does innovation lead to performance? An
empirical study of SMEs in Taiwan. Management Research News.
Vol.30. No. 2. pp. 115-132.
- Prajogo, D.I., Laosirihongthong,T., Sohal,A., and Boon-itt, S. (2007).
“Manufacturing Strategies and Innovation Performance in Newly
Industrialised Countries,” Industrial Management and Data System.
107(1): p. 52-68.
- Sher, P. J. and Yang, P.Y. (2005). “The effects of innovative capabilities and
R&D clustering on firm performance : The evidence of Taiwan’s
semiconductor industry,” Technovation. 25(1): p. 33.
- Yamane, Taro. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. Newyork: Harper
and Row Publication.

- Lin, C.Y. and Chen, M.Y. (2007). Does innovation lead to performance? An empirical study of SMEs in Taiwan. *Management Research News*. Vol.30. No. 2. pp. 115-132.
- Prajogo, D.I., Laosirihongthong,T., Sohal,A., and Boon-itt, S. (2007). “Manufacturing Strategies and Innovation Performance in Newly Industrialised Countries,” *Industrial Management and Data System*. 107(1): p. 52-68.
- Sher, P. J. and Yang, P.Y. (2005). “The effects of innovative capabilities and R&D clustering on firm performance : The evidence of Taiwan’s semiconductor industry,” *Technovation*. 25(1): p. 33.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. Newyork: Harper and Row Publication.

ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรมมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยนี้จะเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์เพื่อการศึกษาเท่านั้น และขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมและตรงกับความเป็นจริง

1.เพศ

() ชาย () หญิง

2.อายุ

() น้อยกว่า 30 ปี

() 30-40 ปี

() 41-50 ปี

() มากกว่า 50 ปี

3.ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() สูงกว่าปริญญาตรี

4.รายได้ต่อเดือน

- () น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30,000 บาท
 () 30,001-50,000 บาท
 () 50,001-70,000 บาท
 () มากกว่า 70,000 บาท

5.ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ

- () น้อยกว่า 5 ปี
 () 5-10 ปี
 () 11-15 ปี
 () มากกว่า 15 ปี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
ประเภทบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อที่	นวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านภาวะผู้นำ						
1.	ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม	5	4	3	2	1
2.	ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	5	4	3	2	1
3.	ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่	5	4	3	2	1

ข้อที่	นวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation)					
4.	ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
5.	ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น	5	4	3	2	1
ด้านการวางแผน						
6.	องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนาเพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ	5	4	3	2	1
7.	องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวสำหรับกลยุทธ์นวัตกรรม	5	4	3	2	1
8.	องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรมเพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
ด้านสารสนเทศ						
9.	องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว	5	4	3	2	1
10.	องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย	5	4	3	2	1

ข้อที่	นวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
11.	องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ แก่ลูกค้าสร้างความแปลกใหม่ โดยพึ่งพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ	5	4	3	2	1
ด้านคน						
12.	องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร	5	4	3	2	1
13.	องค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กรว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่	5	4	3	2	1
14.	องค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้อง ตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต	5	4	3	2	1
15.	องค์กรมีการจัดการบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้าน นวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงาน	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการ						
16.	องค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการกระตุ้นกิจกรรม ข้ามสายงานและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมเพื่อ สร้างนวัตกรรมในองค์กร	5	4	3	2	1
17.	องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน	5	4	3	2	1

ข้อที่	นวัตกรรมทางธุรกิจ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
18.	องค์กรมีการวางแผนในการกำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อื่นพึงมีพึงได้ ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน	5	4	3	2	1
19.	องค์กรมีการวางแผนในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงานในองค์กรทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ในองค์กร	5	4	3	2	1

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทบริการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อที่	ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านลูกค้า						
1.	องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้า และนำคำติชมดังกล่าวมาปรับปรุงการดำเนินงาน	5	4	3	2	1
2.	องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า	5	4	3	2	1
3.	องค์กรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า	5	4	3	2	1

ข้อที่	ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.	องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขาย และหลังการขายให้แก่ลูกค้า	5	4	3	2	1
5.	องค์กรสามารถปรับตัว และเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้ตลอดเวลา	5	4	3	2	1
6.	องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับลูกค้าสามารถ คืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้ง ที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	5	4	3	2	1
7.	องค์กรมีการออกใบรับรองสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	5	4	3	2	1
ด้านกระบวนการภายใน						
8.	องค์กรมีการวิจัย ออกแบบ และพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ	5	4	3	2	1
9.	องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด	5	4	3	2	1
10.	องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านการส่งมอบ สินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	5	4	3	2	1
11.	องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย	5	4	3	2	1
12.	องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆด้าน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร	5	4	3	2	1

ข้อที่	ผลการดำเนินงาน	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
13.	องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน	5	4	3	2	1
14.	องค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน	5	4	3	2	1
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา						
15.	องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม	5	4	3	2	1
16.	องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	5	4	3	2	1
17.	องค์กรมีการนำข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ	5	4	3	2	1
18.	องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ	5	4	3	2	1
19.	องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน	5	4	3	2	1
ด้านการเงิน						
20.	องค์กรมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
21.	องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
22.	องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	5	4	3	2	1
23.	องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	5	4	3	2	1
24.	องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	5	4	3	2	1

ขอบคุณที่ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ข
 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability)
 โดยการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ (Cronbach's Alpha)

ตรวจสอบความเชื่อมั่น : นวัตกรรมทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ ได้แก่

ด้านภาวะผู้นำ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ โดย เรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม	17.5667	6.806	.724	.929

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
2. ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	17.1000	8.093	.885	.856
3. ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation)	16.8667	8.464	.847	.865
4. ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลองนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	16.7000	9.114	.845	.873
5. ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่ายเพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น	16.5667	10.323	.793	.898

ด้านการวางแผน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
6. องค์กรมีการกำหนดนโยบาย การพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรม เป็นฐาน และเป็น ส่วนหนึ่งของ แผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิด นวัตกรรมใหม่ๆ	8.9667	2.033	.891	.954
7. องค์กรมีการกำหนดเป้าหมาย ระยะสั้น และระยะยาวสำหรับกล ยุทธ์นวัตกรรม	9.0667	1.789	.951	.907
8. องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผล การปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถ ปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่าง มีประสิทธิภาพ	9.1667	1.868	.895	.950

ด้านสารสนเทศ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
9. องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว	9.5333	.947	.766	.932
10. องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย	9.7000	.562	.848	.834
11. องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ แก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ โดยพึ่งพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ	9.6333	.585	.912	.754

ด้านคน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
12. องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร	12.9333	5.444	.894	.843
13. องค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพ ของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่	13.4333	4.668	.685	.950
14. องค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต	13.0333	5.206	.928	.828

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
15. องค์กรมีการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการ แข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึง คุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษ ด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับ ลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการ ของหน่วยงาน	12.8000	6.234	.770	.891

ด้านกระบวนการ

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
16. องค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการกระตุ้นกิจกรรมข้ามสายงานและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กร	13.9667	2.930	.903	.897
17. องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน	13.8000	2.890	.819	.955
18. องค์กรมีการวางแผนในการกำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อื่นพึงมีพึงได้ ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน	14.0667	2.616	.942	.882
19. องค์กรมีการวางแผนในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงาน ในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ในองค์กร	14.1667	2.351	.912	.907

ด้านรวม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.793	19

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้งรอบคอบ โดย เรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม	81.6667	34.644	.336	.793
2. ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	81.2000	34.510	.593	.766
3. ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหาร	80.9667	34.516	.632	.764

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
จัดการนวัตกรรม (Management of Innovation)				
4. ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง	80.8000	34.441	.511	.775
5. ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น	80.6667	36.920	.664	.772
6. องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ	80.6667	36.782	.479	.777
7. องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวสำหรับกลยุทธ์นวัตกรรม	80.7667	35.909	.534	.773
8. องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ	80.8667	35.430	.595	.769
9. องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว	80.4000	41.076	-.014	.797

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
10. องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย	80.5667	39.564	.195	.792
11. องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ แก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ โดยพึงพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวกรวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ	80.5000	40.603	.045	.798
12. องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร	80.8333	35.868	.500	.774
13. องค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่	81.3333	33.195	.511	.773
14. องค์กรมีการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดยส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่างถูกต้องตรงจุด และเหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ การงานที่ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต	80.9333	35.306	.536	.771
15. องค์กรมีการจัดการบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการแข่งขัน โดยมีการพิจารณาถึงคุณสมบัติ และคุณลักษณะพิเศษด้านนวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของงาน และตรงกับความต้องการของหน่วยงาน	80.7000	37.321	.405	.781

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
16. องค์กรมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการกระตุ้นกิจกรรมข้ามสายงานและการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กร	80.6000	40.662	.013	.801
17. องค์กรมีการส่งมอบงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของบุคลากรในแต่ละสายงาน	80.4333	40.185	.185	.792
18. องค์กรมีการวางแผนในการกำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อื่นที่มีพึงได้ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อเป็นสิ่งจูงใจในการทำงาน	80.7000	40.631	.003	.804
19. องค์กรมีการวางแผนในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจด้านแรงงาน ในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน และจะส่งผลให้เกิดความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ในองค์กร	80.8000	39.614	.092	.801

ตรวจสอบความเชื่อมั่น : ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทบริการ
ได้แก่

ด้านลูกค้า

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.940	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้า และนำคำติชมดังกล่าว	27.8333	9.178	.930	.919
2. องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า	27.5000	12.534	.479	.954
3. องค์กรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า	27.5667	11.426	.812	.935

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
4. องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขาย และหลังการขายให้แก่ลูกค้า	27.9667	9.344	.826	.931
5. องค์กรสามารถปรับตัว และเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้ตลอดเวลา	27.9000	9.197	.925	.919
6. องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	27.7667	9.840	.923	.920
7. องค์กรมีการออกไปรับรองสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	27.6667	10.299	.829	.928

ด้านกระบวนการภายใน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

- a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
8. องค์กรมีการวิจัย ออกแบบ และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด เสมอ	27.1333	14.326	.829	.954
9. องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็น ปัจจุบัน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด	27.2000	14.028	.865	.951
10. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้าน การส่งมอบสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	27.3333	13.126	.959	.943
11. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้าน เครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย	27.0667	15.237	.755	.960
12. องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลใน ทุกๆ ด้าน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของ ผู้บริหาร	27.4000	12.938	.924	.946
13. องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน	27.4333	13.013	.911	.947
14. องค์กรมีการตรวจสอบ กระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อ ปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการทำงาน	27.6333	12.240	.841	.958

ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
15. องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม	18.2333	6.599	.930	.950
16. องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด	18.3333	6.092	.942	.949
17. องค์กรมีการนำข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ	18.1333	7.016	.909	.955
18. องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกันอยู่เสมอ	18.4333	6.323	.883	.960
19. องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน	18.0667	7.237	.869	.962

ด้านการเงิน

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
20. องค์กรณ์มีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	18.0000	7.310	.952	.951
21. องค์กรณ์มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	17.8000	9.062	.939	.968
22. องค์กรณ์มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง	17.9000	8.231	.924	.959
23. องค์กรณ์มีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	18.0667	7.099	.952	.952
24. องค์กรณ์มีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	18.2333	6.737	.925	.962

ด้านรวม

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1. องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชมของลูกค้า และนำคำติชมดังกล่าว	105.0000	50.207	.760	.827
2. องค์กรมีการแสวงหาลูกค้ารายใหม่ และเอาใจใส่ดูแลเพื่อรักษาลูกค้ารายเก่า	104.6667	57.195	.246	.846
3. องค์กรมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนองความต้องการของลูกค้า	104.7333	55.237	.529	.840
4. องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งในระหว่างการขาย และหลังการขายให้แก่ลูกค้า	105.1333	51.499	.589	.834
5. องค์กรสามารถปรับตัว และเปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ได้ตลอดเวลา	105.0667	51.168	.661	.831
6. องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับ	104.9333	51.444	.760	.829

ลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ				
7. องค์กรมีการออกใบรับรองสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ	104.8333	53.316	.567	.836
8. องค์กรมีการวิจัย ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ	104.8000	54.648	.419	.841
9. องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด	104.8667	55.361	.318	.844
10. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านการส่งมอบสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน	105.0000	55.724	.237	.847
11. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย	104.7333	55.444	.405	.842
12. องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้าน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร	105.0667	55.857	.203	.849
13. องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน	105.1000	56.438	.149	.851
14. องค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการทำงาน	105.3000	56.631	.086	.857
15. องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ในองค์กร ผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม	104.9667	53.620	.455	.840
16. องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่	105.0667	52.685	.472	.839

กำหนด				
17. องค์กรมีการนำข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ	104.8667	52.671	.632	.834
18. องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกัน อยู่เสมอ	105.1667	52.695	.479	.839
19. องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน	104.8000	54.028	.494	.839
20. องค์กรมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	105.0333	54.102	.341	.844
21. องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	104.8333	56.213	.311	.845
22. องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง	104.9333	55.513	.292	.845
23. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ	105.1000	53.748	.349	.844
24. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้	105.2667	54.823	.220	.851

ภาคผนวก ค
ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

Frequencies

Statistics

		Sex	Age	Edu	Income	Time
N	Valid	360	360	360	360	360
	Missing	0	0	0	0	0

Sex

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	man	312	86.7	86.7	86.7
	woman	48	13.3	13.3	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Age

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	less than 30 years	31	8.6	8.6	8.6
	30-40 years	79	21.9	21.9	30.6
	41-50 years	144	40.0	40.0	70.6
	more than 50 years	106	29.4	29.4	100.0
	Total	360	100.0	100.0	

Edu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
less than Bachelor	47	13.1	13.1	13.1
Bachelor	276	76.7	76.7	89.7
Valid more than Bachelor	37	10.3	10.3	100.0
Total	360	100.0	100.0	

Income

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
less than 30,000	31	8.6	8.6	8.6
30,001-50,000	38	10.6	10.6	19.2
Valid 50,001-70,000	69	19.2	19.2	38.3
more than 70,000	222	61.7	61.7	100.0
Total	360	100.0	100.0	

Time

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
less than 5 years	68	18.9	18.9	18.9
5-10 years	223	61.9	61.9	80.8
Valid 11-15 years	53	14.7	14.7	95.6
more than 15 years	16	4.4	4.4	100.0
Total	360	100.0	100.0	

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ตัวแปรต้น					
1. ผู้บริหารมีการศึกษาข้อมูลอย่างลึกซึ้ง รอบคอบ โดยเรียนรู้ทั้งจากองค์ความรู้ และประสบการณ์ที่สั่งสมมา เพื่อให้เกิด การเปลี่ยนแปลงที่เป็นนวัตกรรมที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม(ด้านภาวะผู้นำ)	360	1	5	3.81	1.15
2. ผู้บริหารมีการเฝ้าสังเกตแนวโน้มใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมอยู่ตลอดเวลา เพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ(ด้านภาวะผู้นำ)	360	3	5	4.14	.83
3. ผู้บริหารมีการสร้างบรรยากาศให้เกิดการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative Thinking) มากกว่าที่จะคิดเพื่อบริหารจัดการนวัตกรรม (Management of Innovation)(ด้านภาวะผู้นำ)	360	3	5	4.37	.76

4. ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรลงนำวิธีการหรือแนวคิดใหม่ๆ ประยุกต์ใช้ในปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง(ด้านภาวะผู้นำ)	360	3	5	4.51	.69
5. ผู้บริหารมีการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างเป็นทีม โดยบูรณาการความร่วมมือจากหลายฝ่าย เพื่อให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเพิ่มขึ้น(ด้านภาวะผู้นำ)	360	4	5	4.65	.48
6. องค์กรมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาองค์กร โดยใช้นวัตกรรมเป็นฐาน และเป็นส่วนหนึ่งของแผนกลยุทธ์การพัฒนา เพื่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ(ด้านการวางแผน)	360	3	5	4.68	.63
7. องค์กรมีการกำหนดเป้าหมายระยะสั้น และระยะยาวสำหรับกลยุทธ์นวัตกรรม(ด้านการวางแผน)	360	3	5	4.60	.68
8. องค์กรมีการกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นนวัตกรรม เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานด้านการบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ(ด้านการวางแผน)	360	3	5	4.50	.69

9. องค์กรส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สะดวกต่อการดำเนินงาน และเพื่อการตรวจสอบที่รวดเร็ว(ด้านสารสนเทศ)	360	4	5	4.91	.29
10. องค์กรสนับสนุนให้มีการปรับปรุงฐานข้อมูลสารสนเทศให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้ในการบริหารกิจการที่มีความทันสมัย(ด้านสารสนเทศ)	360	3	5	4.74	.51
11. องค์กรมีการพัฒนาคุณภาพการบริการ แก่ลูกค้า สร้างความแปลกใหม่ โดยพึงพาความทันสมัยของอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว ทันเวลา และมีประสิทธิภาพ(ด้านสารสนเทศ)	360	3	5	4.80	.47
12. องค์กรมีการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ โดยยึดหลักกลยุทธ์นวัตกรรมขององค์กร (ด้านคน)	360	3	5	4.46	.76
13. องค์กรมีการศึกษาและวิเคราะห์ถึงคุณภาพ ของบุคลากรที่มีอยู่ในองค์กร ว่ามีความพร้อมที่จะเตรียมรับกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นหรือไม่(ด้านคน)	360	2	5	3.98	1.10

14. องค์กรมีการพัฒนาและ ฝึกอบรมบุคลากร ทั้งโดย ส่วนรวมและส่วนบุคคลได้อย่าง ถูกต้องตรงจุด และเหมาะสม กับตำแหน่งหน้าที่ การงานที่ ปฏิบัติทั้งในปัจจุบันและอนาคต (ด้านคน)	360	3	5	4.36	.80
15. องค์กรมีการจัดการ บุคลากร เพื่อเตรียม ความ พร้อมในการแข่งขัน โดยมีการ พิจารณาถึงคุณสมบัติ และ คุณลักษณะพิเศษด้าน นวัตกรรม เพื่อให้เหมาะสมกับ ลักษณะของงาน และตรงกับ ความต้องการของหน่วยงาน (ด้านคน)	360	3	5	4.59	.67
16. องค์กรมีการพัฒนากลไกใน การกระตุ้นกิจกรรมข้ามสาย งานและการเรียนรู้ข้าม วัฒนธรรมเพื่อสร้างนวัตกรรม ในองค์กร(ด้านกระบวนการ)	360	3	5	4.67	.59
17.องค์กรมีการส่งมอบงานที่ เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ ของบุคลากรในแต่ละสายงาน (ด้านกระบวนการ)	360	4	5	4.87	.34
18.องค์กรมีการวางแผนในการ กำหนดและจัดสวัสดิการต่างๆ รวมทั้งสิทธิประโยชน์อันพึงมี พึงได้ ที่บุคลากรควรได้รับ เพื่อ เป็นสิ่งจูงใจ ในการทำงาน(ด้าน กระบวนการ)	360	3	5	4.58	.66

19.องค์กรมีการวางแผนในการ สร้างความสัมพันธ์และความ เข้าใจด้านแรงงาน ในองค์กร ทั้งฝ่ายนายจ้างและฝ่ายลูกจ้าง เพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกัน และกัน และจะส่งผลให้เกิด ความสงบสุขในอุตสาหกรรม (Industrial Peace) ใน องค์กร(ด้านกระบวนการ) ตัวแปรตาม (ผลการ ดำเนินงาน)	360	2	5	4.48	.77
1. องค์กรเอาใจใส่ต่อคำติชม ของลูกค้า และนำคำติชม ดังกล่าว(ด้านลูกค้า)	360	3	5	4.61	.67
2. องค์กรมีการแสวงหาลูกค้า รายใหม่ และเอาใจใส่ดูแลเพื่อ รักษาลูกค้ารายเก่า(ด้านลูกค้า)	360	4	5	4.86	.34
3. องค์กรมีการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ เหนือกว่าคู่แข่งและตอบสนอง ความต้องการของลูกค้า(ด้าน ลูกค้า)	360	4	5	4.82	.39
4. องค์กรมุ่งให้บริการที่ดีทั้งใน ระหว่างการขาย และหลังการ ขายให้แก่ลูกค้า(ด้านลูกค้า)	360	3	5	4.48	.72
5. องค์กรสามารถปรับตัว และ เปลี่ยนแปลง เพื่อตอบสนองต่อ ความต้องการของลูกค้า ได้ ตลอดเวลา(ด้านลูกค้า)	360	3	5	4.55	.67

6. องค์กรมีการกำหนดเงื่อนไขให้กับลูกค้าสามารถคืนสินค้าได้ในกรณีที่เสียหาย หรือชำรุดทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ(ด้านลูกค้า)	360	3	5	4.67	.67
7. องค์กรมีการออกไปรับรองสินค้าให้กับลูกค้าทุกครั้งที่มีการซื้อขาย เพื่อเพิ่มคุณค่าของการบริการ(ด้านลูกค้า)	360	3	5	4.73	.54
8. องค์กรมีการวิจัย ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอ(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.77	.53
9. องค์กรมีการเตรียมข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน เพื่อนำไปวางแผนกลยุทธ์ และเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.71	.55
10. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านการส่งมอบสินค้าให้ได้ตามเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.54	.65
11. องค์กรมีการเตรียมพร้อมในด้านเครื่องมืออุปกรณ์ระบบสารสนเทศที่ดี เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการซื้อขาย(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.84	.43

12. องค์กรมีการเตรียมพร้อมข้อมูลในทุกๆ ด้าน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริหาร(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.46	.71
13. องค์กรมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน(ด้านกระบวนการภายใน)	360	3	5	4.40	.73
14.องค์กรมีการตรวจสอบกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการทำงาน (ด้านกระบวนการภายใน)	360	2	5	4.21	.89
15. องค์กรส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ในองค์กร ผ่านสื่อสารสนเทศที่เหมาะสม(ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)	360	3	5	4.62	.60
16. องค์กรมีการคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถผ่านเกณฑ์ที่กำหนด(ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)	360	3	5	4.51	.75
17. องค์กรมีการนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของพนักงานมาเป็นข้อมูลในการปรับปรุงกิจการ(ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)	360	3	5	4.72	.54

18. องค์กรมีการส่งเสริมให้พนักงานมีความไว้วางใจกัน เป็นมิตรและปรารถนาดีต่อกัน อยู่เสมอ(ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)	360	3	5	4.38	.74
19. องค์กรมีการปรับโครงสร้างบริษัทให้เหมาะสมกับกระบวนการในการปฏิบัติงาน (ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา)	360	3	5	4.76	.52
20. องค์กรมีผลกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง(ด้านการเงิน)	360	3	5	4.47	.77
21. องค์กรมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง(ด้านการเงิน)	360	4	5	4.67	.47
22. องค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง(ด้านการเงิน)	360	3	5	4.58	.61
23. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีอย่างสม่ำเสมอ(ด้านการเงิน)	360	3	5	4.36	.82
24. องค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (ด้านการเงิน)	360	3	5	4.19	.91
Valid N (listwise)	360				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ด้านภาวะผู้นำ (bb1)	360	3.20	5.00	4.30	.72
ด้านการวางแผน(bb2)	360	3.00	5.00	4.60	.64
ด้านสารสนเทศ(bb3)	360	3.33	5.00	4.82	.39
ด้านคน(bb4)	360	3.00	5.00	4.35	.75
ด้านกระบวนการ(bb5)	360	3.00	5.00	4.65	.56
ด้านลูกค้า(cc1)	360	3.43	5.00	4.67	.50
ด้านกระบวนการภายใน(cc2)	360	3.00	5.00	4.56	.57
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา(cc3)	360	3.00	5.00	4.60	.60
ด้านการเงิน(cc4)	360	3.20	5.00	4.46	.69
ผลการดำเนินการ(ccc)	360	3.58	5.00	4.58	.30
Valid N (listwise)	360				

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.16 ^a	.03	.01	.31

a. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.92	5	.18	1.94	.08 ^b
	Residual	33.557	354	.10		
	Total	34.47	359			

a. Dependent Variable: ccc

b. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.22	.30		14.23	.00
	bb1	.04	.03	.10	1.87	.06
	bb2	.00	.06	.01	.14	.89
	bb3	.04	.04	.05	.90	.37
	bb4	.04	.02	.10	1.81	.07
	bb5	-.04	.03	-.076	-1.45	.15

a. Dependent Variable: ccc

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.07 ^a	.01	.01	.50

a. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.42	5	.08	.34	.89 ^b
	Residual	88.32	354	.25		
	Total	88.74	359			

a. Dependent Variable: cc1

b. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.20	.48		10.81	.00
	bb1	.02	.04	.03	.49	.63
	bb2	.02	.04	.03	.52	.61
	bb3	.03	.07	.02	.40	.69
	bb4	.03	.04	.05	.85	.39
	bb5	.02	.05	.02	.39	.70

a. Dependent Variable: cc1

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.120 ^a	.014	.000	.57032

a. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.67	5	.33	1.00	.40 ^b
	Residual	115.14	354	.33		
	Total	116.82	359			

a. Dependent Variable: cc2

b. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.51	.55		6.38	.00
	bb1	.04	.04	.05	1.00	.32
	bb2	.05	.05	.06	1.04	.30
	bb3	.06	.08	.04	.71	.48
	bb4	.01	.04	.01	.15	.88
	bb5	.08	.05	.07	1.39	.16

a. Dependent Variable: cc2

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.22 ^a	.05	.03	.59

a. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.02	5	1.20	3.49	.00 ^b
	Residual	121.90	354	.34		
	Total	127.92	359			

a. Dependent Variable: cc3

b. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.89	.57		6.87	.00
	bb1	.10	.04	.11	2.16	.03
	bb2	.05	.05	.06	1.08	.28
	bb3	.10	.08	.07	1.24	.22
	bb4	.12	.04	.15	2.89	.00
	bb5	.10	.06	.09	1.70	.09

a. Dependent Variable: cc3

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.14 ^a	.02	.01	.68

a. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3.47	5	.69	1.49	.19 ^b
Residual	165.16	354	.47		
Total	168.63	359			

a. Dependent Variable: cc4

b. Predictors: (Constant), bb5, bb4, bb1, bb3, bb2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.28	.66		6.50	.000
bb1	.05	.05	.05	.96	.34
bb2	.04	.06	.04	.70	.49
bb3	.03	.09	.02	.28	.78
bb4	.06	.05	.07	1.29	.20
bb5	.13	.07	.11	2.02	.04

a. Dependent Variable: cc4

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาววารุณี กุศลรัตนวิจิตร
วันเดือนปีเกิด	9 เมษายน 2518
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี สาขาวิชา ภาษาอังกฤษ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม
ตำแหน่ง	ผู้จัดการแผนกจัดซื้อ จัดจ้าง
ประสบการณ์ทำงาน	2556 - ปัจจุบัน บริษัท โกรเฮ้ สยาม จำกัด

