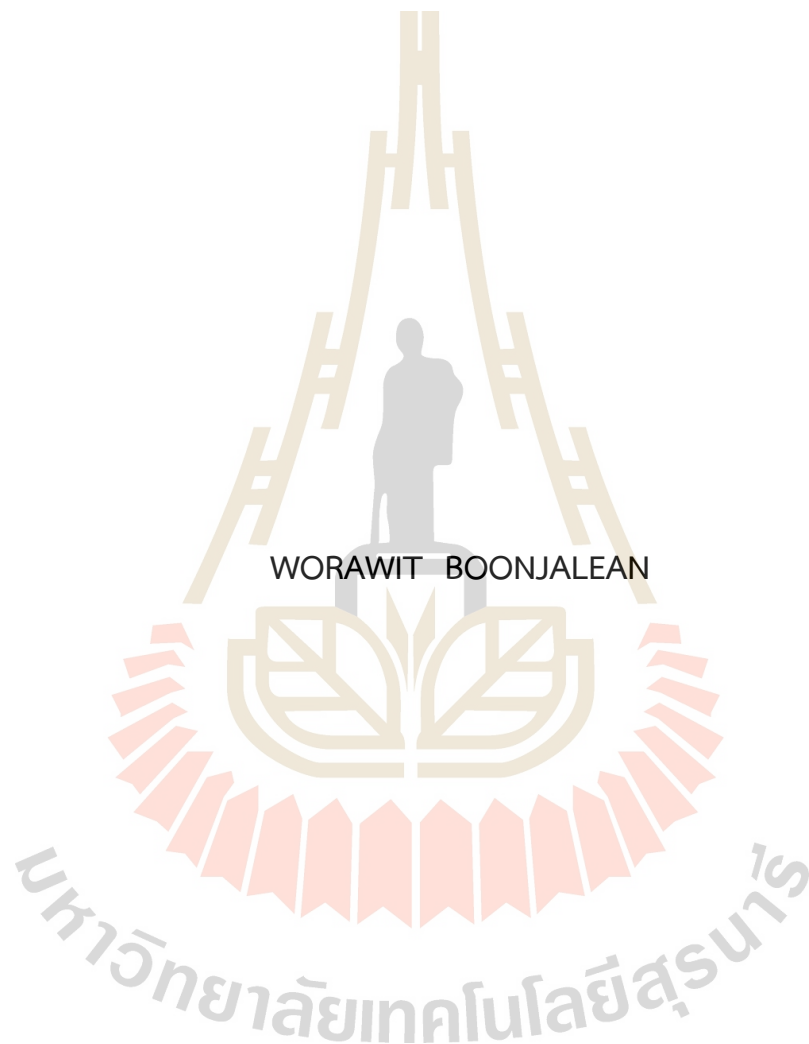


ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัด
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ปีการศึกษา 2567

THE INNOVATIVE CAPABILITIES AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE
AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES IN THE LOWER NORTHEASTERN PROVINCIAL CLUSTER 1



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Degree of Master of Management Technology
Suranaree University of Technology
Academic Year 2024

ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้หน่วยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรหมศรีสรกร)
ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล)
กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร)
กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา เรืองอุตมานันท์)
กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุพาพร รักสกุลพิวัฒน์)
รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและประกันคุณภาพ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัญชลี วรรณรักษ์)
คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

วรวิทย์ บุญเจริญ : ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 (THE INNOVATIVE CAPABILITIES AFFECTING COMPETITIVE ADVANTAGE AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES IN THE LOWER NORTHEASTERN PROVINCIAL CLUSTER 1) อาจารย์ที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล, 178 หน้า

คำสำคัญ : ความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงาน ขององค์กร ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความ ได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งทดสอบอิทธิพลของความได้เปรียบ ทางการแข่งขันส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และเพื่อทดสอบผลกระทบของความได้เปรียบ ทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของ องค์กร กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 375 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนา และสถิติอนุมาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่า เบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมส่งผล เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร ความ ได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และ ความสามารถเชิงนวัตกรรมส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยความได้เปรียบทางการ แข่งขันมีบทบาทตัวแปรคั่นกลางบางส่วน ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ สำหรับผู้ประกอบการ โดยเน้นการลงทุนด้านนวัตกรรมเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ระยะยาว ตลอดจนสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และการพัฒนาองค์กร

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2567

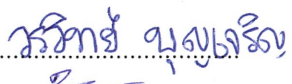
ลายมือชื่อนักศึกษา วรวิทย์ บุญเจริญ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ๒๔

WORAWIT BOONJALEAN : THE INNOVATIVE CAPABILITIES AFFECTING COMPETITIVE
ADVANTAGE AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE OF SMALL AND MEDIUM-SIZED
ENTERPRISES IN THE LOWER NORTHEASTERN PROVINCIAL CLUSTER 1 : ASST. PROF.
KANCHANA SUKANTHASIRIKUL, Ph.D., 178 PP.

KEYWORD : INNOVATIVE CAPABILITIES/COMPETITIVE ADVANTAGE/ORGANIZATIONAL
PERFORMANCE/SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES

This study aimed to examine the influence of innovation capability on competitive advantage and organizational performance, as well as the influence of competitive advantage on organizational performance. In addition, the study investigated the mediating role of competitive advantage in the relationship between innovation capability and organizational performance. The sample consisted of 375 entrepreneurs from small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Lower Northeastern Region 1 of Thailand. A questionnaire was used as the primary research instrument. Data analysis employed both descriptive statistics and inferential statistics, including mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results revealed that innovation capability had a statistically significant positive influence on both competitive advantage and organizational performance. Competitive advantage also had a statistically significant positive effect on organizational performance and served as a partial mediator in the relationship between innovation capability and organizational performance. The findings provide strategic implications for entrepreneurs, emphasizing the importance of investing in innovation to enhance long-term competitive advantage. They also support policy decisions related to human resource management, technology, and organizational development.

School of Management Technology
Academic Year 2024

Student's Signature.....
Advisor's Signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากการช่วยเหลืออย่างดียิ่ง ทั้งด้านวิชาการ และด้านการดำเนินการวิจัย จากบุคคลและกลุ่มบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ อันได้แก่

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคันธสิริกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ และแนวทางแก้ไขปัญหาตลอดการทำวิทยานิพนธ์ ความรู้และความเชี่ยวชาญของอาจารย์เป็นแรงสนับสนุนสำคัญที่ทำให้สามารถดำเนินงานวิจัยนี้จนสำเร็จลุล่วงได้

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรภักดิ์สรชกร ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมถึง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุตินา เรืองอุตมานันท์ คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ สำหรับแนวคิดและคำแนะนำอันมีค่าเพื่อการปรับปรุงและพัฒนา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ ตลอดจนเป็นแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์

คณาจารย์สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีทุกท่านที่กรุณาถ่ายทอดความรู้ในแขนงวิชาต่าง ๆ และเจ้าหน้าที่สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการทุกท่านที่ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการศึกษา

สำหรับคุณงามความดีอันใดที่เกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้กับบิดา มารดาที่อบรมเลี้ยงดูและให้การสนับสนุนการศึกษาเป็นอย่างดีมาโดยตลอด เพื่อนและญาติพี่น้องที่คอยให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจในการศึกษาเล่าเรียนจนสำเร็จการศึกษา ตลอดจนการศึกษาค้นคว้าวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

วรวิทย์ บุญเจริญ

สารบัญ

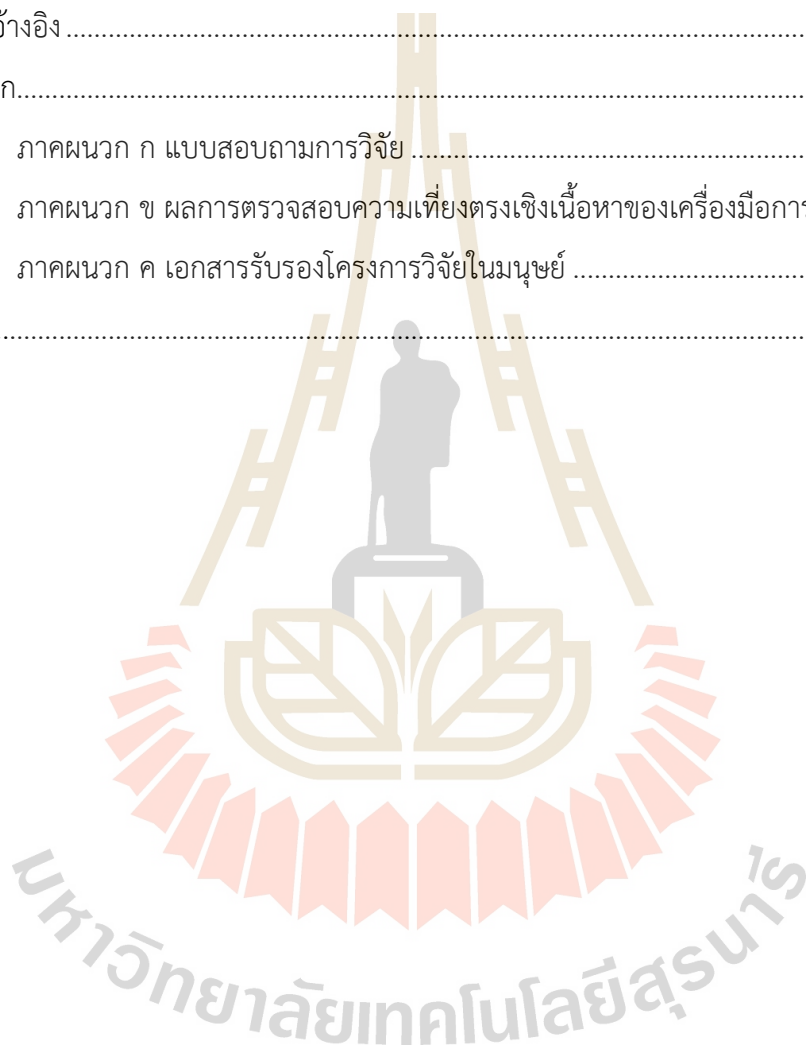
	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูป.....	ญ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	5
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย.....	7
1.6 นิยามศัพท์.....	8
2 ปรัชญาบรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	12
2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม.....	21
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	33
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร.....	45
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	58
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	59
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	59
3.2 ตัวแปรที่ศึกษา.....	61

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	62
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ	64
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	69
3.7 การทดสอบสมมติฐาน	74
4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	75
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	78
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	80
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผล ต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	82
4.4 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการ แข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียง เหนือตอนล่าง 1	101
4.5 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	105
4.6 ผลการทดสอบความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่าง ความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	110
5 สรุปและข้อเสนอแนะ	113
5.1 สรุปผลการวิจัย	114
5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	117

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย.....	121
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	123
รายการอ้างอิง	124
ภาคผนวก.....	149
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย	150
ภาคผนวก ข ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย.....	164
ภาคผนวก ค เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์	176
ประวัติ.....	178



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	13
2.2 เกณฑ์การแบ่งลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	15
2.3 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	16
2.4 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.....	16
2.5 จำนวนผู้ประกอบการภาคการค้าในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1	20
2.6 ความหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรม.....	22
2.7 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรม.....	25
2.8 ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	34
2.9 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน	38
2.10 ความหมายของผลการดำเนินงานขององค์กร	46
2.11 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กร	49
3.1 แสดงจำนวนสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด.....	61
3.2 ผลการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค.....	67
3.3 แสดงจำนวนการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด.....	69
3.4 แสดงค่าความเบ้ และค่าความโด่ง ของตัวแปรสังเกต.....	70
4.1 แสดงสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	76
4.2 แสดงรายชื่อตัวแปรและอักษรย่อในการวิเคราะห์.....	76
4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	78
4.4 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ.....	80
4.5 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมโดยรวมเป็นรายด้าน.....	82
4.6 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำ แบบมีส่วนร่วมเป็นรายข้อ.....	83
4.7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านแนวความคิดและโครงสร้าง องค์กรเป็นรายข้อ.....	84

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านบรรยากาศในการทำงาน และความเป็นอยู่ที่ดีเป็นรายข้อ	85
4.9 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนาความรู้เป็นรายข้อ	86
4.10 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความรู้จากภายนอก เป็นรายข้อ.....	87
4.11 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะ การเปลี่ยนแปลงเป็นรายข้อ.....	88
4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกิจกรรมรายบุคคลเป็นรายข้อ ...	89
4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความร่วมมือเป็นรายข้อ	90
4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม เป็นรายข้อ.....	91
4.15 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมและเป็นรายด้าน	93
4.16 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพเป็นรายข้อ.....	93
4.17 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนเป็นรายข้อ....	94
4.18 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่างเป็นรายข้อ.....	95
4.19 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยภาพรวมเป็นรายด้าน	96
4.20 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านการเงิน เป็นรายข้อ.....	97
4.21 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า เป็นรายข้อ.....	98
4.22 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้าน กระบวนการภายในเป็นรายข้อ	98
4.23 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้าน การเรียนรู้และการเติบโตเป็นรายข้อ.....	99
4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมต่อตัวแปรตาม ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	101
4.25 ผลการทดสอบบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร.....	105
4.27 แสดงการตรวจสอบตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร	106
4.28 ผลการทดสอบบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบ ทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร	106
4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร.....	110
4.30 แสดงการตรวจสอบตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร	111
4.31 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	111
5.1 สรุปผลการทดสอบตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย.....	114



สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
2.1	องค์ประกอบของการสร้างความสามารถเชิงนวัตกรรม 32
2.2	องค์ประกอบของการสร้างความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน 43
2.3	ผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลต่อความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน 44
2.4	องค์ประกอบของการสร้างผลการดำเนินงานขององค์กร 52
2.5	ผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร 54
2.6	ผลกระทบของความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร 55
2.7	ผลกระทบของความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทคั่นกลางระหว่างความสามารถ เชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร 57
2.8	กรอบแนวคิดการวิจัย 58
3.1	อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง 73

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างรวดเร็ว ทุกภาคส่วนขององค์กรต้องเผชิญกับความท้าทายในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดและการเติบโต (Dong et al., 2023; Liu, 2024) ความผันผวนทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และแรงกดดันจากตลาดโลก ล้วนสร้างแรงกดดันให้ธุรกิจต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Edwards-Schachter, 2018) โดยเฉพาะในประเทศไทย ธุรกิจจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ในการพัฒนาและปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรับมือกับความท้าทายเหล่านี้ โดยธุรกิจและองค์กรจำเป็นต้องมีความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและการสร้างนวัตกรรมใหม่ เนื่องจากธุรกิจที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ ๆ จะสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดได้ (Cenamor, 2020) การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขัน (Wang and Zhang, 2024) การปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การพัฒนาเทคโนโลยี และการรักษาความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมล้วนเป็นปัจจัยที่ธุรกิจต้องให้ความสำคัญเพื่อเติบโตในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง (Liu, 2024) บริบทโลกในศตวรรษที่ 21 ขับเคลื่อนโดยองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม (Barreto et al., 2024) การเข้าใจและปรับตัวตามบริบทเหล่านี้ไม่ใช่ทางเลือก หากแต่เป็นความจำเป็นสำหรับธุรกิจที่ต้องการเติบโตอย่างยั่งยืนในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน

ปัจจุบันต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคและตลาด (Wang and Zhang, 2024) การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น แต่ยังส่งผลให้ธุรกิจต่าง ๆ ต้องมีการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งการพัฒนาความสามารถในการนวัตกรรมจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับตัวและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Dong et al., 2023) ดังนั้น ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability) จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันและปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้น

ขณะเดียวกัน การพัฒนาความสามารถในการนวัตกรรมยังมีบทบาทในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานและกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจสามารถรับมือกับความท้าทายในทุกช่วงเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Wang and Zhang, 2024) ดังนั้น ความสามารถในการนวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของตลาด แต่ยังช่วยให้สามารถปรับกระบวนการต่าง ๆ ภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การนำเทคโนโลยีและเครื่องมือใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตและบริการ เช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีคุณภาพและสามารถใช้ในการตัดสินใจที่แม่นยำและมีประสิทธิภาพ (Li et al., 2021) นอกจากนี้ การพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในองค์กรยังช่วยให้สามารถปรับกระบวนการทำงานต่าง ๆ ภายในองค์กรได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Liu and Nik, 2025) ทั้งนี้ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น ระบบอัตโนมัติ หรือการใช้เครื่องมือที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ก็ถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ (Dong et al., 2023) ที่สามารถนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตจะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงในเวลาที่รวดเร็วและมีต้นทุนที่ต่ำลง ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงขึ้นได้

การส่งเสริมวัฒนธรรมการสร้างนวัตกรรมและการทดลองในองค์กรถือเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการคิดสร้างสรรค์และการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ การลงทุนในการฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะในด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม จะช่วยให้พนักงานสามารถพัฒนาและปรับใช้เทคโนโลยีในงานของตนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการคิดสร้างสรรค์และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในระหว่างการทำงาน (Liu and Nik, 2025) การสร้างวัฒนธรรมที่เปิดรับการเปลี่ยนแปลงและสนับสนุนการทดลองในองค์กรจะช่วยส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการกระบวนการทำงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดและการปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจต้องทำอย่างสม่ำเสมอ และการวัดผลและประเมินประสิทธิภาพในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมภายในองค์กรจะช่วยให้วิสาหกิจสามารถตรวจสอบและปรับปรุงกลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Dong et al., 2023; Li et al., 2021) และจะช่วยให้สามารถวางแผนการใช้ทรัพยากรและกระบวนการต่าง ๆ ได้ดีขึ้น เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในตลาดได้อย่างทัน่วงที่และมีประสิทธิภาพ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถขององค์กรในการอยู่รอดและเติบโตในตลาด การสร้างความได้เปรียบนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถขององค์กรในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า รวมถึงการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน (Asikin et al., 2024) การนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาตำแหน่งที่ดีในตลาด แม้ในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง (Distanont and Khongmalai, 2018) นอกจากนี้ ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ควบคู่กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า ยังสามารถช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร (Liu and Nik, 2025) การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงจำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยี (Ge et al., 2022) องค์กรที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้อย่างทันทั่วถึง จะมีความได้เปรียบในระยะยาว ดังนั้น การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (Prakash et al., 2023)

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Organizational Performance) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินความสำเร็จขององค์กร โดยพิจารณาจากปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น การสร้างรายได้ การลดต้นทุน และการเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการภายในองค์กร (Bolton et al., 2023) องค์กรที่สามารถบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถรักษาระดับผลกำไรได้ แม้ในสถานะที่มีการแข่งขันสูง การประเมินผลการดำเนินงานยังครอบคลุมถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการปรับปรุงกระบวนการภายในอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพสูงสุด (Bass, 2021) ขณะเดียวกัน การพัฒนาทักษะของพนักงานและการสร้างแรงจูงใจในการทำงานก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยรักษาระดับผลการดำเนินงานในระยะยาว ยิ่งไปกว่านั้น กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจต้องมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและเทคโนโลยี เพื่อคงไว้ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันและสนับสนุนการเติบโตขององค์กรอย่างยั่งยืน (Distanont and Khongmalai, 2018) ดังนั้น การมีนวัตกรรมที่แข็งแกร่งควบคู่กับผลการดำเนินงานที่ดี จึงเป็นสองปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้องค์กรสามารถยืนหยัดและเติบโตได้ในสภาวะการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งในด้านการจ้างงานและการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงเผชิญกับอุปสรรคหลายประการที่ขัดขวางการเติบโตและพัฒนา อาทิ ปัญหาการขาด

แคลนทุนทรัพย์ เทคโนโลยีที่ล้าสมัย และบุคลากรที่มีทักษะไม่เพียงพอ (สมาคมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย, 2566) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขาดแหล่งทุนสำหรับการพัฒนาธุรกิจ ขาดองค์ความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีใหม่ รวมถึงปัญหาด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมขาดความยั่งยืน การที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถเข้าถึงเงินทุนและเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้ ทำให้ไม่สามารถลงทุนด้านนวัตกรรมเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตและการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566)

ภาครัฐให้ความสำคัญต่อการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเฉพาะการสร้างรายได้และการจ้างงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยมีสัดส่วนสูงถึง 99.54% ของวิสาหกิจทั้งหมดในประเทศ และจ้างงานประมาณ 71.7% ของการจ้างงานทั้งหมดในประเทศ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) อีกทั้ง ยังมีส่วนสำคัญในการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ถึง 34.2% (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) ซึ่งทำให้การพัฒนาและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของภาครัฐที่ได้รับการส่งเสริมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นอกจากนี้ ภาครัฐมุ่งเน้นการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและการพัฒนาแรงงานที่มีทักษะสูง เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้สามารถปรับตัวในยุคดิจิทัลและยั่งยืนในระยะยาว การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเช่น การใช้ปัญญาประดิษฐ์ และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ จะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถปรับกระบวนการผลิตและการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานได้ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา ความสามารถเชิงนวัตกรรมถูกระบุว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และ ผลการดำเนินงานของธุรกิจในตลาดอุตสาหกรรม เช่น งานวิจัยของ ศศินิภา ศรีกัลยานิวัต (2565) ซึ่งพบว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การศึกษาในบริบทของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ยังคงขาดแคลนและต้องการการวิจัยเพิ่มเติมด้วยเหตุผลนี้ การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นไปที่ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เพื่อตรวจสอบผลกระทบระหว่าง ความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.2.2 เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.2.3 เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.2.4 เพื่อทดสอบผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1. H1 : ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.3.2. H2 : ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.3.3. H3 : ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.3.4. H4 : ความสามารถเชิงนวัตกรรมตัวแปรคั่นกลางมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 7,066 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

1.4.2. ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยได้ทำการจัดส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ที่อยู่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ซึ่งประกอบด้วย 4 จังหวัดดังต่อไปนี้ นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่าง โดยทำการแนบลิงค์แบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ผ่านทางรูปแบบ Google Form ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

2) ขอบเขตด้านเวลา ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้อยู่ช่วงระหว่าง วันที่ 1 เดือน มีนาคม พ.ศ. 2568 - วันที่ 29 เดือนเมษายน พ.ศ.2568

1.4.3. ขอบเขตด้านตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตัวแปรจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1 ตัวแปร คือ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability) ประกอบด้วย จำนวน 9 ตัวแปร ได้แก่ 1) วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership Culture) 2) แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (Ideation and Organizing Structures) 3) บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work environment and Wellbeing) 4) การพัฒนาความรู้ (Know Development) 5) ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge) 6) การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง (Adaptability Under Uncertainty Situation) 7) กิจกรรมรายบุคคล (Individual Activity) 8) ความร่วมมือ (Collaboration) และ 9) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy) (ศศิณีภา ศรีกัลยานิวัต, 2565; Saunila, and Ukko 2014)

2) ตัวแปรตามที่ทำหน้าเป็นตัวแปรคั่นกลาง ประกอบด้วย 1 ตัวแปร คือ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ประกอบด้วยจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost Advantage) 2) ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality Advantage) และ 3) ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation Advantage) (Brown, 2009; ภัทรสุตา กันใจแก้ว, 2566; Ferreira, J. et al. 2021)

3) ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 1 ตัวแปร คือ

ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance) ประกอบด้วยจำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Business Perspective) และ 4) ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) (Kaplan and Norton, 1996; ภัทรสุตา กันใจแก้ว, 2566)

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.5.1. ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions)

ผลการวิจัยครั้งนี้ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งทางตรงและผ่านตัวแปรคั่นกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนกลไกการส่งผ่านอิทธิพลภายในระบบธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

1.5.2. ประโยชน์เชิงการจัดการ (Managerial Contribution)

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์ขององค์กรธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เพื่อส่งเสริมความสามารถเชิงนวัตกรรม ยกย่องศักยภาพความได้เปรียบทางการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว ทั้งนี้ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะของบุคลากร ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงาน ตลอดจนปรับมุมมองของผู้ประกอบการต่อการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าในบริบทของเศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

1.6 นิยามศัพท์

ผู้วิจัยได้นิยามศัพท์เฉพาะเพื่อสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันและสอดคล้องกับเนื้อหาของศึกษาวิจัยไว้ดังนี้

1.6.1. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจกรรมที่มีโครงสร้างขนาดเล็กถึงกลาง มีสินทรัพย์และพนักงานจำกัด บริหารงานโดยเจ้าของหรือผู้จัดการที่ตัดสินใจในทุกด้านของธุรกิจ และมักดำเนินการในท้องถิ่น โดยมีความยืดหยุ่นสูงในการผลิตและบริการ

1.6.2. ความสามารถเชิงนวัตกรรม หมายถึง การพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เกิดจากการมีวัฒนธรรมผู้นำที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในขณะที่การสร้างโครงสร้างที่ช่วยให้ปรับตัวและตอบสนองการเปลี่ยนแปลง การเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการปรับตัวต่อสถานะที่ไม่แน่นอน และการสร้างความร่วมมือที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยมีกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่เชื่อมโยงวิสัยทัศน์และการปรับกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ

1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม หมายถึง การส่งเสริมการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กร โดยสนับสนุนการสื่อสารและความร่วมมือ การมีค่านิยมที่เปิดกว้างต่อความเสี่ยงช่วยให้พนักงานกล้าเสนอความคิดใหม่ ๆ ขณะเดียวกัน ผู้บริหารต้องมีบทบาทในการจูงใจและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทดลอง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในองค์กร

2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร หมายถึง การพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยองค์กรที่มีโครงสร้างที่เหมาะสมจะสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ดี ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนและความสำเร็จ โครงสร้างองค์กรที่ดีช่วยให้การจัดทีมและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี หมายถึง การเสริมสร้างนวัตกรรมและประสิทธิภาพในองค์กร โดยมีสภาพแวดล้อมสำคัญ เช่น บรรยากาศนวัตกรรมและการร่วมมือกัน ซึ่งสนับสนุนการเปิดกว้างในการสื่อสารและความน่าเชื่อถือ การมีส่วนร่วมของพนักงานและการจัดให้มีทรัพยากรที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน

4. การพัฒนาความรู้ หมายถึง การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริมสร้างทักษะและความสามารถของพนักงานในการสร้างนวัตกรรมใหม่ การพัฒนานี้รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของตลาด การลงทุนในความรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเติบโตและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความรู้จากภายนอก หมายถึง การพัฒนาองค์กรด้านนวัตกรรม โดยพนักงานสามารถแสวงหาความรู้จากพันธมิตร คู่แข่ง และลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการและผลิตภัณฑ์ การถ่ายทอดความรู้ภายในองค์กรระหว่างพนักงานทั้งเก่าและใหม่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและประสิทธิภาพการรักษาความรู้ที่มีค่าช่วยป้องกันการสูญหายของข้อมูลสำคัญ

6. การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง หมายถึง การเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตช่วยพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ โดยการสร้างความสามารถเชิงนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อปรับปรุงระบบและผลิตภัณฑ์ การเปิดรับความคิดเห็นและเรียนรู้จากความผิดพลาดช่วยให้องค์กรเติบโตและพัฒนาต่อไป ซึ่งการปรับตัวที่มีประสิทธิภาพทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

7. กิจกรรมรายบุคคล หมายถึง การมุ่งเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมและแรงจูงใจของพนักงาน จากการมอบอำนาจและความรับผิดชอบช่วยให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่า สร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร

8. ความร่วมมือ หมายถึง การสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันระหว่างพันธมิตรมีบทบาทสำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร โดยการแบ่งปันกระบวนการและความรู้ภายในองค์กร รวมถึงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ จะช่วยส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง และการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยยังเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ ขณะที่การวางแผนร่วมกับที่ปรึกษาช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด ทำให้สามารถประสบความสำเร็จในระยะยาว

9. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม หมายถึง ความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กร วิสัยทัศน์ชัดเจนช่วยให้ทุกคนมีทิศทางเดียวกัน ขณะที่กลยุทธ์สร้างกรอบและแนวทางการทำงานที่สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ การปรับกลยุทธ์นวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอช่วยให้องค์กรตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารที่ดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จ

1.6.3. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการสร้างและรักษาความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยการมุ่งเน้นไปที่การเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง พร้อมกับการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ จึงสามารถเสนอราคาที่แข่งขันได้ และการสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ ด้วยการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีเอกลักษณ์ พร้อมทั้งนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีจากลูกค้า

1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ หมายถึง การเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงและน่าเชื่อถือ ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง โดยการมุ่งเน้นที่คุณภาพช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ลดการคืนสินค้าและการร้องเรียน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน หมายถึง การบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถลดค่าใช้จ่ายและเสนอราคาที่ดีกว่าคู่แข่งได้ โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตและการดำเนินงานแทนที่จะเพิ่มราคาขาย การลดต้นทุนช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไร แม้จะขายสินค้าหรือบริการได้น้อยกว่าคู่แข่ง

3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง หมายถึง การสร้างความแตกต่างในด้านการบริการขององค์กร ด้วยการเสนอคุณภาพสูงและเอกลักษณ์ของบริการ การให้การบริการเสริมหลังการขายที่ดี การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ และการวิจัยพัฒนาสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจและดึงดูดลูกค้าเสริมสร้างความภักดีและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

1.6.4. ผลการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง ความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการพัฒนาระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้และกำไรจากการขายสินค้าและบริการ รวมถึงการตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในด้านคุณภาพและการบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการปรับปรุงระบบสารสนเทศช่วยให้ธุรกิจเติบโตและสามารถปรับตัวได้เร็วขึ้น นอกจากนี้การมอบหมายงานและการฝึกอบรมพนักงานยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและรักษาลูกค้าได้

1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน หมายถึง ความสำเร็จทางการเงินขององค์กรเกิดจากการขายสินค้าและบริการ ซึ่งสะท้อนถึงรายได้และยอดขายที่เติบโต รวมถึงอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดีขึ้น การลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรเป็นสัญญาณสำคัญที่บ่งชี้ว่าธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่ผ่านมา การวิเคราะห์ตัวชี้วัดเหล่านี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างชัดเจน

2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในด้านเวลา คุณภาพ การใช้งาน และบริการ วัตถุประสงค์หลักคือการรักษาลูกค้าเดิม เพิ่มลูกค้าใหม่ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การติดตามความต้องการลูกค้าผ่านการประเมินผลการซื้อและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง อีกทั้งการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ยังช่วยดึงดูดลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน หมายถึง ความสำเร็จของระบบการทำงานทางการเงินและการบริการลูกค้าขององค์กร เนื่องจากการพัฒนากระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพช่วย

ให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตรงเวลา รวมถึง การระบุและบรรลุ กระบวนการสำคัญทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอคุณค่าและรักษาลูกค้าได้ จากระบบการจัดแบ่งงาน ชัดเจน พร้อมกำหนดอำนาจและหน้าที่ในแต่ละงาน การมอบหมายงานและเตรียมความพร้อม พนักงานช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยรวมแล้วระบบที่มีประสิทธิภาพส่งผลดีต่อ เป้าหมายทางการเงินและความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

4. ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต หมายถึง ความสำเร็จขององค์กรในการ สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญต่อการเติบโตและการพัฒนาในระยะยาว โดยการ ลงทุนในฝึกอบรมพนักงานและเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กรอย่างมี นัยสำคัญ ระบบสารสนเทศควรได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การนำเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานจึงช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ในเวลาเดียวกัน การให้รางวัลแก่พนักงานที่ทำงานได้ดีสร้างแรงกระตุ้นที่จำเป็น และการติดตามผลการปฏิบัติงานยังมี ส่วนช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานได้



บทที่ 2

ปรัทัศนัวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษา ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

- 2.1 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.4 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับผลดำเนินงานขององค์กร
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.1.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นธุรกิจที่มีลักษณะการดำเนินงานแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ โดยมีหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการกำหนดขอบเขตต่าง ๆ เช่น จำนวนพนักงาน ประเภทธุรกิจ สินทรัพย์ถาวร และรูปแบบการจัดทะเบียนของผู้ประกอบการ เช่น ห้างหุ้นส่วนจำกัด บุคคลธรรมดา หรือนิติบุคคล บริษัทจำกัด หรือกิจกรรมร่วมค้า โดยธุรกิจประเภทนี้จะมุ่งเน้นการผลิตสินค้า การขายสินค้า หรือการให้บริการ (ภัทรานิษฐ์ ก้อนจันทร์เทศ, 2564; กันตพงศ์ มาศจุฑาเศรษฐี, 2567) ในประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่มีกำหนดค่าจำกัดความเป็นมาตรฐานเดียวกัน ซึ่งส่งผลให้การตีความค่าจำกัดความของธุรกิจประเภทนี้แตกต่างกันไปตามหน่วยงานหรือบริบทที่ต้องการใช้งาน นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากสามารถสร้างความยืดหยุ่นในการลงทุนและการผลิตสินค้าใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว (สุรัสวดี บวรพศวัตกิตต์, 2567) ธุรกิจประเภทนี้ในประเทศไทยมีความหลากหลาย โดยส่วนใหญ่จะประกอบธุรกิจในรูปแบบของการผลิตสินค้า การให้บริการ การค้าส่ง การค้าปลีก หรือกิจการประเภทอื่น ๆ ตามที่รัฐมนตรีประกาศในราชกิจจานุเบกษาซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องปฏิบัติตาม "พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2563" ตามประมวลรัษฎากร (กรมสรรพากร, 2561)

จากความสำเร็จที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีในการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ธุรกิจเหล่านี้จึงถือเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างการแข่งขันที่เป็นธรรมและลดการผูกขาดของธุรกิจขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังช่วยในการสร้างทางเลือกใหม่ ๆ ให้แก่ผู้บริโภคและส่งเสริมการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งได้นักวิชาการ นักวิจัย ได้เสนอความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทางองค์กรไว้หลากหลายและแตกต่างกันตามบริบท ตามตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตารางที่ 2.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
ลี เหมิง (2567)	ธุรกิจที่มีลักษณะการบริหารอย่างอิสระและผู้บริหารเป็นเจ้าของกิจการตัวเองมีการจัดหาเงินทุนทำธุรกิจด้วยเงินส่วนตัว และดำเนินงานภายในพื้นที่หรือท้องถิ่นของตัวเองมีจำนวนลูกจ้างและรายได้ต่อปีแบ่งตามขนาด
Abdul-Azeez et al. (2024)	ตลาดเกิดใหม่เผชิญกับความท้าทายในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและการแข่งขันจากธุรกิจขนาดใหญ่ แต่พวกเขามักมีความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวเพื่อเติบโตในตลาดใหม่ได้
Odoro (2024)	ธุรกิจที่มีขนาดเล็กหรือกลางซึ่งมักดำเนินงานในระดับท้องถิ่นหรือระดับภูมิภาค โดยมีการจัดการภายในองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่เหมาะสมกับตลาดเฉพาะกลุ่ม
Gennari (2022)	กลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญในการเปลี่ยนแปลงภาคธุรกิจผ่านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ พวกเขาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเปิดโอกาสใหม่ๆ ในการเข้าถึงลูกค้าและตลาด
Dic (2021)	ธุรกิจที่มีการบริหารงานจากเจ้าของธุรกิจเอง ซึ่งมีการจัดการด้านการเงินและการลงทุนด้วยตนเอง โดยธุรกิจเหล่านี้มักมีทรัพยากรจำกัดและให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับลูกค้าและผู้จัดจำหน่าย

ตารางที่ 2.1 ความหมายของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อ)

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
Mohamad et al. (2021)	ธุรกิจที่มีขนาดเล็กถึงกลาง ซึ่งมักมีจำนวนพนักงานไม่เกิน 250 คน และรายได้รวมไม่เกิน 50 ล้านดอลลาร์ต่อปี โดยมีการบริหารงานโดยเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการที่มีการตัดสินใจโดยตรงในทุกด้านของการดำเนินงาน
Endris and Kassegn (2022)	การสร้างงานและส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจในประเทศกำลังพัฒนา พวกเขาช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและตอบสนองความต้องการของตลาดในท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็ว
Álvarez Jaramillo et al. (2018)	ธุรกิจที่มีโครงสร้างขนาดเล็กและมีความยืดหยุ่นสูงในการผลิตและบริการ พวกเขาสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาปรับใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเสริมความสามารถในการแข่งขันในตลาด

จากตารางที่ 2.1 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หมายถึง กิจการที่มีโครงสร้างขนาดเล็กถึงกลาง มีสินทรัพย์และพนักงานจำกัดโดยเจ้าของหรือผู้จัดการที่ตัดสินใจในทุกด้านของธุรกิจและมักดำเนินการในท้องถิ่น โดยมีความยืดหยุ่นสูงในการผลิตและบริการ (Álvarez Jaramillo et al., 2018; Gennari, 2022; Endris and Kassegn, 2022)

2.1.2 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ตามราชกิจจานุเบกษาที่ได้ประกาศกฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2562 เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 และประกาศสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เรื่องการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจรายย่อย จะมีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป หลักเกณฑ์ในการกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยใช้เกณฑ์รายได้ต่อปีและการจ้างงานเป็นตัวกำหนด ทั้งนี้ หากจ้างงานและรายได้ เข้าลักษณะของวิสาหกิจต่างกันให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาประกอบด้วย วิสาหกิจรายย่อย (Micro) วิสาหกิจขนาดย่อม (Small) และวิสาหกิจขนาดกลาง (Medium) การแบ่งขนาดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถกำหนดจากเกณฑ์รายได้ต่อปีและการจ้างงานสำหรับกิจการแต่ละประเภท สรุปดังตารางที่ 2.2 และมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

ตารางที่ 2.2 เกณฑ์การแบ่งลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลักษณะวิสาหกิจ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม			
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 500	ไม่เกิน 200
กิจการบริการ/ ค้าส่ง/ค้าปลีก	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 30	ไม่เกิน 300	ไม่เกิน 100

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2566)

1. กิจการผลิตสินค้า หมายถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกลหรือเคมีภัณฑ์โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตรอย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรมการผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบการอุตสาหกรรมในครัวเรือนด้วย

2. กิจการบริการ การค้าส่ง และการค้าปลีก หมายถึง ครอบคลุมถึง การศึกษา สุขภาพ บันเทิง การขนส่ง ก่อสร้างและก่อสร้างหาริมทรัพย์ โรงแรมและหอพักภัตตาคาร อาหารและเครื่องดื่มเช่าสิ่งบันเทิงและพักผ่อน บริการส่วนบุคคล บริการครัวเรือน บริการธุรกิจ การซ่อมแซม และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และส่วนการให้บริการเกี่ยวกับการค้ามีการแบ่งเป็นการค้าส่งและการค้าปลีก โดยการค้าส่งเน้นการขายให้แก่ธุรกิจและองค์กรในปริมาณมาก เช่น โรงงานและสถาบัน ในขณะที่การค้าปลีกเน้นการขายแก่บุคคลทั่วไปหรือครอบครัว เช่น ร้านค้าทั่วไปและสถานบริการน้ำมัน รวมถึงการเป็นนายหน้าหรือตัวแทนในการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ

กรณีที่จำนวนการจ้างงานของกิจการใดเข้าลักษณะของวิสาหกิจขนาดย่อมแต่มีรายได้ที่เข้าลักษณะของวิสาหกิจอีกประเภทหนึ่งให้ถือรายได้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา

ลักษณะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่กรมสรรพากรอาศัยอำนาจตามประมวลรัษฎากรออกกฎหมาย เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี โดยมีหลักเกณฑ์ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ลำดับที่	ลักษณะ
1	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและบริการในรอบระยะเวลาบัญชีไม่เกิน 30 ล้านบาท
2	เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลมีสินทรัพย์ถาวรไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาท และจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน
3	เป็นกิจการขายสินค้าหรือให้บริการที่อยู่ในบังคับภาษีมูลค่าเพิ่มที่มีรายรับไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี หรือต่อรอบระยะเวลาบัญชีได้รับการยกเว้นภาษีมูลค่าเพิ่ม

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2566)

การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีจะกำหนดหลักเกณฑ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ลักษณะใดลักษณะหนึ่งในการให้สิทธิประโยชน์นั้น ๆ เช่น บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลที่มีทุนจดทะเบียนชำระแล้วในวันสุดท้ายของรอบระยะเวลาบัญชี ไม่เกิน 5 ล้านบาท และมีรายได้จากการขายสินค้าและให้บริการไม่เกิน 30 ล้านบาทต่อรอบระยะเวลาบัญชี จะได้สิทธิประโยชน์ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิ 300,000 บาทแรก หรือบริษัทฯ ที่มีแรงงานไม่เกิน 200 คน จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีหักค่าสึกหรอ และค่าเสื่อมราคาในอัตราเร่ง เป็นต้น

การประกอบธุรกิจอาจจัดตั้งแค่คนเดียวขึ้นไป หรือหากมีหุ้นส่วนร่วมกันหลายคนมักจัดตั้งในรูปแบบของนิติบุคคล โดยมีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

รูปแบบ	ลักษณะ
บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
คณะบุคคลที่มีใช้นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ มีใช้นิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกัน โดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตามมาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)

ตารางที่ 2.4 สรุปรูปแบบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ต่อ)

รูปแบบ	ลักษณะ
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิด และต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความ รับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุน และต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
วิสาหกิจชุมชน	กิจการของชุมชนที่ดำเนินการผลิตหรือให้บริการโดยกลุ่มบุคคลที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเอง ทั้งในระดับครอบครัวและชุมชน โดยจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2566)

2.1.3 บทบาทความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย

1. บทบาทด้านเศรษฐกิจ คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมถือเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีบทบาทในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในประเทศ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีจำนวนสูงถึงร้อยละ 99.5 ของวิสาหกิจทั้งหมด และมีส่วนร่วมในการจ้างงานถึงร้อยละ 71.7 ของการจ้างงานทั้งระบบ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศในด้านการจ้างงานและการผลิต (SME Development Bank, 2022) นอกจากนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ที่มีมูลค่า 5.38 ล้านล้านบาท ซึ่งส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในหลายภาคส่วน เช่น ภาคการผลิต ภาคการค้า และภาคการบริการ (National Economic and Social Development Board, 2023) ดังนั้น

การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันโดยการพัฒนากิจกรรมของผู้ประกอบการและการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่นเดียวกับการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการพัฒนาแหล่งการตลาดเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ทั้งในและต่างประเทศ โดยแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) มีการเน้นย้ำการพัฒนาความสามารถของธุรกิจในทุกมิติ รวมถึงการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในตลาดโลก (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022)

2. บทบาทด้านสังคม คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญในด้านสังคม โดยเฉพาะในพื้นที่ห่างไกลจากเมืองใหญ่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิตสินค้าและบริการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในพื้นที่เหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างงาน แต่ยังช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเฉพาะในชุมชนที่มีการจ้างงานจากบุคคลในครอบครัว และการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น (UNCTAD, 2022) อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังต้องเผชิญกับอุปสรรคหลายด้าน เช่น การเข้าถึงแหล่งทุน เทคโนโลยี และตลาด การส่งเสริมบทบาทของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยเฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่ห่างไกลและผู้ประกอบการหญิง จึงเป็นสิ่งสำคัญในแผนการส่งเสริม วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 การสนับสนุนเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างงาน แต่ยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาที่ยั่งยืน (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, 2023)

3. บทบาทด้านสิ่งแวดล้อม คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังมีบทบาทสำคัญในการคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน โดยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องรับรู้ถึงการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การประหยัดพลังงาน การใช้เทคโนโลยีที่สะอาด และการนำวัสดุเหลือทิ้งกลับมาใช้ใหม่ในการผลิต นอกจากนี้การใช้นวัตกรรมสิ่งแวดล้อมยังสามารถช่วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สร้างความเชื่อมั่นในตลาดและเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ (The Thailand Environment Institute, 2022) แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 จึงมีการเน้นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมธุรกิจที่รักษาสิ่งแวดล้อมและช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถแข่งขันในตลาดที่ยั่งยืน (Ministry of Industry, 2023) ด้วยเหตุผลนี้ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างยั่งยืนจะช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจของประเทศและสร้างคุณค่าทางสังคมให้กับชุมชนในทุกภูมิภาค (World Bank, 2023)

2.1.4 การพัฒนาทักษะและความรู้สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ข้อมูลจาก The World Economic Forum ได้ประเมินว่าในปี 2022 (พ.ศ. 2566) กว่าครึ่งหนึ่งของการจ้างงานทั้งหมดจะต้องมีการพัฒนาทักษะครั้งใหญ่เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกการทำงาน (World Economic Forum, 2022) นอกจากนี้ McKinsey ยังรายงานไว้ว่า ภายในปี 2030 (พ.ศ. 2573) แรงงานทั่วโลกกว่า 375 ล้านคนจำเป็นต้องพัฒนาทักษะใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถเข้ากับการทำงานในอนาคต เพราะทักษะจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนายจ้างในการตัดสินใจเลือกลูกจ้าง หากองค์กรต้องปรับลดจำนวนพนักงาน (McKinsey and Company, 2021) ความสำคัญของทักษะใหม่ ๆ และการพัฒนาทักษะเดิม (Up Skill) และการเสริมทักษะใหม่ (Re Skill) จึงเป็นเรื่องที่ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่โลกการทำงานมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในประเทศไทย แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2564-2565 มุ่งเน้นการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการยกระดับทักษะเพื่อให้สามารถปรับตัวและพัฒนาได้ในสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง (Office of SME Promotion, 2023) ซึ่งทักษะที่จำเป็นสำหรับการเติบโตในอนาคตจะครอบคลุมทั้งในด้านการเพิ่มผลิตภาพและประสิทธิภาพธุรกิจ การพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการ และการสร้างทักษะใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการขององค์กรในปัจจุบัน

ทักษะที่จำเป็นสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

1. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิต คือ การนำเทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการผลิตช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพ (Doyle and Cosgrove, 2020)
2. การทำงานร่วมกับปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence) คือ การใช้ข้อมูลจาก AI ช่วยในการตัดสินใจและเพิ่มประสิทธิภาพ (Wang and Zhang, 2024)
3. การทำงานร่วมกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ คือ SME ต้องสามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีใหม่ในการพัฒนาธุรกิจ (Ferreira et al., 2021)
4. การคิดเชิงระบบ คือ การรวมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าด้วยกันช่วยลดความซับซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพ (Almousavi and Ismael, 2023)
5. การบริหารจัดการทีม คือ การมีทักษะในการบริหารทีมช่วยสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพ (Doyle et al., 2020)

ดังนั้น การพัฒนาทักษะและความรู้ที่เหมาะสมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องให้ความสำคัญ โดยทักษะเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตในอนาคต การสนับสนุนการพัฒนาในด้านทักษะต่าง ๆ จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้ดีกับการเปลี่ยนแปลงในเศรษฐกิจยุคดิจิทัลและช่วยให้

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถอยู่รอดและเติบโตในสภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย (Office of SME Promotion, 2023)

2.1.5 การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างโอกาสในการจ้างงานในพื้นที่ โดย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าสามารถกระจายสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มโอกาสการจ้างงานและการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น แม้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่นี้จะมียุทธศาสตร์ที่สำคัญ แต่ยังคงเผชิญกับอุปสรรคต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงแหล่งทุน การใช้เทคโนโลยีที่ล้าหลัง และช่องทางการตลาดที่จำกัด การพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวและเติบโตได้ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การพัฒนาทักษะด้านการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการกระบวนการผลิต และการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น และเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยโปรแกรม จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและลดต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Doyle and Cosgrove, 2020) ซึ่งจะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สามารถจัดการสินค้าคงคลังและกระบวนการจัดส่งได้รวดเร็วและคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน การพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการธุรกิจและการคิดเชิงวิเคราะห์ ยังเป็นสิ่งสำคัญในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤต (McKinsey and Company, 2021) การสนับสนุนการพัฒนาทักษะเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้ดีกับการเปลี่ยนแปลงในเศรษฐกิจยุคดิจิทัลและสามารถเติบโตได้ในสภาวะเศรษฐกิจที่ท้าทาย ดังนั้น เพื่อให้เห็นภาพรวมของสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และการพัฒนาที่เกิดขึ้นในแต่ละจังหวัด แสดงข้อมูลในตารางที่ 2.5 ดังนี้

ตารางที่ 2.5 จำนวนผู้ประกอบการภาคการค้าในกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

กลุ่มจังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการ
นครราชสีมา	3,606
บุรีรัมย์	1,232
สุรินทร์	1,199
ชัยภูมิ	1,029
รวม	7,066

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2566)

2.2 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

ความสามารถเชิงนวัตกรรมภายในองค์กรสะท้อนถึงศักยภาพขององค์กรในการสร้าง พัฒนา และปรับใช้แนวคิดใหม่ ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ โดยความสามารถนี้ต้องอาศัยการกำหนดทิศทางกลยุทธ์ที่ชัดเจน การจัดสรรทรัพยากรอย่างเหมาะสม และการสร้างสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และการทดลอง (Bogers et al., 2019; Kahupi et al., 2020; Shao, 2025) ซึ่งการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยังช่วยเสริมประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเพิ่มความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองตลาดได้รวดเร็ว โดยผู้บริหารที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงและการคิดเชิงนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง (Kiliç, 2022; Allammari et al., 2024; Ramdani et al., 2019) นอกจากนี้ ความสามารถเชิงนวัตกรรมยังรวมถึงการออกแบบกระบวนการที่เอื้อต่อการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ และการผสมผสานกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมเข้ากับเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้สามารถแข่งขันและขยายตลาดได้อย่างยั่งยืน (Ghasemzadeh et al., 2018; Lee and Yoo, 2019)

องค์กรที่สามารถพัฒนากลยุทธ์ที่เชื่อมโยงระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและความต้องการของตลาด จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้ โดยเฉพาะในบริบทของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาความรู้ใหม่และการยอมรับนวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน (Lam et al., 2021; Kiliç, 2022) การลงทุนในทรัพยากรบุคคลและเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าและตอบสนองลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น องค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยสร้างโอกาสในตลาด แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนในระยะยาว ทั้งในแง่ของการสร้างสรรค์สิ่งใหม่และการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Kuhn and Bhatiasavi, 2024; Shao, 2025)

ด้วยเหตุนี้ ความสามารถเชิงนวัตกรรมจึงถือเป็นแกนหลักที่ช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่ความสำเร็จในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การสร้างความสามารถเชิงนวัตกรรมภายในองค์กรยังช่วยเสริมสร้างความยืดหยุ่นและการปรับตัวที่มีประสิทธิภาพในช่วงวิกฤตหรือการเปลี่ยนแปลงของตลาด. องค์กรที่สามารถมองเห็นโอกาสในทุกสถานการณ์และนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ที่ตรงกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป จะสามารถรักษาลูกค้าเดิมและขยายตลาดไปสู่กลุ่มใหม่ได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ การส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ในทุกระดับขององค์กร ยังทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สามารถนำไปสู่โอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพในการเติบโต (Allammari et al., 2024; Shao, 2025)

2.2.1 ความหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรม มีนักวิชาการและนักวิจัย ได้เสนอความหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรมทางองค์กรไว้หลากหลายและแตกต่างกันตามบริบทตามตารางที่ 2.6 ดังนี้

ตารางที่ 2.6 ความหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรม

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
ชนกชนม์ มีบุญกุล (2566)	ความสามารถในการเปลี่ยนจากความรู้หรือความคิดเป็นสิ่งใหม่และสามารถพัฒนาจากแนวคิดจนเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ออกขายสู่ตลาดได้
ศศิณีภา ศรีกัลยานิวัต (2565)	ความสามารถที่เป็นพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรนำความรู้ ความคิด ทักษะและประสบการณ์มาทำการสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ รวมทั้ง กระบวนการหรือแนวทางในการทำงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น
อภิสิทธิ์ ธรรมวิมุตติ และคณะ (2560)	การสร้างนวัตกรรมเกิดจากภาวะผู้นำของเจ้าของกิจการการร่วมมือร่วมใจของบุคคลในทุกระดับขององค์กร สภาพแวดล้อมในองค์กร การแลกเปลี่ยนความรู้วัฒนธรรมองค์กร การบริหารและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน
อนุวัต สงสม (2560)	การจะบรรลุตามเป้าหมายที่คาดหวังให้สำเร็จล่วงนั้น จำเป็นต้องเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ได้มาจากการรวบรวมแนวคิดทางด้านนวัตกรรมต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ อันนำมาซึ่งแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และกลยุทธ์ของกิจการ
ศุภกร ลิ้มคุณธรรม และคณะ (2559)	กระบวนการใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ทักษะ ประสบการณ์และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขั้นที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม
Shao (2025)	การพัฒนาและปรับใช้แนวคิดใหม่ ๆ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการสร้างสรรค์และปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

ตารางที่ 2.6 ความหมายของความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
Kuhn and Bhatiasavi (2024)	การผสมผสานระหว่างความสามารถในการสร้างความคิดใหม่และการปรับตัวอย่างรวดเร็วเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
Allammari et al. (2024)	การสร้างและนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ รวมถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีหรือบริการที่สามารถขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงและการเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูง
Kiliç (2022)	การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และบริการที่ตรงกับความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับกลยุทธ์การเติบโตในระยะยาว
Lam et al. (2021)	ความสามารถขององค์กรในการค้นหาและพัฒนาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ โดยการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในระยะยาว
Kahupi et al., (2020)	ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงในตลาด พร้อมการใช้กลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน
Bogers et al. (2019)	ความสามารถขององค์กรในการรวบรวมทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและปรับปรุงผลิตภัณฑ์กระบวนการหรือบริการใหม่ๆ โดยสามารถเพิ่มศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว
Ghasemzadeh et al. (2018)	ความสามารถขององค์กรในการปรับตัวและพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้
Calik et al. (2017)	ความสามารถขององค์กรในการสร้างและพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากตารางที่ 2.6 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability) หมายถึง การพัฒนานวัตกรรมในองค์กรที่เกิดจากการมีวัฒนธรรมผู้นำที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ในขณะการสร้างโครงสร้างที่ช่วยให้ปรับตัวและตอบสนองการเปลี่ยนแปลง การเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการปรับตัวต่อสถานะที่ไม่แน่นอน และการสร้างความร่วมมือที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการ โดยมีกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่เชื่อมโยงวิสัยทัศน์และการปรับกลยุทธ์อย่างสม่ำเสมอ (ศศิณีภา ศรีภักดานิวัต, 2565; Shao, 2025 Lam et al., 2021; Holtzman, 2014)

2.2.2 องค์ประกอบของความสามารถเชิงนวัตกรรม

ความสามารถเชิงนวัตกรรมขององค์กรประกอบด้วยหลายปัจจัยที่สำคัญ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือกระบวนการใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและเสริมความสามารถในการแข่งขันขององค์กร หนึ่งในองค์ประกอบหลักคือการใช้ทรัพยากรและความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Bogers et al., 2019) องค์กรต้องสามารถใช้ข้อมูลและความรู้ที่มีอยู่เพื่อสร้างนวัตกรรม ซึ่งสามารถพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและส่งเสริมความเติบโตในระยะยาว (Kılıç, 2022) นอกจากนี้ ภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และการสนับสนุนจากการบริหารงานก็เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมภายในองค์กร ผู้นำที่สามารถกระตุ้นให้พนักงานคิดสร้างสรรค์และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนความรู้จะช่วยให้องค์กรพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kuhn and Bhatiasavi, 2024) ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่นในสถานะที่ตลาดเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วก็เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่จะช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันในตลาดได้ในระยะยาว ซึ่งสามารถแสดงได้ดัง ตารางที่ 2.7 ดังนี้

ตารางที่ 2.7 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

ผู้วิจัย(ปี)	ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)								
	วัฒนธรรม ความเป็น ผู้นำแบบมี ส่วนร่วม	แนวคิดและ โครงสร้าง องค์กร	บรรยากาศใน การทำงาน และความ เป็นอยู่ที่ดี	การพัฒนา ความรู้	ความรู้จาก ภายนอก	การปรับตัว ภายใต้สภาวะ การ เปลี่ยนแปลง	กิจกรรม รายบุคคล	ความร่วมมือ	กลยุทธ์ด้าน นวัตกรรม
Lucas Silva									
Barreto et al. (2024)	-	✓	✓	✓	✓	✓	-	✓	✓
Moreira, A., Navaia et al. (2024)	✓	✓	✓	✓	-	✓	-	-	✓
Mendoza- Silva (2021)	✓	✓	✓	-	-	-	-	✓	-
Aljanabi (2020)	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	-	✓

ตารางที่ 2.7 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย(ปี)	ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)								
	วัฒนธรรม ความเป็น ผู้นำแบบ มีส่วนร่วม	แนวคิดและ โครงสร้าง องค์กร	บรรยากาศใน การทำงาน และความ เป็นอยู่ที่ดี	การพัฒนา ความรู้	ความรู้จาก ภายนอก	การปรับตัว ภายใต้สภาวะ การ เปลี่ยนแปลง	กิจกรรม รายบุคคล	ความร่วมมือ	กลยุทธ์ด้าน นวัตกรรม
Acosta-Prado et al. (2020)	-	-	-	-	✓	✓	-	-	✓
Silva and Cirani (2020)	✓	✓		✓	-	✓	-	✓	✓
Zhang and Merchant (2019)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Agyapong et al. (2018)	-	✓	-	✓	-	-	-	-	✓
Faisal Iddris (2016)	✓	-	✓	-	-	-	-	-	✓

ตารางที่ 2.7 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ผู้วิจัย(ปี)	ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)								
	วัฒนธรรม ความเป็น ผู้นำแบบ มีส่วนร่วม	แนวคิดและ โครงสร้าง องค์กร	บรรยากาศใน การทำงาน และความ เป็นอยู่ที่ดี	การพัฒนา ความรู้	ความรู้จาก ภายนอก	การปรับตัว ภายใต้สภาวะ การ เปลี่ยนแปลง	กิจกรรม รายบุคคล	ความร่วมมือ	กลยุทธ์ด้าน นวัตกรรม
Momeni, et al. (2015)	-	✓	-	-	-	-	✓	-	-
Holtzman (2014)	✓	-	✓	-	-	-	✓	✓	-
Börjesson, et al. (2014)	-	-	✓	✓	-	-	-	✓	-
Saenz, et al. (2014)	-	-	-	✓	✓	-	✓	✓	✓
Samson and Gloet (2014)	✓	-	-	-	-	-	-	-	✓
Pekkola et al. (2014)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	-	-

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรมเพื่อระบุดังประกอบ และตัวชี้วัดของความสามารถเชิงนวัตกรรม พบว่า มีการศึกษาบริบทขององค์กรที่แตกต่างกัน หลากหลายธุรกิจ ซึ่งการศึกษาส่วนมากเป็นการทบทวนวรรณกรรม และนักวิชาการได้ให้ความสำคัญในการศึกษา องค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันที่ หลากหลายมิติ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ดังนี้

ความสามารถเชิงนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิภาพในห่วงโซ่อุปทานและผลการดำเนินงานทางการตลาดขององค์กรในยุคปัจจุบัน โดยองค์กรที่มีศักยภาพด้านนวัตกรรมจะสามารถปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และเทคโนโลยีได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการนำแนวคิดด้านการจัดการและการตลาดแบบใหม่มาใช้ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม (Lucas Silva Barreto et al., 2024) นอกจากนี้ความสามารถในการบูรณาการทรัพยากรและการเป็นผู้นำในการริเริ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ยังสะท้อนถึงระดับกลยุทธ์ของความสามารถเชิงนวัตกรรมในองค์กรได้อย่างชัดเจน (Moreira et al., 2024) ซึ่งจากการศึกษาทบทวนวรรณกรรมเชิงระบบได้ชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบของความสามารถเชิงนวัตกรรมนั้นเกี่ยวข้องกับอย่างใกล้ชิดกับโครงสร้างองค์กรและทรัพยากรที่ใช้ในการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการแปลงความรู้ให้กลายเป็นทรัพย์สินขององค์กร การสร้างวัฒนธรรมสนับสนุนนวัตกรรม และการจัดสรรทรัพยากรให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านนวัตกรรม ตลอดจนความสามารถในการดูดซับและปรับใช้ข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าผ่านนวัตกรรมภายในองค์กร (Moreira et al., 2024) ในบริบทนี้ การจำแนกระดับความสามารถเชิงนวัตกรรมออกเป็นสามระดับ ได้แก่ ระดับการจัดการที่ครอบคลุมนโยบายและกลยุทธ์ ระดับภายในองค์กรที่เน้นทรัพยากรบุคคล โครงสร้าง และกระบวนการ รวมถึงระดับระหว่างองค์กรที่เน้นความร่วมมือและเครือข่ายนวัตกรรม ช่วยให้เห็นภาพความซับซ้อนและความต้องการการจัดการที่หลากหลายมิติ (Mendoza-Silva, 2021)

สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศต่าง ๆ พบว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายประการ เช่น วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง การเป็นผู้นำที่เปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ การจัดโครงสร้างองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งภายในและการแสวงหาความรู้จากภายนอก รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์นวัตกรรมที่ชัดเจน (Silva and Cirani, 2020; Acosta-Prado et al., 2020) ขณะเดียวกัน การศึกษาในบริบทธุรกิจจีนเน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในกิจกรรมสร้างสรรค์ การปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และการประเมินโอเดียใหม่จากลูกค้าและเครือข่ายภายนอก ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการเรียนรู้ร่วมกัน (co-creation) ที่ผลักดันให้นวัตกรรมเกิดขึ้นจริง (Zhang and Merchant, 2019) ในธุรกิจบริการ เช่น โรงแรมที่ประเทศกานา ความสามารถเชิงนวัตกรรมยังรวมถึงความสามารถในการสนับสนุนและนำแนวคิดใหม่ไปปฏิบัติจริง การวิเคราะห์และปรับกระบวนการให้เหมาะสมกับบริบท ตลอดจนการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยืดหยุ่น (Agyapong et al., 2018)

นอกจากนี้ ด้านการจัดการความรู้และวัฒนธรรมองค์กร งานวิจัยในประเทศสวีเดนพบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมสัมพันธ์กับการจัดการความรู้ วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้ ภาวะผู้นำที่เปิดรับแนวคิดใหม่ และการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ (Faisal Idris, 2016) ส่วนงานวิจัยเชิงคุณภาพในภาคบริการยังแบ่งความสามารถเชิงนวัตกรรมออกเป็นสามมิติหลัก ได้แก่ โครงสร้างองค์กร บุคคล และการดำเนินงาน ซึ่งรวมถึงความยืดหยุ่น ความคิดสร้างสรรค์ และการจัดการกระบวนการนวัตกรรม (Momeni et al., 2015) ลักษณะเดียวกัน งานวิจัยในธุรกิจผลิตภัณฑ์ในประเทศออสเตรเลียเน้นย้ำความสำคัญของกลยุทธ์นวัตกรรม การบริหารจัดการกระบวนการนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ รวมถึงการส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนแนวคิดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง (Samson and Gloet, 2014) ขณะที่งานวิจัยในบริษัทซอฟต์แวร์ในอูรุกวัยเน้นความสัมพันธ์กับตัวแทนภายนอก การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการสร้างเครือข่ายนวัตกรรมเชิงลึก เพื่อยกระดับประสิทธิภาพของระบบนวัตกรรมในระดับองค์กรและอุตสาหกรรม (Saenz and Pérez-Bouvier, 2014) ในขณะที่การวิจัยในฟินแลนด์เน้นมิติทุนทางปัญญาและการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยวัฒนธรรมผู้นำแบบมีส่วนร่วม การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ โครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น และการพัฒนาองค์ความรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของความสามารถเชิงนวัตกรรม (Pekkola et al., 2014) ดังนั้น การพัฒนาความสามารถเชิงนวัตกรรมควรเป็นไปอย่างเป็นระบบ โดยสร้างพอร์ตโฟลิโอของความสามารถที่ครอบคลุมทั้งความสัมพันธ์ภายในองค์กร การประสานงานทีม และการขยายความสามารถใหม่ ๆ ผ่านความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ (Holtzman, 2014) รวมทั้งบทบาทของผู้นำระดับสูง ความคิดสร้างสรรค์ และการเรียนรู้จากการทดลองจริง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญสำหรับนวัตกรรมในระยะยาว (Börjesson et al., 2014)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำเกณฑ์การเลือกตัวชี้วัดตามแนวทางของ Saunila and Ukko (2014) ได้ทำการศึกษาค้นคว้าผลความสามารถเชิงนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นแนวทางที่คล้ายเคียงกับงานวิจัยที่ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ดังนั้นการศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้อองค์ประกอบความสามารถเชิงนวัตกรรมของ ศศินิภา ศรีกัลยานิวัต (2565) ที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของความสามารถเชิงนวัตกรรมทางธุรกิจได้ 9 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

2.2.3 การวัดความสามารถเชิงนวัตกรรม

การศึกษานี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดองค์ประกอบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของความสามารถเชิงนวัตกรรมทางธุรกิจได้ 9 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership Culture) หมายถึง การส่งเสริมการสร้างสรรคนวัตกรรมในองค์กร โดยสนับสนุนการสื่อสารและความร่วมมือ การมีค่านิยมที่เปิดกว้างต่อความเสี่ยงช่วยให้พนักงานกล้าเสนอความคิดใหม่ ๆ ขณะเดียวกัน ผู้บริหารต้องมีบทบาทในการจูงใจและสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทดลอง เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนในองค์กร

2) แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (Ideation and Organizing Structures) หมายถึง การพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยองค์กรที่มีโครงสร้างที่เหมาะสมจะสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้ดี ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนและความสำเร็จ โครงสร้างองค์กรที่ดีช่วยให้การจัดทีมและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น และตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว

3) บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work environment and Wellbeing) หมายถึง การเสริมสร้างนวัตกรรมและประสิทธิภาพในองค์กร โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือบรรยากาศนวัตกรรมและการร่วมมือกัน ซึ่งสนับสนุนการเปิดกว้างในการสื่อสารและความน่าเชื่อถือ การมีส่วนร่วมของพนักงานและการจัดให้มีทรัพยากรที่เหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงาน

4) การพัฒนาความรู้ (Know Development) หมายถึง การเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อเสริมสร้างทักษะและความสามารถของพนักงานในการสร้างนวัตกรรมใหม่ การพัฒนานี้รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง และตอบสนองความต้องการของตลาด การลงทุนในความรู้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์กรเติบโตและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge) หมายถึง การพัฒนาองค์กรด้านนวัตกรรม โดยพนักงานสามารถแสวงหาความรู้จากพันธมิตร คู่แข่ง และลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงกระบวนการและผลิตภัณฑ์ การถ่ายโอนความรู้ภายในองค์กรระหว่างพนักงานทั้งเก่าและใหม่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและประสิทธิภาพ การรักษาความรู้ที่มีค่าช่วยป้องกันการสูญหายของข้อมูลสำคัญ

6) การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง (Adaptability Under Uncertainty Situation) หมายถึง การเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตช่วยพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ โดยการสร้างความสามารถเชิงนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อปรับปรุงระบบและผลิตภัณฑ์ การเปิดรับความคิดเห็นและเรียนรู้จากความผิดพลาดช่วยให้องค์กรเติบโตและพัฒนาต่อไป ซึ่งการปรับตัวที่มีประสิทธิภาพทำให้องค์กรมีความยืดหยุ่นและสามารถแข่งขันได้ในตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

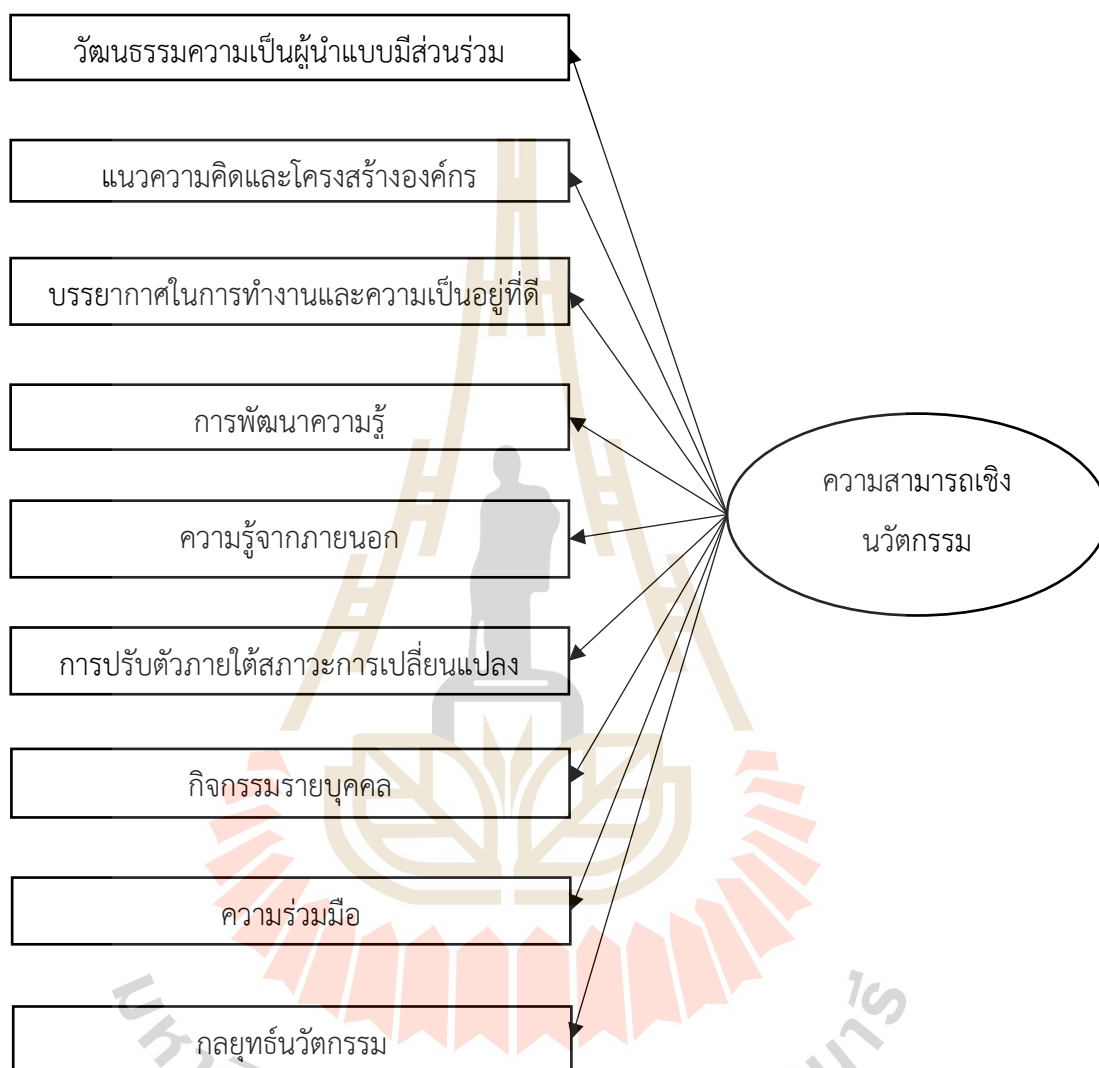
7) กิจกรรมรายบุคคล (Individual Activity) หมายถึง การมุ่งเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมและแรงจูงใจของพนักงาน จากการมอบอำนาจและความรับผิดชอบช่วยให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่า สร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและเรียนรู้ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กร

8) ความร่วมมือ (Collaboration) หมายถึง การสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันระหว่างพันธมิตรมีบทบาทสำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับองค์กร โดยการแบ่งปันกระบวนการและความรู้ภายในองค์กร รวมถึงการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ จะช่วยส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยยังเสริมสร้างความรู้ใหม่ ๆ ขณะที่การวางแผนร่วมกับที่ปรึกษาช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด ทำให้สามารถประสบความสำเร็จในระยะยาว

9) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy) หมายถึง การความเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาองค์กร วิสัยทัศน์ชัดเจนช่วยให้ทุกคนมีทิศทางเดียวกัน ขณะที่กลยุทธ์สร้างกรอบและแนวทางการทำงานที่สามารถปรับตัวตามสถานการณ์ การปรับกลยุทธ์นวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอช่วยให้องค์กรตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และการสื่อสารที่ดีรวมถึงการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การสร้างนวัตกรรมประสบความสำเร็จ



ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรมผู้วิจัยจึงสรุปองค์ประกอบและตัวชี้วัดของความสามารถเชิงนวัตกรรมสามารถสรุปได้ ดังแสดงในรูปที่ 2.1



รูปที่ 2.1 องค์ประกอบของการสร้างความสามารถเชิงนวัตกรรม

(ศศิณีภา ศรีกัลยานินาถ, 2565; Saunila, and Ukko 2014)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ของความสามารถเชิงนวัตกรรม

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์และทบทวนวรรณกรรม เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาและการกำหนดสมมติฐานการวิจัย

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญมีองค์ประกอบ ดังนี้ วัฒนธรรมการเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participatory Leadership Culture) แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (Ideation and Organizing Structures) บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work Environment and Well-being) การพัฒนาความรู้ (Knowledge Development) ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge) การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง (Adaptability Under Uncertainty Situation) กิจกรรมส่วนบุคคล (Individual Activity) ความร่วมมือ (Collaboration) และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy) ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร ปัจจัยเหล่านี้ช่วยผลักดันให้ความสามารถขององค์กรสูงขึ้นและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดี

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การบริหารจัดการองค์กรในยุคที่ธุรกิจเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความสามารถขององค์กรในการดำเนินธุรกิจที่สามารถแสดงผลการดำเนินงานเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดเดียวกัน โดยสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้มากกว่า หรือมีข้อเสนอที่แตกต่างและน่าสนใจกว่าคู่แข่งอย่างชัดเจน (Kahupi et al., 2020) โดยองค์กรสามารถใช้ทรัพยากรหรือความสามารถเฉพาะที่ไม่สามารถถูกเลียนแบบได้ง่ายเพื่อให้บริการลูกค้าได้ดีกว่า หรือมีต้นทุนต่ำกว่า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เกิดมูลค่าในตลาดที่ยากที่จะจับคู่ได้จากคู่แข่ง ด้วยการมีกลยุทธ์ที่มีความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในลักษณะที่ดีกว่า คู่แข่งจะไม่สามารถนำมาใช้หรือทำได้ง่าย (Bogers et al., 2019) ความได้เปรียบทางการแข่งขันนี้สามารถสร้างและรักษาได้เมื่อองค์กรใช้เทคโนโลยีหรือกระบวนการที่เป็นเอกลักษณ์และยากที่จะลอกเลียนแบบได้ ดังนั้น องค์กรที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถใช้ทรัพยากรภายในองค์กรได้อย่างเต็มที่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้า ซึ่งสามารถทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจและภักดีในสินค้าหรือบริการขององค์กร (Hitt et al., 2019) นอกจากนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขันยังช่วยให้องค์กรสามารถสร้างประสิทธิภาพและเพิ่มความสามารถในการทำกำไร เมื่อองค์กรมีกลยุทธ์ที่มีความชัดเจนและมุ่งมั่นในการสร้างคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน องค์กรจะสามารถสร้างความได้เปรียบในตลาดที่มีการแข่งขันสูงและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Bogers et al., 2019; Amit and Zott, 2020)

การมีความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ใช่เรื่องที่จะเกิดขึ้นทันที แต่ต้องใช้เวลาในการสร้าง และการปรับปรุงองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีการแข่งขันสูง (Bogers et al., 2019) นอกจากนี้ องค์กรยังต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพในการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน สิ่งนี้จะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า และได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Schermerhorn et al., 2014) สุดท้ายนี้ การที่องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ขึ้นอยู่กับการพัฒนาและการปรับตัวขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยี กระบวนการบริหารจัดการ หรือแม้กระทั่งวิธีการที่องค์กรสามารถเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรของตนเองให้ดียิ่งขึ้น (Agustian et al., 2023) ด้วยการรักษาความสามารถเฉพาะตัวที่ไม่สามารถถูกเลียนแบบได้ง่าย องค์กรจึงสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนได้

2.3.1 ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า มีนักวิชาการ นักวิจัย ได้เสนอความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจไว้หลากหลายและแตกต่างกันตามบริบท ตามตารางที่ 2.8 ดังนี้

ตารางที่ 2.8 แสดงความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
กิริติพงษ์ ปัญญาเรือง (2559)	ความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กรหนึ่งในการดำเนินกลยุทธ์วิธีต่าง ๆ เพื่อเสนอขายสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น มีคุณค่าประสิทธิภาพสูงเหนือกว่าคู่แข่ง โดยอยู่บนพื้นฐานการสร้าง ความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า
Yoo et al. (2024)	การคิดเชิงระบบช่วยให้องค์กรวิเคราะห์ตลาดและพัฒนากลยุทธ์ที่ตอบโจทย์คู่แข่ง
de Souza et al. (2024)	การส่งเสริมนวัตกรรมที่ยั่งยืนในตลาดผ่านธุรกิจใหม่และการตอบโจทย์ผู้บริโภค

ตารางที่ 2.8 แสดงความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ)

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
Rahmania (2024)	การวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ดีช่วยให้องค์กรจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืน
Adriano Martins de Souza. (2023)	การพัฒนานวัตกรรมที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมช่วยเพิ่มผลผลิตและสร้างความได้เปรียบในตลาด
Dess et al. (2023)	การจัดการทรัพยากรและนวัตกรรมอย่างเหมาะสมสามารถสร้างความได้เปรียบที่ยั่งยืนในตลาด
Tarba et al. (2023)	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยสร้างความได้เปรียบผ่านการตอบสนองที่รวดเร็วและความแตกต่างในตลาด
Kahupi et al. (2020)	การวางตำแหน่งในตลาดและการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งเป็นหัวใจของความได้เปรียบทางการแข่งขัน
Grant (2018)	การปรับตัวขององค์กรเข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน
Lee and Yoo (2019)	ความสามารถที่ได้รับจากคุณสมบัติและทรัพยากรในการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมหรือตลาดเดียวกัน
Nkuda (2017)	การใช้ปัญญาประดิษฐ์ พัฒนากลยุทธ์เฉพาะกลุ่มเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น

จากตารางที่ 2.8 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึงความสามารถขององค์กรในการสร้างและรักษาความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง โดยการมุ่งเน้นไปที่การเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง พร้อมกับการบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ จึงสามารถเสนอราคาที่แข่งขันได้ และการสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ ด้วยการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีเอกลักษณ์ พร้อมทั้งนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจและความภักดีจากลูกค้า (de Souza et al., 2024; Adriano Martins de Souza, 2023; Tarba et al., 2023)

2.3.2 องค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและเติบโตได้ในสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง องค์ประกอบที่สำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขันประกอบด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยี นวัตกรรม และบุคลากรที่มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น (Grant, 2018) ซึ่งการสร้างแตกต่างจากคู่แข่งโดยการพัฒนานวัตกรรมและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ องค์กรที่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่างและมีคุณค่าให้กับลูกค้าจะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาวได้ (Tarba et al., 2023; Dess et al., 2023; Kahupi et al., 2020) การใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ จะช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และลดต้นทุนได้ โดยเฉพาะในด้านการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนากระบวนการผลิต การบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และการให้บริการลูกค้า ซึ่งการใช้เทคโนโลยีและการจัดการที่มีประสิทธิภาพสามารถทำให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้เร็วขึ้น และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่มีความไม่แน่นอน (Rahmania, 2024; Dess et al., 2023; de Souza, Puglieri, and de Francisco, 2024)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวและความยืดหยุ่นในการใช้กลยุทธ์ทางการแข่งขันเป็นสิ่งจำเป็น องค์กรที่สามารถปรับกลยุทธ์ตามความต้องการของตลาดและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปจะสามารถรักษาความได้เปรียบได้ ดังนั้น การจัดการทรัพยากรและการพัฒนาความสามารถของบุคลากรให้มีทักษะในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจะช่วยให้องค์กรสามารถรักษาผลประโยชน์ทางการแข่งขันในระยะยาวได้ (Dess et al., 2023; Grant, 2018) อีกทั้ง การสร้างนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและการบริการลูกค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน นวัตกรรมที่มีคุณค่าและตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้องค์กรสามารถรักษารฐานลูกค้าเดิม และขยายตลาดใหม่ได้ ซึ่งการใช้กลยุทธ์ที่ยั่งยืนในกระบวนการผลิต และการสร้างความแตกต่างในตลาดจะช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว (Sun et al., 2022; Shehadeh et al., 2023; Distanont, 2018)

จากการศึกษาวิจัยที่ผ่านมา พบว่า องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสิ่งที่สำคัญคือการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและการพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงของลูกค้า (Yoo et al., 2024) ความสามารถในการปรับตัวและการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานยังเป็นปัจจัยที่ช่วยให้การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีประสิทธิภาพสูงสุด (Yoo et al., 2024) การมุ่งเน้นที่การพัฒนา

อย่างยั่งยืนจะทำให้ธุรกิจสามารถดึงดูดลูกค้าและนักลงทุนในระยะยาวและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ (Shehadeh et al., 2023) ด้วยเหตุผลนี้ การใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถช่วยให้องค์กรไม่เพียงแต่รักษาความได้เปรียบได้ในปัจจุบัน แต่ยังสามารถเติบโตและพัฒนาในตลาดได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว (de Souza et al., 2024) การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่องค์กรต้องให้ความสำคัญและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยการพัฒนาและปรับปรุงการใช้ทรัพยากร นวัตกรรม และการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ (Rahmania, 2024)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะเห็นได้ว่า นักวิชาการได้กำหนดองค์ประกอบและตัวชี้วัดของความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้หลากหลาย ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถแสดงได้ ตามตารางที่ 2.9 ดังนี้



ตารางที่ 2.9 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผู้วิจัย(ปี)	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)						
	ด้านคุณภาพ	ด้านต้นทุน	ด้านความแตกต่าง	ด้านความน่าเชื่อถือ	ด้านราคา	ด้านการมุ่งเน้น	ด้านความยืดหยุ่น
Farida and Setiawan (2022)	✓	-	-	-	✓	-	-
Rua and Santos (2022)	✓	-	✓	-	-	-	-
Clauß. et al. (2021)	✓	-	-	-	-	-	-
Ferreira, J. et al. (2021)	✓	✓	-	✓	-	-	-
Karbassi Yazdi et al. (2021)	✓	✓	-	-	-	-	✓
Wardana and Darma (2020)	-	✓	✓	-	-	✓	-

ตารางที่ 2.9 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ)

ผู้วิจัย(ปี)	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)						
	ด้านคุณภาพ	ด้านต้นทุน	ด้านความแตกต่าง	ด้านความน่าเชื่อถือ	ด้านราคา	ด้านการมุ่งเน้น	ด้านความยืดหยุ่น
Sachitra and Chong (2018)	✓	-	-	✓	✓	-	-
Ratnawati et al. (2018)	✓	-	-	✓	✓	-	-
Rua, O. et al. (2018)	-	✓	✓	✓	-	-	✓
NGUYEN, Hoan et al. (2021)	✓	-	-	-	✓	-	-
Kuo, S.-Y. et al. (2017)	-	✓	✓	-	-	-	-
Kamukama et al. (2017)	-	✓	✓	-	-	✓	-

ตารางที่ 2.9 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ)

ผู้วิจัย(ปี)	ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)						
	ด้านคุณภาพ	ด้านต้นทุน	ด้านความแตกต่าง	ด้านความน่าเชื่อถือ	ด้านราคา	ด้านการมุ่งเน้น	ด้านความยืดหยุ่น
Wijetunge, W. (2016)	✓	✓	-	✓	✓	-	-
Saeidi, S. P. et al. (2015)	✓	-	✓	-	-	-	-
Prakash, G. (2014)	✓	-	-	-	-	-	✓



จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อระบุองค์ประกอบและตัวชี้วัดของความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า มีการศึกษาบริบทขององค์กรที่แตกต่างกันหลากหลายธุรกิจ และนักวิชาการได้ให้ความสำคัญในการศึกษา องค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันที่หลากหลายมิติ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันผู้วิจัยจึงได้นำเกณฑ์การเลือกตัวชี้วัดตามแนวทางของ Brown (2009) ดังนี้

องค์กรที่มีความสามารถในการพัฒนาและใช้กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม คุณภาพ ราคา ความน่าเชื่อถือในการจัดส่ง และความรวดเร็วในการออกสู่ตลาด สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Farida and Setiawan, 2022) นอกจากนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันยังขึ้นอยู่กับคุณภาพสินค้า การสร้างความแตกต่าง และความสามารถเชิงนวัตกรรม พร้อมทั้งการวางตำแหน่งทางการตลาดและการมุ่งเน้นลูกค้าเป็นกลไกสำคัญในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง (Rua and Santos, 2022) ในขณะเดียวกัน งานวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งพบว่า ความสามารถในการจัดการแบบยืดหยุ่น และการบริหารทรัพยากรเชิงสำรวจและใช้ประโยชน์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะด้านนวัตกรรม คุณภาพ เทคโนโลยี ชื่อเสียง บริการ ความสำเร็จทางการเงิน และส่วนแบ่งทางการตลาด (Clauß et al., 2021) ยิ่งไปกว่านั้น ความสามารถในการลดต้นทุน การส่งมอบที่เชื่อถือได้ และการรักษาคุณภาพสินค้า เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีนวัตกรรมเป็นตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างความสามารถพลวัตกับผลการดำเนินงานขององค์กร (Ferreira et al., 2021) ในขณะเดียวกัน ปัจจัยอย่างต้นทุน คุณภาพ ความยืดหยุ่น ความน่าเชื่อถือ และความพึงพอใจลูกค้า ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประเมินความสำเร็จในบริบทเฉพาะธุรกิจเภสัชกรรม (Karbassi Yazdi et al., 2021) นอกจากนั้น กลยุทธ์ผู้นำต้นทุน ความแตกต่าง และการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม ช่วยรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะการจัดการห่วงโซ่อุปทานและฐานลูกค้าเฉพาะ (Wardana and Darma, 2020) สำหรับความได้เปรียบทางการแข่งขันในฟาร์มพืชผลส่งออก ยังขึ้นอยู่กับราคา คุณภาพ ความน่าเชื่อถือในการส่งมอบ และการแสวงหาโอกาสใหม่เพื่อสร้างคุณค่าในตลาดส่งออก (Sachitra and Chong, 2018)

กลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความสามารถด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ร่วมกับราคาที่เหมาะสม คุณภาพ และความน่าเชื่อถือ ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Ratnawati et al., 2018) อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการสร้างความแตกต่างและผู้นำต้นทุน เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมผลการดำเนินงาน โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันทำหน้าที่เป็นตัวกลางในกลไกดังกล่าว (Rua et al., 2018) ในขอบเขตของ อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ ความสามารถในการให้บริการเหนือกว่าสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และควบคุมต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลโดยตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Kuo et al., 2017) ขณะที่ ภาคบริการทางการเงิน ความสามารถของผู้บริหารในการ

มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม รักษาความแตกต่าง และควบคุมต้นทุนได้ดี เสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Kamukama et al., 2017) ในภาพรวม ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีหลายมิติ เช่น ภูมิศาสตร์ แรงงาน สินค้าและคุณภาพ ราคา นวัตกรรม ชื่อเสียง และส่วนแบ่งตลาด (Nguyen et al., 2021) นอกจากนี้ คุณภาพสินค้า ราคาที่แข่งขันได้ ความน่าเชื่อถือ และการส่งมอบตรงเวลา รวมถึงความสามารถในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Wijetunge, 2016) ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม งานวิจัยพบว่าปัจจัยนี้ส่งผลผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันไปยังผลการดำเนินงาน โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คุณภาพสินค้า ภาพลักษณ์องค์กร ตำแหน่งทางการตลาด ความแตกต่าง ความเป็นผู้นำ และการเติบโตในตลาด (Saeidi et al., 2015) สุดท้ายนี้ คุณภาพ การตอบสนอง รวดเร็ว และความยืดหยุ่นในกระบวนการจัดการภายใน ถือเป็นแกนหลักของความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในระบบซัพพลายเชนที่ต้องปรับตัวต่อความต้องการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง (Prakash, 2014)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำเกณฑ์การเลือกตัวชี้วัดนั้นต้องสามารถอธิบายถึงความหมายและมีความเฉพาะเจาะจงที่สามารถอธิบายถึงลักษณะปรากฏการณ์ได้อย่างชัดเจน โดยมีการพิจารณาถึงสถิติการใช้ตัวชี้วัดของตัวแปรในงานวิจัยที่ผ่านมา ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ 3 องค์ประกอบ คือ 1) ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality Advantage) 2) ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost Advantage) 3) ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation Advantage)

2.3.3 การวัดความได้เปรียบทางการแข่งขัน

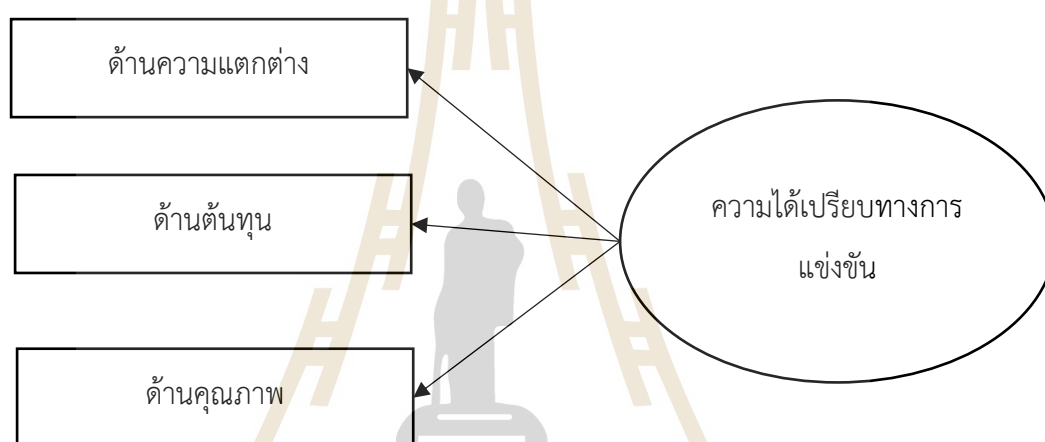
การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดองค์ประกอบของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจได้ 3 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1) ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality Advantage) หมายถึง การเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงและน่าเชื่อถือ ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง โดยการมุ่งเน้นที่คุณภาพช่วยสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า ลดการคืนสินค้าและการร้องเรียน และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

2) ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost Advantage) หมายถึง การบริหารจัดการต้นทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพสามารถลดค่าใช้จ่ายและเสนอราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งได้ โดยมุ่งเน้นการลดต้นทุนการผลิตและการดำเนินงาน แทนที่จะเพิ่มราคาขาย การลดต้นทุนช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดและกำไร แม้จะขายสินค้าหรือบริการได้น้อยกว่าคู่แข่ง

3) ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation Advantage) หมายถึง การสร้างความแตกต่างในด้านการบริการขององค์กร ด้วยการเสนอคุณภาพสูงและเอกลักษณ์ของการบริการ การให้บริการเสริมหลังการขายที่ดี การนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ และการวิจัยพัฒนาสินค้าหรือบริการอย่างต่อเนื่อง สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความประทับใจและดึงดูดลูกค้าเสริมสร้างความภักดีและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบทางการแข่งขันผู้วิจัยจึงสรุปองค์ประกอบและตัวชี้วัดของความได้เปรียบทางการแข่งขันสามารถสรุปได้ ดังแสดงรูปที่ 2.2



รูปที่ 2.2 องค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

(Brown, 2009; ภัทรสุตา กันใจแก้ว, 2566; Ferreira, J. et al. 2021)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากความสามารถเชิงนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปสู่การทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบด้วย ด้านความแตกต่าง ด้านต้นทุน ด้านคุณภาพ ซึ่งประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

2.3.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความสามารถเชิงนวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนความสำเร็จขององค์กร โดยการพัฒนาและนำแนวคิด กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ หรือบริการใหม่ ๆ มาใช้ทำให้องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น (Çelik & Uzunçarşılı, 2023) การสร้างนวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน แต่ยังเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบในตลาดที่มีการแข่งขันสูงได้ (Distanont, 2018) การพัฒนา

นวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาดได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (Chen, Xie, & Zhou, 2024) โดยการปรับปรุงเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการพัฒนากระบวนการภายในองค์กรอย่างต่อเนื่องช่วยให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและตลาดที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Almousavi & Ismael, 2023)

นอกจากนั้น การสร้างนวัตกรรมยังช่วยให้บริษัทสามารถบรรลุเป้าหมายทางกลยุทธ์ได้ดีขึ้น และขยายตัวในตลาดที่มีการแข่งขันสูง (Pasaribu et al., 2025) การพัฒนาเทคโนโลยีและการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว (Hamdouna and Khmelyarchuk, 2025) การส่งเสริมวัฒนธรรมการนวัตกรรมภายในองค์กรยังช่วยให้ทุกส่วนขององค์กรสามารถร่วมมือกันสร้างมูลค่าและความแตกต่างที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในระยะยาว (Ferreira et al., 2021) ยิ่งไปกว่านั้น การลงทุนในนวัตกรรมยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้องค์กรสามารถรักษาความภักดีของลูกค้าและตอบสนองต่อความคาดหวังได้ดียิ่งขึ้น (Garrido-Moreno et al., 2024) จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าองค์กรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมระดับสูงจะส่งผลทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ความสามารถเชิงนวัตกรรมส่งผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังแสดงรูปที่ 2.3



รูปที่ 2.3 ผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

การประเมินผลการทำงานขององค์กรเพื่อวัดความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้ง โดยสามารถวัดจากหลายมิติ เช่น การเติบโตของรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในองค์กร (Garrido-Moreno et al., 2024) การประเมินผลการดำเนินงานมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะมันช่วยให้องค์กรสามารถระบุได้ว่ากลยุทธ์ที่ใช้ได้ผลหรือไม่ และช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับทิศทางในอนาคต (Arabeche et al., 2022) ซึ่งในปัจจุบัน ผลการดำเนินงานไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การประเมินทางการเงินเท่านั้น แต่ยังรวมถึง การพิจารณาความยั่งยืน การสร้างนวัตกรรม และความสามารถในการปรับตัวขององค์กรต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในตลาด (Maharani et al., 2024) การใช้ข้อมูลจากการวัดผลการดำเนินงานที่มีความหลากหลายช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น นักวิจัยเชื่อว่าผลการดำเนินงานขององค์กรไม่ควรวัดแค่จากผลลัพธ์ในเชิงปริมาณเท่านั้น แต่ควรพิจารณาถึงกระบวนการที่องค์กรใช้ในการบรรลุผลลัพธ์เหล่านั้น เช่น การพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ ๆ การลงทุนในเทคโนโลยีที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ หรือการบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่น (Shivhare and Shunmugasundaram, 2024)

อย่างไรก็ตาม องค์กรไม่เพียงแต่สามารถแข่งขันในตลาดที่มีความท้าทายสูง แต่ยังสามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การมีผลการดำเนินงานที่ดีจึงไม่เพียงแต่หมายถึงการบรรลุเป้าหมายในระยะสั้น แต่ยังสะท้อนถึงความยั่งยืนในการเติบโตในระยะยาว และการสามารถปรับกลยุทธ์ตามความจำเป็นในแต่ละช่วงเวลา (Maharani et al., 2024; Garrido-Moreno et al., 2024) นอกจากนี้ องค์กรที่สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการก็จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ความสามารถในการพัฒนานวัตกรรมและการปรับปรุงกระบวนการทำงานจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน (Arabeche et al., 2022) ด้วยเหตุผลนี้ การวัดผลการดำเนินงานจึงควรเป็นกระบวนการที่ใช้ข้อมูลอย่างมีวิจารณญาณ และนำไปสู่การตัดสินใจที่ช่วยให้องค์กรพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้องและเหมาะสมที่สุดกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน ดังนั้น การสร้างและรักษาผลการดำเนินงานที่ดีเป็น การท้าทายที่องค์กรทุกแห่งต้องรับมือ เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันที่สูงขึ้นได้จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กร (Shivhare and Shunmugasundaram, 2024)

2.4.1 ความหมายของผลการดำเนินงานขององค์กร มีนักวิชาการศึกษาที่ให้ความหมายของผลการดำเนินงานขององค์กรไว้หลากหลาย ตามตารางที่ 2.10 ดังนี้

ตารางที่ 2.10 ความหมายของผลการดำเนินงานขององค์กร

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
Aljehani, and Aloufi, (2024)	องค์กรสามารถวัดได้จากความสามารถในการบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ความพึงพอใจของลูกค้า และการปรับปรุงกระบวนการเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ
Garrido-Moreno et al. (2024)	การวัดความสามารถขององค์กรในการบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ยังต้องพิจารณาความยั่งยืนในระยะยาว และความสามารถในการแข่งขัน
Singh et al. (2024)	การประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรไม่ได้เป็นแค่การวัดผลลัพธ์ของการทำงาน แต่ยังรวมถึงการพัฒนาในกระบวนการที่สามารถช่วยให้องค์กรตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้มีส่วนได้เสียได้ดีขึ้น
Maharani et al. (2024)	การที่องค์กรสามารถปรับตัว นวัตกรรม และเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งการวัดผลการดำเนินงานต้องพิจารณาทั้งผลทางการเงินและการนำเทคโนโลยีและกระบวนการที่มีประสิทธิภาพมาปรับใช้ในระยะยาว
Maley et al. (2024)	ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพและการใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทั้งในด้านการเงินและการพัฒนาองค์กรในเชิงนวัตกรรม
Almousavi and Ismael (2023)	การประเมินทางการเงิน แต่ยังคงพิจารณาถึงการพัฒนานวัตกรรมและกระบวนการที่สามารถช่วยให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืนและสามารถปรับตัวได้ในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
Sharma et al. (2023)	การรวมตัวของประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร การสร้างผลลัพธ์ที่มีค่าในระยะยาว และการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย ไม่ว่าจะเป็นลูกค้า พนักงาน หรือผู้ลงทุน การประเมินผลการดำเนินงานจึงต้องพิจารณาทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ

ตารางที่ 2.10 ความหมายของผลการดำเนินงานขององค์กร (ต่อ)

นักวิชาการและนักวิจัย	ความหมาย
Arabeche et al. 2022	การวัดผลการดำเนินงานเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเข้าใจความสำเร็จขององค์กร โดยไม่เพียงแค่พิจารณาผลลัพธ์ทางการเงิน แต่ยังรวมถึงนวัตกรรม การพัฒนาและประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในองค์กร ตลอดจนความสามารถในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ
Shivhare and Shunmugasundaram, (2024)	ผลลัพธ์ที่เกิดจากการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในกระบวนการผลิตภัณฑ์และบริการ การสร้างนวัตกรรมและความยืดหยุ่นมีบทบาทสำคัญในการบรรลุผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในสถานะธุรกิจที่มีความท้าทาย
Alrowwad et al. (2020)	ความสามารถขององค์กรในการเข้าถึงและจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์

จากตารางที่ 2.10 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร หมายถึง ความสำเร็จขององค์กรเกิดจากการพัฒนาระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้และกำไรจากการขายสินค้าและบริการ รวมถึงการตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในด้านคุณภาพและการบริการ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการปรับปรุงระบบสารสนเทศช่วยให้ธุรกิจเติบโตและสามารถปรับตัวได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ การมอบหมายงานและการฝึกอบรมพนักงานยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและรักษาลูกค้าได้ (Garrido-Moreno et al., 2024; Sharma et al., 2023; Almousavi and Ismael, 2023)

2.4.2 องค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กร

ผลการดำเนินงานขององค์กรประกอบด้วยหลายองค์ประกอบที่ช่วยให้สามารถประเมินความสำเร็จได้อย่างครอบคลุม โดยแต่ละองค์ประกอบจะเน้นในแง่มุมที่ต่างกันเพื่อให้ได้ภาพรวมที่ชัดเจน หนึ่งในองค์ประกอบหลักที่สำคัญในการวัดผลการดำเนินงานคือการใช้ทรัพยากรขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดีสามารถช่วยลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตได้ (Peña and Caruajulca, 2024) องค์กรที่สามารถจัดการทรัพยากรได้ดีจะมีความสามารถในการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีคุณภาพ ซึ่งอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญคือการสร้างนวัตกรรม ถือเป็นปัจจัยที่ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตและความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร องค์กรที่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ หรือปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันใน

ตลาดที่มีความท้าทายสูง (Bogers et al., 2019) นอกจากนี้ นวัตกรรมยังช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในความต้องการของลูกค้าและตลาดได้อย่างรวดเร็ว

การพัฒนากระบวนการทำงานและการปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในองค์กรก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ การปรับปรุงกระบวนการและการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยจะช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงขึ้น ซึ่งส่งผลให้ลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตในระยะยาว (Yang et al., 2024) ดังนั้น กระบวนการที่มีประสิทธิภาพยังช่วยให้สามารถปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้โดยไม่สูญเสียประสิทธิภาพในการทำงาน นอกจากนี้ ความสามารถในการปรับตัวขององค์กรต่อสภาพแวดล้อมภายนอกก็เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการประเมินผลการดำเนินงาน โดยการที่องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์และนโยบายให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในตลาดหรือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทำให้สามารถรักษาความยั่งยืนในระยะยาวได้ (Barney and Hesterly, 2018) การที่องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแบบที่มีประสิทธิภาพทำให้องค์กรสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จในระยะยาว นอกจากนี้ องค์ประกอบที่ต้องพิจารณาคือการประเมินผลทางการเงินซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการวัดความสำเร็จขององค์กร โดยการประเมินในด้านนี้ไม่เพียงแต่ดูจากผลกำไรหรือรายได้ที่เกิดขึ้น แต่ยังต้องพิจารณาถึงการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า (Allammari et al., 2024)

การบริหารจัดการการเงินที่มีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถมีกระแสเงินสดที่ดีและสามารถลงทุนในการพัฒนาองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง ด้วยเหตุผลนี้ ผลการดำเนินงานที่ดีต้องสะท้อนถึงการบรรลุเป้าหมายในทุกด้าน ทั้งในด้านการเงิน การพัฒนาองค์กร และการเติบโตในตลาดที่มีการแข่งขันสูง โดยองค์กรที่สามารถบรรลุเป้าหมายเหล่านี้ได้จะมีผลการดำเนินงานที่ดีและยั่งยืน (Kahupi et al., 2020) องค์กรที่สามารถสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการก็จะสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ในระยะยาว จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กรจะเห็นได้ว่า นักวิชาการได้กำหนดองค์ประกอบและตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานขององค์กรไว้หลากหลาย ผู้วิจัย จึงได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กรสามารถสรุปได้ ตามตารางที่ 2.11 ดังนี้

ตารางที่ 2.11 แสดงการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กร

ผู้วิจัย(ปี)	ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance)			
	ด้านการเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการภายใน	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต
บุญทริกา วงษ์วานิช และกฤษดา เชียรวัฒนสุข (2564)	✓	✓	✓	✓
Gambelli et al. (2021)	✓	✓	✓	✓
Pirogova et al. (2020)	✓	✓	✓	✓
Khatib (2020)	✓	✓	✓	✓
Benková et al. (2020)	✓	✓	✓	✓
Quezada et al. (2019)	✓	✓	✓	✓
Putri et al. (2019)	✓	✓	✓	✓
Bataineh et al. (2019)	✓	✓	✓	✓
Erdoğan et al. (2019)	✓	✓	✓	✓
Webber et al. (2018)	✓	✓	✓	✓
Tan et al. (2017)	✓	✓	✓	✓
Quesado et al. (2018)	✓	✓	✓	✓
Hou (2016)	✓	✓	✓	✓
Yacob et al. (2016)	✓	✓	✓	✓
Cunha Callado (2015)	✓	✓	✓	✓

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อระบุงค์ประกอบและตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานขององค์กรพบว่า มีการศึกษาบริบทขององค์กรที่แตกต่างกันหลากหลายธุรกิจ และนักวิชาการได้ให้ความสำคัญในการศึกษาองค์ประกอบที่มีความแตกต่างกันที่หลากหลายมิติ ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ดังนี้

การวัดผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคดิจิทัลสามารถใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ ซึ่งครอบคลุมสี่มิติหลัก ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้ และการเติบโต เพื่อให้เห็นภาพรวมทั้งในด้านรายได้ ต้นทุน ความพึงพอใจของลูกค้า และการพัฒนาบุคลากร (บุญทริกา และ ภุชดา, 2564) นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพในฟาร์มแพะและแกะในยุโรปยังช่วยสนับสนุนการพัฒนาทักษะและการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเพิ่มผลกำไรและขยายตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Gambelli et al., 2021) ในทางธุรกิจทั่วไปการวัดผลเชิงดุลยภาพช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ผ่านการวัดผลกำไร รายได้จากนวัตกรรม การรักษฐานลูกค้า และประสิทธิภาพกระบวนการผลิต รวมถึงการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะพนักงาน (Pirogova et al., 2020) หลังจากวิกฤตทางการเงิน ธนาคารในเลบานอนได้นำการวัดผลเชิงดุลยภาพใช้ประเมินผลการดำเนินงานโดยเน้นที่สภาพคล่อง กำไร ความไว้วางใจของลูกค้า และการจัดการความรู้ทางการเงิน (Khatib, 2020) เช่นเดียวกับ อุตสาหกรรมวิศวกรรมในสโลวาเกียที่ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ เพื่อเพิ่มผลตอบแทนการลงทุนและความเชื่อมั่นของลูกค้า รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาทักษะพนักงานและการวิเคราะห์ข้อมูล (Benková et al., 2020) นอกจากนี้ รวมการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพสำหรับการประเมินธุรกิจ กับ การวัดผลเชิงดุลยภาพ ยังช่วยเพิ่มมูลค่าลดต้นทุน และพัฒนาคุณภาพบริการ ตลอดจนส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานที่มีประสิทธิภาพ (Quezada et al., 2019)

สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผ้าบาติกในอินโดนีเซียการวัดผลเชิงดุลยภาพถูกนำมาใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้า นวัตกรรมเทคโนโลยี และอัตราการลาออกของพนักงาน เพื่อเพิ่มผลผลิต (Putri et al., 2019) ขณะเดียวกัน บริษัทอุตสาหกรรมในจอร์แดนก็ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพในการลดต้นทุนผลิตภัณฑ์และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ รวมถึงการสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ (Bataineh et al., 2019) ซึ่งธุรกิจค้าปลีกของตุรกีใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ ช่วยวัดกำไร พัฒนาการควบคุมต้นทุน และเสริมสร้างความคิดเชิงกลยุทธ์ของพนักงาน (Erdoğan et al., 2019) ส่วนร้านค้าปลีกในบราซิลที่ปรับโครงสร้างธุรกิจโดยใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ มุ่งเน้นการเพิ่มรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า และแรงจูงใจของพนักงาน (Webber et al., 2018) ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ ช่วยวัดผลการดำเนินงานด้านรายได้ การให้บริการ และการฝึกอบรมพนักงาน (Tan et al., 2017) เช่นเดียวกับ บริษัทในโปรตุเกสและสเปนที่ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ เพื่อวัดกำไร การรักษฐานลูกค้า การพัฒนานวัตกรรม และการจัดการความรู้ (Quesado

et al., 2018) สำหรับอุตสาหกรรมเคมีคอนดักเตอร์ของไต้หวัน ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ ช่วยวัดกำไร ความพึงพอใจลูกค้า และการบริหารลูกค้า (Hou, 2016) ส่วนห่วงโซ่อุปทานเกษตร-อาหารในบราซิลก็ ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ เพื่อวัดผลกำไร การเติบโตยอดขาย ความยืดหยุ่นในการผลิต และการ ฝึกอบรมพนักงาน (Cunha and Jack, 2015) สุดท้าย ธุรกิจค้าปลีกได้ใช้การวัดผลเชิงดุลยภาพ ใน การวัดรายได้ การรักษาลูกค้า การจัดสรรสินค้าคงคลัง และทักษะของพนักงานอย่างมีประสิทธิภาพ (Yacob et al., 2016)

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำเกณฑ์การเลือกตัวชี้วัดของ Brown (2009) โดย ตัวชี้วัดนั้น ต้องสามารถอธิบายถึงความหมายและมีความเฉพาะเจาะจงที่สามารถอธิบายถึงลักษณะ ปรากฏการณ์ได้อย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยจึงกำหนดองค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กร ที่สามารถอธิบายคุณลักษณะของผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยวิธีของ Kaplan and Norton (1996) ได้พัฒนารูปแบบของการวัด Balanced Scorecard งานวิจัยที่ผ่านมาได้มีการกำหนดการวัดผล การดำเนินงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และด้านการ เรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)

2.4.3 การวัดผลการดำเนินงานขององค์กร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดองค์ประกอบของผลการดำเนินงานขององค์กรที่ สามารถอธิบายคุณลักษณะของผลการดำเนินงานขององค์กรได้ 4 องค์ประกอบ ซึ่งสามารถอธิบาย รายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง ความสำเร็จทางการเงินขององค์กรเกิด จากการขายสินค้าและบริการ ซึ่งสะท้อนถึงรายได้และยอดขายที่เติบโต รวมถึงอัตราผลตอบแทนจาก การลงทุนที่ดีขึ้น การลดต้นทุนและการเพิ่มผลกำไรเป็นสัญญาณสำคัญที่บ่งชี้ว่าธุรกิจมีประสิทธิภาพ มากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับผลลัพธ์ที่ผ่านมา การวิเคราะห์ตัวชี้วัดเหล่านี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของ ความสามารถในการแข่งขันและการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างชัดเจน

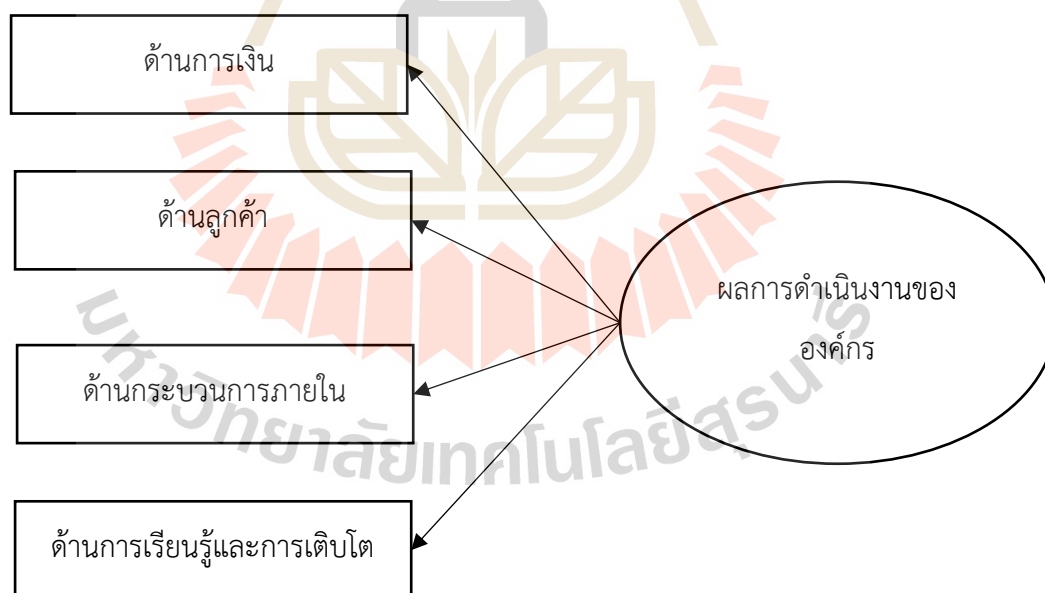
2. ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ความสามารถขององค์กรในการ ตอบสนองความต้องการลูกค้าโดยการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนในด้านเวลา คุณภาพ การใช้งาน และบริการ วัตถุประสงค์หลักคือการรักษาลูกค้าเดิม เพิ่มลูกค้าใหม่ และสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า การติดตามความต้องการลูกค้าผ่านการประเมินผลการซื้อและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องช่วยสร้าง ความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง อีกทั้งการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ยังช่วยดึงดูดลูกค้าและเพิ่มส่วนแบ่ง การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง ความสำเร็จระบบ การทำงานขององค์กรทางการเงินและการบริการลูกค้า การพัฒนากระบวนการภายในที่มี

ประสิทธิภาพช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการลูกค้าได้ตรงเวลา การระบุและบรรลุกระบวนการสำคัญทำให้ธุรกิจสามารถนำเสนอคุณค่าและรักษาลูกค้าได้ ระบบการจัดแบ่งงานชัดเจน พร้อมกำหนดอำนาจและหน้าที่ในแต่ละงาน การมอบหมายงานและเตรียมความพร้อมพนักงานช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น โดยรวมแล้วระบบที่มีประสิทธิภาพส่งผลดีต่อเป้าหมายทางการเงินและความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างยั่งยืน

4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึงความสำเร็จขององค์กรในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมเป็นสิ่งสำคัญต่อการเติบโตและการพัฒนาในระยะยาว โดยการลงทุนในฝึกอบรมพนักงานและเทคโนโลยีสารสนเทศช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ระบบสารสนเทศควรได้รับการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การนำเทคนิคใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินงานจึงช่วยส่งเสริมการพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ในเวลาเดียวกัน การให้รางวัลแก่พนักงานที่ทำงานได้ดีสร้างแรงกระตุ้นที่จำเป็นและการติดตามผลการปฏิบัติงานยังมีส่วนช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานขององค์กรผู้วิจัยจึงสรุปองค์ประกอบและตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานขององค์กรสามารถสรุปได้ ดังแสดงรูปที่ 2.4



รูปที่ 2.4 องค์ประกอบของการสร้างผลการดำเนินงานขององค์กร

(Kaplan, and Norton, 1996; ภัทรสุดา กันใจแก้ว, 2566)

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้นแสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดจากความสามารถเชิงนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นำไปสู่การทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กรซึ่งประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ดังต่อไปนี้

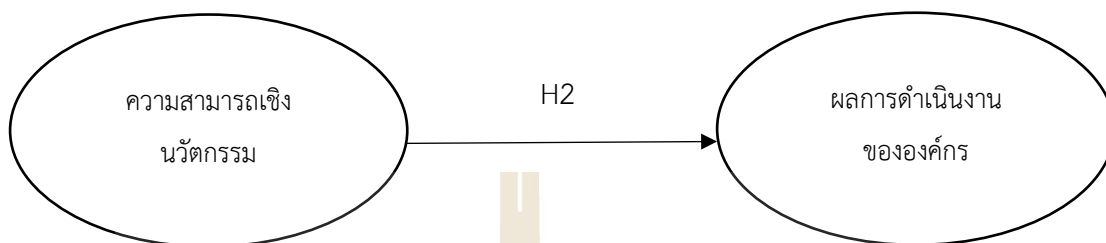
2.4.4 ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ในทศวรรษที่ผ่านมาความสามารถเชิงนวัตกรรมได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยการศึกษาหลายผลงานชี้ให้เห็นว่าองค์กรที่สามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่องมีแนวโน้มที่จะมีผลการดำเนินงานที่ดีกว่าองค์กรที่ขาดการพัฒนาเชิงนวัตกรรม ซึ่งความสามารถเชิงนวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยให้องค์กรสามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น แต่ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในองค์กรอีกด้วย (Çelik and Uzunçarşılı, 2023) การสร้างนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตและการจัดการสามารถช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยการพัฒนานวัตกรรมไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแต่ยังสามารถสร้างผลกำไรที่สูงขึ้น และลดต้นทุนในการดำเนินการ (Distanont, 2018)

นอกจากนี้ การวิจัยพบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เฉพาะในองค์กรที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กร (Soo and Lee, 2021) และองค์กรที่มุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมในทุก ๆ ด้านสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งขึ้นในหลายมิติ เช่น การขยายตลาดใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะในสถานะที่ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Hamdouna and Khmelyarchuk, 2025) นอกจากนี้ยังมีการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ยังสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้อีกด้วย เมื่อความพึงพอใจของลูกค้าสูงขึ้น องค์กรก็จะได้รับผลกำไรจากการขยายตลาดและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงผลการดำเนินงานในภาพรวม (Chen et al., 2024)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถเชิงนวัตกรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร จึงทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าองค์กรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมระดับสูง จะส่งผลทำให้เกิดผลดำเนินงานขององค์กรสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2 ความสามารถเชิงนวัตกรรมส่งผลกระทบทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังแสดงรูปที่ 2.5



รูปที่ 2.5 ผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมได้แสดงให้เห็นถึงผลลัพธ์ที่สำคัญอันเกิดความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2.4.5 ความสัมพันธ์ระหว่างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

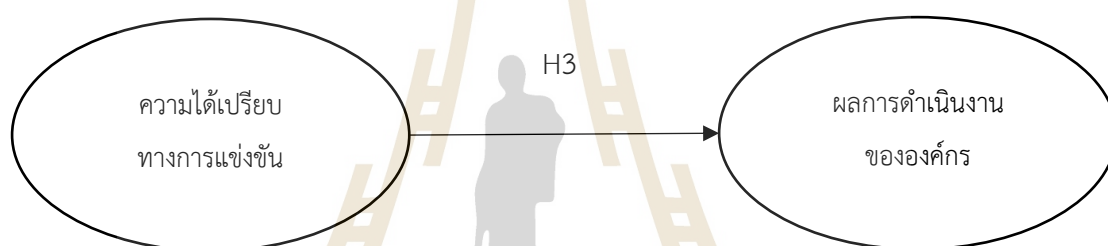
ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในหลาย ๆ ด้าน โดยการที่องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและเสริมสร้างผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น (Porter, 1985) ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรนั้นมาจากปัจจัยหลากหลาย เช่น ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการมีแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Aljehani et al., 2024) ดังนั้น การสร้างนวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าก็ถือเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งทำให้องค์กรสามารถรักษาผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว (Hitt et al., 2019)

นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์ที่แตกต่าง เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ลดการเสี่ยงจากคู่แข่ง และเพิ่มผลกำไรได้ (Kuhn and Bhatiasavi, 2024) กลยุทธ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้การเติบโตของธุรกิจเกิดขึ้นได้ดีขึ้น แต่ยังช่วยรักษาความสำเร็จในตลาดที่มีการแข่งขันสูง นอกจากนี้ การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าก็มีผลดีต่อผลการดำเนินงานในระยะยาว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าองค์กรที่สามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ดีย่อมประสบความสำเร็จมากกว่าองค์กรที่ไม่สามารถปรับตัวได้ (Ferreira et al., 2021) ด้วยเหตุนี้การพัฒนาทักษะเฉพาะหรือการสร้างกลยุทธ์ที่ไม่เหมือนใครก็

เป็นสิ่งที่ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีประสิทธิภาพและรักษาตำแหน่งในตลาดได้ดีขึ้น (Makadok et al., 2018)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร จึงทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่าองค์กรที่มีความได้เปรียบทางการแข่งขันระดับสูง จะส่งผลทำให้เกิดผลดำเนินงานขององค์กรสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3 ความได้เปรียบทางการแข่งขันส่งผลกระทบทงตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ดังแสดงรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.6 ผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

2.4.6 ความสัมพันธ์ของความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรต้นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร

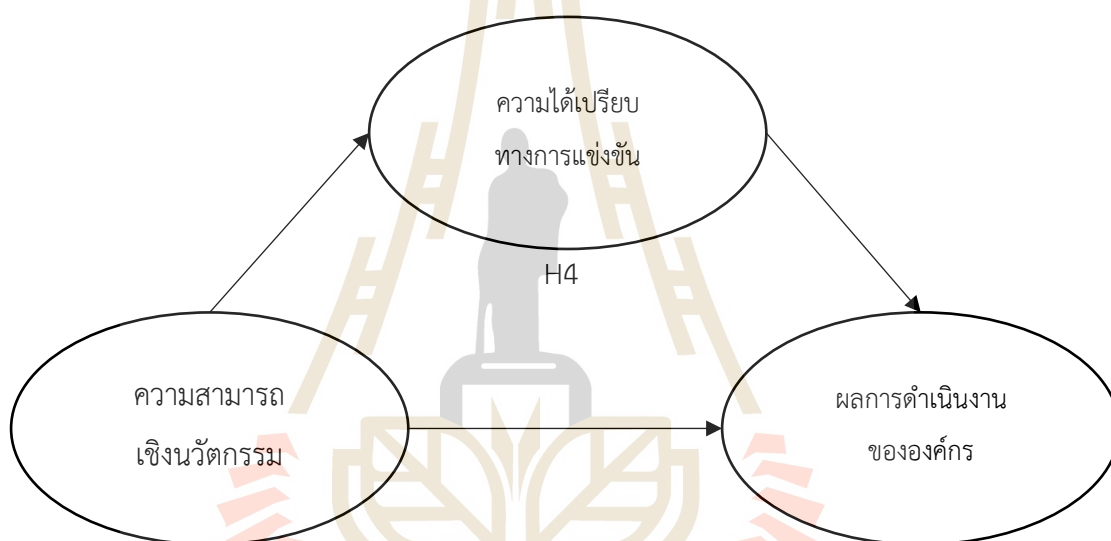
ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นกลไกสำคัญที่สะท้อนถึงศักยภาพขององค์กรในการนำทรัพยากรด้านนวัตกรรมไปใช้เพื่อสร้างความต่างที่มีคุณค่าในตลาด องค์กรที่สามารถนำความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีใหม่ หรือแนวคิดการจัดการที่ทันสมัยไปต่อยอดในเชิงกลยุทธ์ จะสามารถสร้างข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้อย่างมั่นคง (Ferreira et al., 2020) โดยเฉพาะเมื่อความสามารถเชิงนวัตกรรมไม่ได้หยุดอยู่แค่การพัฒนาเทคโนโลยีหรือสินค้าใหม่ แต่สามารถถูกถ่ายทอดและต่อยอดผ่านกระบวนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จับต้องได้ เช่น การตอบสนองลูกค้าได้ดีกว่า การบริหารต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ หรือการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เหนือมาตรฐานตลาด ด้วยเหตุนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมิได้เป็นเพียงผลลัพธ์ปลายทางของการมีนวัตกรรม แต่ยังทำหน้าที่เป็นกลไกระดับกลาง (intermediate mechanism) ที่ถ่ายทอดอิทธิพลของนวัตกรรมไปสู่ผลการดำเนินงานในระดับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ความสามารถเชิงนวัตกรรมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงาน หากองค์กรไม่สามารถเปลี่ยนนวัตกรรมนั้นให้เป็นข้อได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ที่จับต้องได้ งานวิจัยบางชิ้นได้เสนอภาพที่ชัดเจนขึ้นในประเด็นนี้ Kareem et al. (2024) พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่สูงอาจไม่ส่งผลต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจโดยตรงเสมอไป หากองค์กรนั้นไม่สามารถสร้างความเหนือชั้นในตลาดจากนวัตกรรมที่มีอยู่ได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงมีบทบาทสำคัญในฐานะตัวแปรคั่นกลางที่แปรรูปศักยภาพด้านนวัตกรรมให้กลายเป็นข้อได้เปรียบที่สร้างผลลัพธ์อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน Muis and Isyanto (2025) ยังชี้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทในการเชื่อมโยงระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ เช่น การเพิ่มยอดขาย การเติบโตของกำไร หรือการขยายตลาดใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งยืนยันว่าองค์กรจะได้รับผลเชิงบวกจากความสามารถเชิงนวัตกรรม ก็ต่อเมื่อสามารถหล่อหลอมศักยภาพเหล่านั้นเป็นกลยุทธ์การแข่งขันที่ตอบสนองตลาดได้อย่างแม่นยำและรวดเร็ว

นอกจากนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงไม่ใช่เพียงผลลัพธ์เชิงยุทธศาสตร์เท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกกลาง ที่ช่วยสังเคราะห์และถ่ายทอดศักยภาพด้านนวัตกรรมให้กลายเป็นผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรที่สามารถแปลงนวัตกรรมให้กลายเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่จับต้องได้จะต้องมีทักษะด้านกลยุทธ์ การจัดการความรู้ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค องค์กรที่สามารถสร้างและบริหารความได้เปรียบเหล่านี้ได้ดี จะสามารถรักษาผลการดำเนินงานที่มั่นคงในระยะยาวได้ดีกว่าองค์กรที่มีเพียงนวัตกรรม แต่ขาดกลยุทธ์ในการแข่งขัน (ALTaweel et al., 2021) สอดคล้องกับงานของ Majeed et al. (2025) ยังระบุว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างแท้จริงก็ต่อเมื่อมีการออกแบบกลยุทธ์ที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงตลาด การบริหารความเสี่ยง และการตอบสนองต่อสภาวะการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ยืนยันว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดผลกระทบของนวัตกรรมสู่ผลลัพธ์ขององค์กร

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทคั่นกลางในความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร จึงทำให้เกิดสมมติฐานเพื่อจุดประสงค์ของการศึกษานี้ว่า องค์กรที่สามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง จะมีความสามารถเชิงนวัตกรรมในการแปรรูปภาพให้กลายเป็นผลลัพธ์ทางธุรกิจที่วัดผลได้และความมั่นคงทางการแข่งขัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสมมติฐาน ดังต่อไปนี้

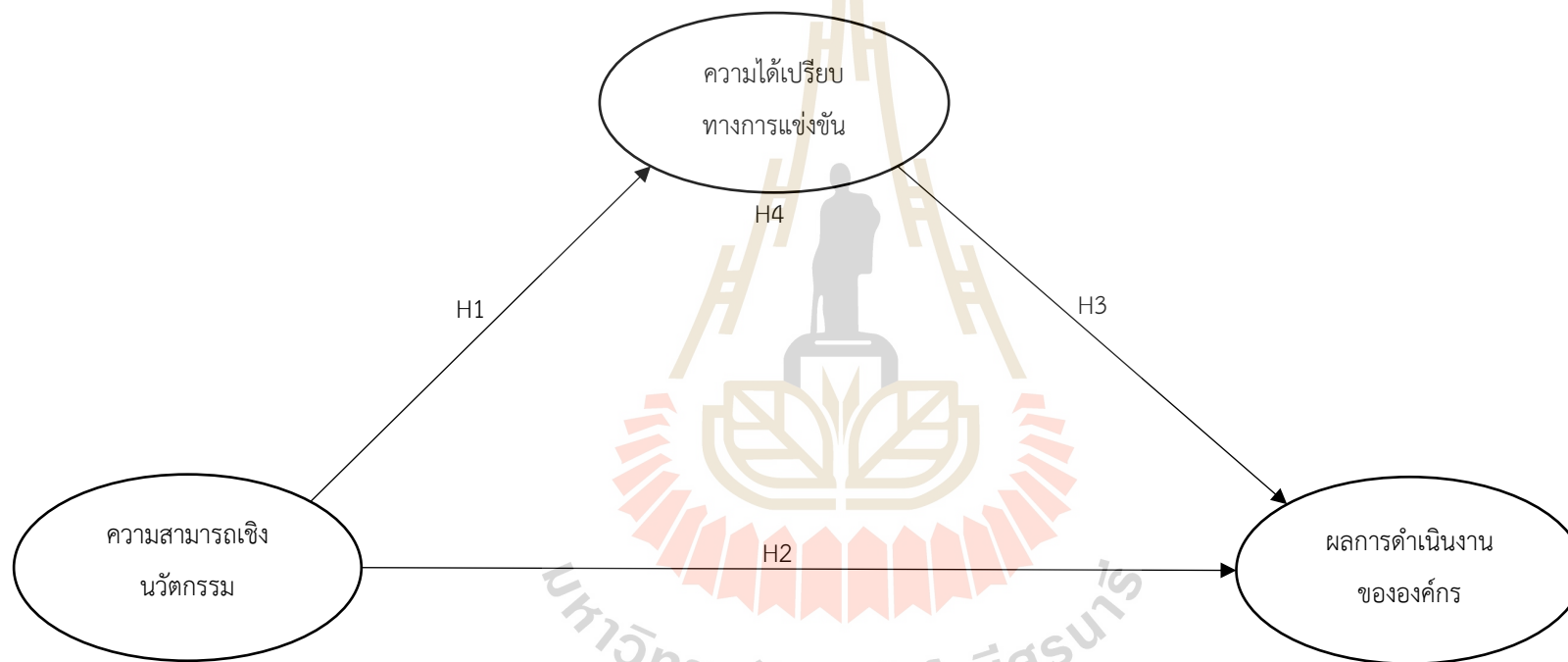
สมมติฐานที่ 4 ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทคั่นกลางในความสัมพันธระหว่างเชิงบวกความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร ดังแสดงรูปที่ 2.7



รูปที่ 2.7 ผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1



รูปที่ 2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: Saunila, and Ukko (2014); Brown (2009); Kaplan, and Norton (1996)

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่องความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีวัตถุประสงค์ 5 ข้อ เพื่อนำไปสู่การสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและแนวทางในการพัฒนาความสามารถเชิงนวัตกรรม สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 การวิจัยนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สํารวจด้วยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ (Questionnaire Survey) ในการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 ตัวแปรที่ศึกษา
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การทดสอบสมมติฐาน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จำนวน 7,066 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ที่ได้รับข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(สสว.) โดยทำการจำแนกเกณฑ์การแบ่งสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแยกจากกลุ่มจังหวัด

ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง (Krejcie and Morgan, 1970) โดยมีระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% โดยสูตรการคำนวณ มีดังนี้

$$\text{สูตร} \quad n = \frac{x^2 N p (1-p)}{e^2 (N-1) + x^2 p (1-p)}$$

กำหนดให้

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ ขนาดของประชากร

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้

x^2 คือ ค่าไคสแควร์ที่ df เท่ากับ 1 และระดับความเชื่อมั่น 95% ($x^2 = 3.841$)

p คือ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนด $p = 0.5$)

ขั้นตอนการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned} n &= \frac{3.841 \times 17,718 \times 0.5 \times 0.5}{(0.05^2)(17,718-1) + 3.841 \times 0.5 \times 0.5} \\ &= 375 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม สูตรของ Krejcie and Morgan, (1970) พบว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือ 375 ตัวอย่าง ซึ่งสอดคล้องกับข้อกำหนดในการคำนวณขนาดตัวอย่างเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับที่เพียงพอและเหมาะสมกับการศึกษานี้ ซึ่งผู้วิจัยจึงเลือกใช้จำนวน 375 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนที่ดีสำหรับการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวประกอบด้วย ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งถือเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเกี่ยวข้องและเหมาะสมอย่างยิ่งกับหัวข้อการศึกษาในครั้งนี้

นอกจากนั้นการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ	กลุ่มตัวอย่าง
นครราชสีมา	3,606	51.04	191
บุรีรัมย์	1,232	17.45	65
สุรินทร์	1,199	16.96	64
ชัยภูมิ	1,029	14.55	55
รวม	7,066	100.00	375

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2566)

การเก็บข้อมูลข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูลวิจัยของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งประเภทของกลุ่มจังหวัดเป็นชั้นภูมิ ซึ่งกลุ่มจังหวัดแบ่งออกเป็น 4 จังหวัด ดังนี้ (1) สุรินทร์ (2) นครราชสีมา (3) บุรีรัมย์ (4) ชัยภูมิ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบสอบถามออนไลน์ (Online) ผ่าน Google Form เพื่อนำส่งให้กับผู้ประกอบการเป็นผู้ตอบแบบสอบถามธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดอัตราการตอบกลับของแบบสอบถามออนไลน์ (Online Response Rate) อัตราการตอบกลับโดยเฉลี่ยร้อยละ 30 (Ogier, 2005) ขณะเดียวกัน สำหรับการเก็บข้อมูลแบบออฟไลน์โดยการลงพื้นที่ภาคสนาม (face-to-face distribution) ถือเป็นวิธีที่เหมาะสมในบริบทที่กลุ่มตัวอย่างเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้น้อย และมักให้อัตราการตอบกลับที่สูงกว่าแบบออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญ (Creswell and Creswell, 2018)

3.2 ตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 3 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1 ตัวแปร ได้แก่

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย ตัวแปรต้น จำนวน 9 ตัวแปร ได้แก่

1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม
2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร
3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี
4. การพัฒนาความรู้
5. ความรู้จากภายนอก
6. การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง

7. กิจกรรมรายบุคคล
8. ความร่วมมือ
9. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

3.2.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลาง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่

1. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง
2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน
3. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ

ผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 4 ตัวแปร ได้แก่

1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน
2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า
3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน
4. ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต

3.2.3 ตัวแปรควบคุม ประกอบด้วย 2 ตัวแปร ได้แก่

รูปแบบของธุรกิจ และสถานที่ตั้ง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่

1. รูปแบบของธุรกิจ (เจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน และบริษัท)
2. สถานที่ตั้ง (นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเรื่องความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ (Primary Source) โดยผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire Method) ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยเครื่องมือในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ข้อคำถามที่ใช้ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งผู้วิจัยสามารถกำหนดตัวแปรในการศึกษาได้เป็น 3 กลุ่ม 16 ตัวแปร

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่เป็น แบบสอบถามจากกรอบแนวคิดการวิจัยที่กำหนดขึ้นและนิยามปฏิบัติการ เพื่อให้ได้ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยใช้มาตรวัดแบบประมาณค่าลิเคิร์ต

ทสเกล 5 ระดับ (Likert scale) (Likert, 1932) ได้แก่ เห็นด้วยน้อยที่สุด เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก และเห็นด้วยมากที่สุด ประกอบด้วย 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ทำงาน

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ จำนวน 5 ข้อ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ประกอบด้วย ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน สถานที่ตั้ง

ตอนที่ 3 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยผู้วิจัยได้ใช้ข้อคำถามจากแบบวัดของ ศศินิภา ศรีกัลยานิวัต (2565) จำนวน 45 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) มีรายละเอียดดังนี้

- 1) วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม จำนวน 4 ข้อ
- 2) แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร จำนวน 4 ข้อ
- 3) บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี จำนวน 5 ข้อ
- 4) การพัฒนาความรู้ จำนวน 5 ข้อ
- 5) ความรู้ภายนอก จำนวน 4 ข้อ
- 6) การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง จำนวน 5 ข้อ
- 7) กิจกรรมรายบุคคล จำนวน 5 ข้อ
- 8) ความร่วมมือ จำนวน 5 ข้อ
- 9) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ข้อคำถามจากงานวิจัยของ ภัทรสุดา กันใจแก้ว (2566) และศึกษาเพิ่มเติม จากงานวิจัยของ Ferreira, J. et al. (2021) จำนวน 15 ข้อ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended questionnaire) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) มีรายละเอียดดังนี้ ประกอบด้วย

1. ความได้เปรียบด้านต้นทุน 5 ข้อ
2. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ 4 ข้อ
3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง 5 ข้อ

ตอนที่ 5 ข้อมูลแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ข้อคำถามจากงานวิจัยของ ภัทรสุดา กันใจแก้ว (2566) จำนวน 20 ข้อ มี

ลักษณะเป็น คำถามปลายปิด (Close-ended questionnaire) และเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Likert Scale) มีรายละเอียดดังนี้ ประกอบด้วย

1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน 5 ข้อ
2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า 5 ข้อ
3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน 5 ข้อ
4. ผลการดำเนินงานด้านเรียนรู้และการเติบโต 5 ข้อ

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยสร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามมาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสำหรับนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษาเพื่อใช้ เป็นข้อมูลในการกำหนดนิยามปฏิบัติการของตัวแปร ซึ่งนำไปสู่แนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็น ข้อคำถาม สำหรับใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นจึงกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์กรอบแนวคิด การวิจัยที่กำหนดขึ้นนำมาสร้างแบบสอบถาม

3.4.2 จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ตามกรอบแนวคิด การวิจัยและครอบคลุมนิยามปฏิบัติการของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา โดยผู้วิจัยได้ทำการสร้างข้อคำถามโดยการนำประเด็นข้อคำถามที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาจากนักวิชาการต่าง ๆ ที่ได้อ้างอิงไว้ใน การทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประเด็นข้อคำถามเหล่านี้ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐาน เนื่องจากผ่านการ ทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอน บาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยข้อคำถามทุกข้อมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป

3.4.3 นำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณา ความถูกต้อง เหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของการวิจัยดำเนินการและการปรับปรุงแก้ไข แบบสอบถาม ตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาได้ให้คำแนะนำก่อนที่จะนำไปหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ ในขั้นตอนต่อไป

3.4.4 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการทดสอบความ เที่ยงตรงของข้อคำถาม โดยการคำนวณค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งทำการส่งแบบสอบถามให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในประเด็นที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน

ในการพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยพิจารณาประเด็นคำถามในด้านความชัดเจน ความสอดคล้องเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปร ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้เพื่อใช้เป็นแนวทางในการ

พัฒนาและปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน 1 หมายถึง คำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

ให้คะแนน -1 หมายถึง คำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

ให้คะแนน 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือนิยามศัพท์

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

กำหนดให้ IOC = ดัชนีความสอดคล้อง (Index of item objective congruence)

R = คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

$\sum R$ = ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษได้ ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 จะต้องทำการปรับปรุงหรือตัดออก เนื่องจากไม่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Rovinelli and Hambleton, 1977)

การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการนำแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ซึ่งเป็นจำนวนที่เพียงพอต่อการทดสอบ (Iacobucci and Duhachek, 2003) ไปทำการทดสอบกับผู้ที่มิคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Coefficient Alpha's Cronbach) คำนวณได้จากสูตร

$$a = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดย a แทน ค่าความเชื่อมั่น

n แทน จำนวนข้อ

s_i^2 แทน คะแนนความแปรปรวนแต่ละข้อ

s_t^2 แทน คะแนนความแปรปรวนทั้งฉบับ

โดยพิจารณาชุดตัวแปรที่มีลักษณะข้อมูลเป็นอันตรภาค 5 ระดับ ประเมินค่า จากการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาและควรมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป โดยค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2019)

แบบสอบถามที่ได้รับการพัฒนาจากการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และการทดสอบความน่าเชื่อถือจะถูกนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

1. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้าง ขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสสร อธิการประจำสาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยนครพนม 2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชุตินา เรืองอุดมพันธ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และ 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรียา วิจิตรเสถียร อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และนำไปปรับปรุงข้อคำถาม จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้สูตร (Index of Item Objective Congruence: IOC) ผลการประเมินพบว่า ข้อคำถามทั้งหมดมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ในช่วงระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ (Rovinelli and Hambleton, 1977) แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามทั้งหมดมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวัดในแต่ละตัวแปร และมีความเหมาะสมเพียงพอที่จะนำไปใช้ในกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

2. นำโครงร่างวิจัยและแบบสอบถามที่ได้รับการประเมินสูตร (Index of Item Objective Congruence: IOC) ยื่นต่อสำนักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ประเภหากิจการพิจารณาแบบยกเว้น (Expedited Review) เพื่อตรวจสอบแบบสอบถามถูกต้องตามจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

3. การทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, 1970) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.7 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2019) ซึ่งผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มเป้าหมายของการศึกษา แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างหลักในงานวิจัยนี้ จำนวนทั้งสิ้น 30 ชุด แสดงผลดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ผลการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค
ความสามารถเชิงนวัตกรรม	.923
1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม	.911
2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร	.910
3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี	.912
4. การพัฒนาความรู้	.911
5. ความรู้จากภายนอก	.926
6. การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง	.926
7. กิจกรรมรายบุคคล	.910
8. ความร่วมมือ	.906
9. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม	.914
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	.865
1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ	.859
2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน	.908
3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง	.802
ผลการดำเนินงานขององค์กร	.896
1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	.890
2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า	.889
3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน	.886
4. ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต	.872
รวมแบบสอบถามวิจัย	.873

ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัค พบว่า ข้อคำถามของความสามารถเชิงนวัตกรรมมีค่าอยู่ระหว่าง 0.906 - 0.926 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าอยู่ระหว่าง 0.908 - 0.802 และผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าอยู่ระหว่าง 0.872 - 0.890 เป็นไปตามเกณฑ์ค่าความเชื่อที่ ต้อง มากกว่า 0.7 จึงสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างได้

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire Online) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยเก็บข้อมูลในช่วงเวลาเดียวกัน (Cross-sectional Studies) โดยผู้วิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

3.5.1 จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวมข้อมูลจากสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยแนบหนังสือพร้อมกับแนบลิงค์แบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์ ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง ผ่านทางอีเมลและเก็บข้อมูลด้วยตนเองของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เพื่อขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือ ในการตอบแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์

3.5.2 ผู้วิจัยได้จัดส่งแบบสอบถามการวิจัยในรูปแบบออนไลน์ไปยังกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน (Mixed-mode Data Collection) (Dillman et al., 2014) โดยใช้ทั้งการเก็บข้อมูลออนไลน์ (Online Response Rate) การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ ได้แก่ Email, LINE application, Facebook หรือสแกน QR Code ที่แนบไว้กับแบบสอบถาม (Bryman, 2016) และการเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง (Face-to-Face Distribution) เพื่อแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองในบางพื้นที่ที่การติดต่อผ่านช่องทางออนไลน์ไม่สะดวก หรือมีแนวโน้มที่จะได้อัตราการตอบกลับต่ำ (Creswell and Creswell, 2018) พร้อมข้อความเชิญชวนให้ตอบแบบสอบถามที่ส่งไปให้กับผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการตอบกลับภายใน 60 วันหลังจากที่ได้รับแบบสอบถาม โดยมีการติดตามผลการตอบกลับอย่างต่อเนื่อง จนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวนทั้งสิ้น 375 ชุด แบ่งเป็นการตอบกลับจากช่องทางออนไลน์ 252 ชุด คิดเป็นร้อยละ 67.20 และการตอบกลับจากการเก็บภาคสนามด้วยตนเอง 123 ชุด คิดเป็นร้อยละ 32.80 โดยเฉพาะในจังหวัดนครราชสีมาที่มีข้อจำกัดด้านการเข้าถึงเทคโนโลยีบางพื้นที่ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการลงพื้นที่ด้วยตนเองเพื่อให้ได้อัตราการตอบกลับที่สูงขึ้น และลดความล่าช้าในการเก็บข้อมูล ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ครอบคลุมทั้งเชิงพื้นที่และเชิงพฤติกรรมการตอบแบบสอบถาม เมื่อผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา จะทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ครบถ้วนในเนื้อหาของแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้ตอบกลับมา โดยสอดคล้องกับเกณฑ์จำนวนอัตราการตอบกลับของการเก็บข้อมูลแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์ มีดังนี้ ในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 แสดงจำนวนการตอบกลับของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	อัตราการตอบกลับ		อัตราการตอบกลับ		รวม	ร้อยละ
	ออนไลน์	ร้อยละ	ออฟไลน์	ร้อยละ		
นครราชสีมา	68	18.13	123	32.80	191	50.93
บุรีรัมย์	65	17.33	-	-	65	17.33
สุรินทร์	64	17.07	-	-	64	17.07
ชัยภูมิ	55	14.67	-	-	55	14.67
รวม	252	67.20	123	32.80	375	100.00

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลทั่วไปของธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ประสบการณ์ทำงาน ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ รูปแบบของธุรกิจ ทุนจดทะเบียน จำนวนพนักงาน สถานที่ตั้ง และการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยวิธีการประเมินผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3.6.2 การวิเคราะห์ค่าระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแปรทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงานขององค์กร โดยวิธีการประเมินผลทางสถิติเชิงพรรณนาและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) กำหนดให้ คะแนนคำตอบของแบบสอบถามการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้ (Best, 1977)

มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้เท่ากับ	5
มีระดับความคิดเห็นเห็นด้วย	กำหนดให้เท่ากับ	4
มีระดับความคิดเห็นเฉย ๆ	กำหนดให้เท่ากับ	3
มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วย	กำหนดให้เท่ากับ	2
มีระดับความคิดเห็นไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	กำหนดให้เท่ากับ	1

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุด
 ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมาก
 ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยปานกลาง
 ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อย
 ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

3.6.3 เพื่อทดสอบเงื่อนไขพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ โดยพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งค่าความเบ้ควรมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง 3 และมีค่าความโด่ง ควรมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2557)

ผลการวิเคราะห์การแจกแจงข้อมูลแบบปกติผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นของการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์โมเดลที่พัฒนาขึ้น โดยใช้ค่าความเบ้(Skewness) และค่าความโด่ง(Kurtosis) มีรายละเอียดตามตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าความเบ้ และค่าความโด่ง ของตัวแปรสังเกต

ตัวแปรอิสระ	ค่าความเบ้ (SK)	ค่าความโด่ง (KU)
ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IN)	-0.815	-0.155
1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (PLC)	-0.966	0.271
2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (IOS)	-0.816	-0.148
3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (WEW)	-0.749	-0.059
4. การพัฒนาความรู้ (KD)	-0.717	-0.313
5. ความรู้จากภายนอก (CEK)	-0.657	-0.500
6. การปรับตัวภายใต้สถานการณ์เปลี่ยนแปลง (AUS)	-0.739	-0.472
7. กิจกรรมรายบุคคล (IA)	-0.699	-0.450
8. ความร่วมมือ (CB)	-0.635	-0.571
9. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (IS)	-0.817	-0.195
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA)	-0.777	-0.119
1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (QA)	-0.834	0.007
2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน (CA)	-0.741	-0.202
3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (DA)	-0.813	-0.150

ตารางที่ 3.4 แสดงค่าความเบ้ และค่าความโด่ง ของตัวแปรสังเกต (ต่อ)

ผลการดำเนินงานขององค์กร (OP)	-0.818	0.029
1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (FP)	-0.766	-0.060
2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (CP)	-0.972	0.729
3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (IPP)	-0.930	0.586
4. ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต (LGP)	-0.824	0.163

จากตารางที่ 3.4 พบว่า ตัวแปรอิสระที่ศึกษา มีค่าความเบ้(Skewness) อยู่ระหว่าง -1.231 ถึง 0.895 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และค่าความโด่ง(Kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.665 ถึง 1.584 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่า ข้อมูลมีลักษณะการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2557) ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ข้อมูลมีการแจกแจงปกติจึงสามารถที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัด และโมเดลการวิจัยที่ได้พัฒนาขึ้นไป

2. การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบภาวะ ที่ตัวแปรมีความสำคัญกันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation) (กรีซ แร่งสูงเนิน, 2554) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเท่า 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.80 -0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.60 -0.79 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.40-0.59 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.20 -0.39 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าตั้งแต่ 0.01 -0.19 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก
- สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในระดับที่มากของตัวแปรอิสระที่อาจส่งผลกระทบรุนแรงในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบ จะไม่เกิด Multicollinearity โดยทำการทดสอบความสัมพันธ์กันใช้ค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor(VIF) ถ้าหากค่า Tolerance ของตัวแปร เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระจากกัน แต่ถ้าค่าใกล้ 0 แสดงว่าเกิดปัญหา Multicollinearity และ ค่า Variance Inflation Factor(VIF) หากมีค่าใกล้ 10 มากแสดงว่าระดับความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในสมการการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณเชิงเส้นมีมากนั้นคือ เกิดปัญหา Multicollinearity (James et al., 2021)

3.6.4 วิเคราะห์ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยควบคุมตัวแปรควบคุม (Control Variables) ที่อาจมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ และสถานที่ตั้งของกิจการ โดยตัวแปรควบคุมทั้งสองกลุ่มได้รับการแปลงให้อยู่ในรูปของตัวแปรจำแนก (Dummy Variables) ได้แก่ ตัวแปรจังหวัด (บุรีรัมย์ สุรินทร์ ชัยภูมิ โดยกำหนดให้นครราชสีมาเป็นหมวดอ้างอิง (Reference Category)) และตัวแปรรูปแบบธุรกิจ (บุคคลธรรมดาและห้างหุ้นส่วน โดยกำหนดให้บริษัทเป็นหมวดอ้างอิง (Reference Category)) เพื่อนำเข้าสู่สมการวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความถูกต้องแม่นยำ และลดอคติที่อาจเกิดจากความแตกต่างด้านภูมิศาสตร์และโครงสร้างธุรกิจ (Field, 2018)

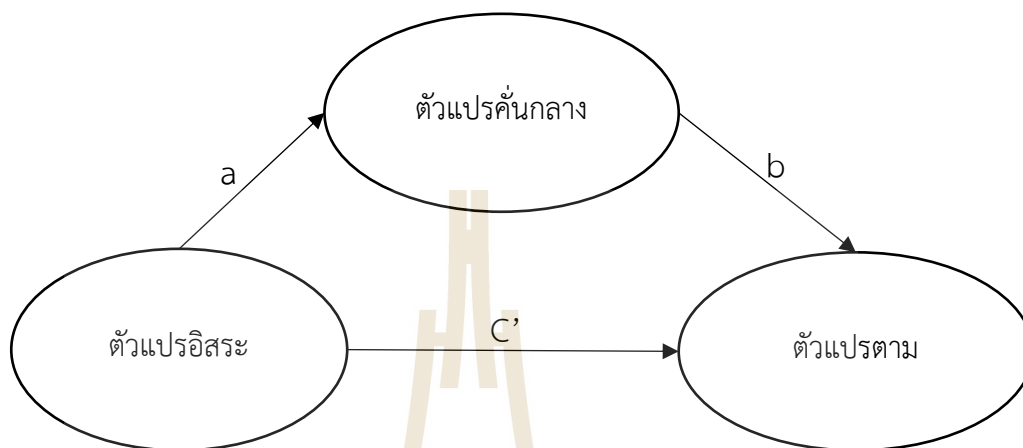
3.6.5 วิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลางความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (ความสามารถเชิงนวัตกรรม) ตัวแปรตาม (คั่นกลาง) (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) และตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานของธุรกิจ) โดยใช้กระบวนการวิเคราะห์ตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Analysis) ผ่านโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ลักษณะการส่งผ่านของตัวแปร มี 2 ลักษณะ คือ

1. การส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation หรือ Full Mediation) เป็นสถานะที่อิทธิพลจากตัวแปร ต้นส่งผลต่อตัวแปรตามโดยส่งผ่านตัวแปรคั่นกลางเท่านั้น ดังนั้นเมื่อมีตัวแปรคั่นกลางจะทำให้อิทธิพลทางตรง จากตัวแปรต้นไปตัวแปรตาม ลดลงไปจนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติหลังจากใส่ตัวส่งผ่าน

2. การส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediation) เป็นสถานะที่อิทธิพลจากตัวแปร ต้นส่งผลต่อตัวแปรตาม โดยส่งผ่านตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรต้นยังคงมีอิทธิพลทางตรงถึงตัวแปรตามโดยไม่ผ่านตัวแปรส่งผ่านด้วยเช่นกัน นั่นคืออิทธิพลทางตรงจากตัวแปรต้นไปตัวแปรตามลดลงแต่ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติหลังจากใส่ตัวส่งผ่าน

อิทธิพลของตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) ต่อตัวแปรต้นและตัวแปรตาม แสดงได้ดังรูปต่อไปนี้



รูปที่ 3.1 Mediator Model

ที่มา: Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986)

การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทดสอบอิทธิพลการส่งผ่านมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (X) ที่มีต่อตัวแปรตาม (Y) ดังสมการนี้

$$Y = \beta_1 + cX + \varepsilon_1$$

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (X) ที่มีต่อตัวส่งผ่าน (Med) ดัง

สมการนี้

$$Med = \beta_2 + aX + \varepsilon_2$$

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรอิสระ (X) และอิทธิพลของตัวแปรส่งผ่านที่มีต่อตัวแปรตาม (Y) ดังสมการนี้

$$Y = \beta_3 + cX + bMed + \varepsilon_3$$

ขั้นตอนที่ 4 การสรุปผลของอิทธิพลส่งผ่านดังนี้

ถ้า ค่า a ในขั้นตอนที่ 2 หรือค่า b ในขั้นตอนที่ 3 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่า Med ไม่ใช่ตัวแปรคั่นกลาง

ถ้า ค่า c' ในขั้นตอนที่ 3 ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ สรุปได้ว่าเป็นการส่งผ่านแบบสมบูรณ์ (Complete Mediation)

ถ้า ค่า c' ในขั้นตอนที่ 3 มีนัยสำคัญทางสถิติ และค่า $c' < c$ จากขั้นตอนที่ 1 สรุปได้ว่าเป็นการส่งผ่านแบบบางส่วน (Partial Mediation)

3.7 การทดสอบสมมติฐาน

มีการวิเคราะห์ 2 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.7.1 การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบสมมติฐาน H1 H2 และ H3 ดำเนินการโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาผลของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งนี้ได้ควบคุมตัวแปรควบคุม ที่อาจมีผลต่อความสัมพันธ์ ได้แก่ รูปแบบของธุรกิจ และสถานที่ตั้งของกิจการ ซึ่งได้แปลงเป็นตัวแปรจำแนก (Dummy Variables) เพื่อนำเข้าสู่สมการวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรหลัก เพื่อเพิ่มความแม่นยำของผลการวิเคราะห์ และสะท้อนอิทธิพลของตัวแปรต้นได้อย่างชัดเจน

3.7.2 เพื่อทดสอบผลกระทบของตัวแปรคั่นกลางของความได้เปรียบทางการแข่งขัน สมมติฐาน H4 ของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยการวิเคราะห์การส่งผ่านของตัวแปรคั่นกลาง (Mediation Analysis) เพื่อศึกษาและเข้าใจกลไกที่ตัวแปรต้น (ความสามารถเชิงนวัตกรรม) ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (ตัวแปรตาม) ผ่านตัวแปรคั่นกลาง (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) การใช้การวิเคราะห์การส่งผ่าน (Mediation Analysis) ช่วยให้สามารถตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ในโมเดลวิจัยนี้ได้อย่างเป็นระบบ โดยการวิเคราะห์นี้ดำเนินการผ่านการวิเคราะห์ถดถอยใน 3 ขั้นตอนหลัก ดังนี้:

ขั้นตอนที่ 1 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต้น (ความสามารถเชิงนวัตกรรม) ที่มีต่อตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานของธุรกิจ) โดยตรง

ขั้นตอนที่ 2 ทดสอบการส่งผ่านจากตัวแปรต้น (ความสามารถเชิงนวัตกรรม) ไปยังตัวแปรคั่นกลาง (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน)

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบอิทธิพลของตัวแปรต้น (ความสามารถเชิงนวัตกรรม) และตัวแปรคั่นกลาง (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) ที่มีต่อตัวแปรตาม (ผลการดำเนินงานของธุรกิจ)

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaires) จำนวน 375 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระยะเวลาในการตอบกลับภายใน 60 วัน หลังจากที่ได้รับ แบบสอบถามออนไลน์ เมื่อครบกำหนดได้รับแบบสอบถามออนไลน์กลับมา จำนวน 375 คน ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังต่อไปนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

4.3 ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

4.4 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

4.5 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

4.6 ผลการทดสอบความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรต้นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

การกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปร พร้อมทั้งให้คำนิยามของแต่ละสัญลักษณ์อย่างชัดเจน เพื่อให้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีความเป็นระบบและสอดคล้องกัน ดังนี้

1. สัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติ

ตารางที่ 4.1 แสดงสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์	ความหมาย
$\bar{x}$	แทน ค่า (Mean) หรือค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean)
S.D.	แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
SK	แทน ค่าความเบ้ (Skewness)
KU	แทน ค่าความโด่ง(Kurtosis)
n	แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
p	แทน ค่า P-value
χ^2	แทน ค่าสถิติไค-สแควร์
*	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
**	แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
r	แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน
β	แทน ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของตัวแปรแฝง

2. สัญลักษณ์ที่ใช้แทนตัวแปร

ตารางที่ 4.2 แสดงรายชื่อตัวแปรและอักษรย่อในการวิเคราะห์

ชื่อตัวแปรภาษาไทย	ชื่อตัวแปรภาษาอังกฤษ	อักษรย่อ
ความสามารถเชิงนวัตกรรม	Innovation Capability	IC
วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม	Participatory Leadership Culture	PLC
แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร	Ideation and Organizing Structures	IOS

ตารางที่ 4.2 แสดงรายชื่อตัวแปรและอักษรย่อในการวิเคราะห์ (ต่อ)

ชื่อตัวแปรภาษาไทย	ชื่อตัวแปรภาษาอังกฤษ	อักษรย่อ
บรรยากาศในการทำงานและ ความเป็นอยู่ที่ดี	Work environment and Wellbeing	WEW
การพัฒนาความรู้	Know Development	KD
ความรู้จากภายนอก	Collaborate and Acquire External Knowledge	CEK
การปรับตัวภายใต้สภาวะการ เปลี่ยนแปลง	Adaptability Under Uncertainty Situation	AUS
กิจกรรมรายบุคคล	Individual Activity	IA
ความร่วมมือ	Collaboration	CB
กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม	Innovation Strategy	IS
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	Competitive Advantage	CA
ความได้เปรียบด้านคุณภาพ	Quality Advantage	QA
ความได้เปรียบด้านต้นทุน	Cost Advantage	CA
ความได้เปรียบด้านความ แตกต่าง	Differentiation Advantage	DA
ผลการดำเนินงานขององค์กร	Performance Organizational	OP
ผลการดำเนินงานด้านการเงิน	Financial Perspective	FP
ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า	Customer Perspective	CP
ผลการดำเนินงานด้าน กระบวนการภายใน	Internal Process Perspective	IPP
ผลการดำเนินงานด้านการ เรียนรู้และการเติบโต	Learning and Growth Perspective	LGP

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	163	43.47
หญิง	212	56.53
รวม	375	100.00
2. อายุ		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี	71	18.93
31-40 ปี	151	40.27
41-50 ปี	97	25.87
มากกว่า 50 ปี	56	14.93
รวม	375	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	55	14.67
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	245	65.33
สูงกว่าปริญญาตรี	75	20.00
รวม	375	100.00
4. ประสบการณ์ทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	46	12.26
5-10 ปี	151	40.27
11-15 ปี	81	21.60
มากกว่า 15 ปี	97	25.87
รวม	375	100.00

ตารางที่ 4.3 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
5. ตำแหน่งที่ปัจจุบัน		
กรรมการผู้จัดการ	41	10.93
เจ้าของกิจการ	177	47.20
หุ้นส่วนกิจการ	122	32.53
อื่น ๆ เช่น	35	
ผู้จัดการทั่วไป	23	6.13
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	7	1.87
ผู้จัดการอาวุโส	2	0.53
ผู้จัดการฝ่ายการบัญชี	1	0.27
ผู้จัดการฝ่ายวิจัยและพัฒนา	1	0.27
ผู้จัดการฝ่ายประกันคุณภาพ	1	0.27
รวม	375	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 56.53 และเพศชาย จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 43.47 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 40.27 รองลงมามีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 97 คิดเป็นร้อยละ 25.87 การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมาอยู่ในระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตำแหน่งที่ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน 177 คิดเป็นร้อยละ 47.20 รองลงมาตำแหน่งที่ปัจจุบันคือหุ้นส่วนกิจการ จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 32.53 และประสบการณ์ทำงานส่วนใหญ่อยู่ที่ 5-10 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 40.27 รองลงมาประสบการณ์ทำงานมากกว่า 15 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.87 ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ		
น้อยกว่า 3 ปี	30	8.00
3-5 ปี	84	22.40
6-8 ปี	72	19.20
มากกว่า 8 ปี	189	50.40
รวม	375	100.00
2. รูปแบบของธุรกิจ		
เจ้าของคนเดียว	60	16.00
ห้างหุ้นส่วน	115	30.67
บริษัท	200	53.33
รวม	375	100.00
3. ทุนจดทะเบียน		
ต่ำกว่า 1,000,000 บาท	61	16.27
1,000,000-5,000,000 บาท	152	40.53
5,000,001-10,000,000 บาท	106	28.27
มากกว่า 10,000,000 บาท	56	14.93
รวม	375	100.00

ตารางที่ 4.4 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. จำนวนพนักงาน		
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 คน	159	42.40
11-50 คน	160	42.67
51-90 คน	37	9.87
มากกว่า 90 คน	19	5.06
รวม	375	100.00
5. สถานที่ตั้ง		
นครราชสีมา	191	50.93
บุรีรัมย์	65	17.33
สุรินทร์	64	17.07
ชัยภูมิ	55	14.67
รวม	375	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจมากกว่า 8 ปี จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 50.40 รองลงมาระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจอยู่ที่ 3-5 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 22.40 รูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่ คือ บริษัท จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาเป็นรูปแบบของธุรกิจ ห้างหุ้นส่วน จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 30.67 ทุนจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,000,000-5,000,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 40.53 รองลงมาทุนจดทะเบียนอยู่ที่ 5,000,001-10,000,000 บาท จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 28.27 จำนวนพนักงานส่วนใหญ่มี 11-50 คน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 42.67 รองลงมาจำนวนพนักงานน้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 คน จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 42.40 และสถานที่ตั้งส่วนใหญ่ คือ นครราชสีมา จำนวน 191 คิดเป็นร้อยละ 50.93 รองลงมา คือ บุรีรัมย์ จำนวน 65 คนคิดเป็นร้อยละ 17.33 ตามลำดับ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีรายละเอียดดังนี้

1. ความสามารถเชิงนวัตกรรม ประกอบด้วย วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี การพัฒนาความรู้ ความรู้จากภายนอก การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมรายบุคคล ความร่วมมือ และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ในตารางที่ 4.5–4.14 ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้าน

ความสามารถเชิงนวัตกรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม	4.29	.693	มาก
2. ด้านแนวความคิดและโครงสร้างองค์กร	4.27	.686	มาก
3. ด้านบรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี	4.24	.677	มาก
4. ด้านการพัฒนาความรู้	4.25	.674	มาก
5. ด้านความรู้จากภายนอก	4.28	.672	มาก
6. ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง	4.32	.652	มาก
7. ด้านกิจกรรมรายบุคคล	4.29	.660	มาก
8. ด้านความร่วมมือ	4.22	.706	มาก
9. ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม	4.33	.671	มาก
โดยรวม	4.28	.613	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกข้อโดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านกิจกรรมรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วมเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมให้ความสำคัญและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอรูปแบบสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ของพนักงาน	4.34	.908	มาก
2. กิจกรรมมีค่านิยมที่เปิดกว้างต่อความเสี่ยงและพร้อมสนับสนุนให้พนักงานกล้าทดลอง	4.24	.781	มาก
3. กิจกรรมมีผู้บริหารที่สนใจและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	4.27	.855	มาก
4. กิจกรรมมีการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	4.32	.830	มาก
โดยรวม	4.29	.693	มาก

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมให้ความสำคัญและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอรูปแบบสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา กิจกรรมมีการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และกิจกรรมมีผู้บริหารที่สนใจและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านแนวความคิดและโครงสร้างองค์กรเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านแนวความคิดและโครงสร้างองค์กร	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีการจัดทีมที่มีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	4.20	.921	มาก
2. กิจกรรมมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	4.30	.785	มาก
3. กิจกรรมมีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้างตามความต้องการสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	4.28	.856	มาก
4. กิจกรรมมีโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	4.33	.774	มาก
โดยรวม	4.27	.686	มาก

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านแนวความคิดและโครงสร้างองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา กิจกรรมมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และกิจกรรมมีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้างตามความต้องการสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านบรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดีเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านบรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งเสริมการเปิดกว้างในการสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้บริหาร	4.23	.860	มาก
2. กิจกรรมสนับสนุนการร่วมมือกันระหว่างพนักงานในทีมต่าง ๆ	4.27	.799	มาก
3. กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสร้างนวัตกรรมในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	4.22	.836	มาก
4. กิจกรรมมุ่งเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เอื้อต่อการทดลองและการพัฒนานวัตกรรม	4.23	.827	มาก
5. กิจกรรมมีการจัดหาทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงาน	4.28	.808	มาก
โดยรวม	4.24	.677	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านบรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการจัดหาทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมา กิจกรรมสนับสนุนการร่วมมือกันระหว่างพนักงานในทีมต่าง ๆ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และกิจกรรมมุ่งเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เอื้อต่อการทดลองและการพัฒนานวัตกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนาความรู้เป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการพัฒนาความรู้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีระบบการเชื่อมโยงในแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ	4.22	.856	มาก
2. กิจการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ	4.30	.769	มาก
3. กิจการจัดการฝึกอบรมที่ช่วยเสริมสร้างทักษะของพนักงาน	4.26	.820	มาก
4. กิจการมีการลงทุนในความรู้และทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ	4.25	.807	มาก
5. กิจการมีการจัดทำฐานข้อมูลความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกเพื่อให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลง่าย	4.25	.824	มาก
โดยรวม	4.25	.674	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านการพัฒนาความรู้โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา กิจการจัดการฝึกอบรมที่ช่วยเสริมสร้างทักษะของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และ กิจการมีการลงทุนในความรู้และทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความรู้จากภายนอกเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความรู้จากภายนอก	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีการสร้างพันธมิตรกับองค์กรภายนอกเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้	4.16	.939	มาก
2. กิจกรรมเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการ	4.38	.695	มาก
3. กิจกรรมมีการจัดการและรักษาความรู้ที่มีค่าอย่างมีประสิทธิภาพ	4.24	.827	มาก
4. กิจกรรมให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากศักยภาพความสามารถและประสบการณ์ของคู่แข่ง	4.34	.754	มาก
โดยรวม	4.28	.672	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านความรู้จากภายนอก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 รองลงมา กิจกรรมให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากศักยภาพความสามารถและประสบการณ์ของคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และกิจกรรมมีการจัดการและรักษาความรู้ที่มีค่าอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการทำงาน	4.30	.864	มาก
2. กิจการมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ	4.39	.704	มาก
3. กิจการมองความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา	4.33	.782	มาก
4. กิจการมีการวางแผนกลยุทธ์ชัดเจนในการจัดการกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอนได้อย่างรวดเร็ว	4.30	.818	มาก
5. กิจการมีการปรับตัวที่ยืดหยุ่นเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ	4.32	.767	มาก
โดยรวม	4.32	.652	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านการปรับตัว ภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 รองลงมา กิจการมองความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และกิจการมีการปรับตัวที่ยืดหยุ่นเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกิจกรรมรายบุคคลเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกิจกรรมรายบุคคล	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมอบอำนาจและความรับผิดชอบให้กับพนักงานในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของตน	4.24	.857	มาก
2. กิจกรรมสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและการเรียนรู้ของพนักงาน	4.32	.774	มาก
3. กิจกรรมให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน	4.32	.806	มาก
4. กิจกรรมมีการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม	4.30	.782	มาก
5. กิจกรรมส่งเสริมการมุ่งเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน	4.29	.799	มาก
โดยรวม	4.29	.660	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านกิจกรรมรายบุคคล โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและการเรียนรู้ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมากิจกรรมให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และกิจกรรมมีการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความร่วมมือเป็นรายชื่อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านความร่วมมือ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมที่มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์	4.29	.861	มาก
2. กิจกรรมที่มีการแบ่งปันกระบวนการและความรู้กับพันธมิตรเพื่อลดต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	4.31	.773	มาก
3. กิจกรรมที่มีการสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	4.26	.845	มาก
4. กิจกรรมร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยในการพัฒนานวัตกรรม	4.07	1.05	มาก
5. กิจกรรมที่มีการวางแผนร่วมกับที่ปรึกษาเพื่อช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่น	4.21	.923	มาก
โดยรวม	4.22	.706	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านความร่วมมือ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมที่มีการแบ่งปันกระบวนการและความรู้กับพันธมิตรเพื่อลดต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมา กิจกรรมที่มีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และกิจกรรมที่มีการสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมเป็นรายข้อ

ความสามารถเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจกรรมมีการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี	4.31	.831	มาก
2. กิจกรรมมีการปรับกลยุทธ์นวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตลาด	4.35	.774	มาก
3. กิจกรรมมีการสื่อสารที่ดีเพื่อให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม	4.31	.809	มาก
4. กิจกรรมมีการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร	4.35	.755	มาก
5. กิจกรรมมีการกำหนดนวัตกรรมที่มีทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน	4.33	.771	มาก
โดยรวม	4.33	.671	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมด้านกลยุทธ์นวัตกรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 รองลงมา กิจกรรมมีการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และกิจกรรมมีการกำหนดนวัตกรรมที่มีทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักรู้และให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมในหลายด้าน อาทิ วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี การพัฒนาความรู้ ความรู้จากภายนอก การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมรายบุคคล ความร่วมมือ และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ซึ่งผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายนักวิชาการในหลากหลายบริบทธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Gaurav et al. (2023) ที่ได้พัฒนาเครื่องมือวัดความสามารถเชิงนวัตกรรมในระดับทีม (Team Innovation Capability) โดยพบว่าทีมที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ การนำไปปฏิบัติ และการเรียนรู้มีแนวโน้มแสดงความสามารถเชิง

นวัตกรรมในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ นอกจากนี้ งานวิจัยของ Mendoza-Silva (2021) ซึ่งเป็นการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ได้เสนอว่า ปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาความสามารถเชิงนวัตกรรม ได้แก่ การจัดการองค์ความรู้ การสื่อสาร ภายในองค์กร และวัฒนธรรมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลง โดยองค์กรที่สามารถจัดการองค์ประกอบ เหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มักจะมีระดับความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มาก ขณะเดียวกัน Wu and Gao (2022) ได้ศึกษาความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กรและพบว่า องค์กรที่มี ระบบข้อมูลสารสนเทศที่แข็งแกร่งและสามารถบูรณาการความรู้ภายในได้ดี จะมีศักยภาพในการสร้าง นวัตกรรมและผลักดันการดำเนินงานนวัตกรรมแบบเปิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยระดับความ คิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงการตระหนักรู้และการสนับสนุนระบบ เหล่านี้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ สอดคล้องกับ Gullmark (2021) ที่ศึกษาความสามารถเชิงนวัตกรรม ในภาครัฐ โดยชี้ว่าองค์กรที่สามารถรับรู้และคว้าโอกาสได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถแสดง ความสามารถเชิงนวัตกรรมได้ในระดับมาก ซึ่งสะท้อนถึงความพร้อมขององค์กรในการสร้างสรรค์ แนวทางใหม่ ๆ และปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ระดับความคิดเห็นที่สูงในงานวิจัยของผู้วิจัยจึง สะท้อนให้เห็นว่าองค์กรในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพในการพัฒนาองค์ประกอบเชิงนวัตกรรมในหลายมิติ ดังนั้น ระดับความคิดเห็นที่อยู่ในระดับมากเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมในงานวิจัยนี้จึงเป็นสิ่งที่ สนับสนุนโดยผลการศึกษาหลายชิ้นที่ผ่านมา ซึ่งช่วยยืนยันว่าแนวโน้มในการพัฒนาความสามารถ เชิงนวัตกรรมในระดับองค์กรยังคงมีความสำคัญและได้รับความสนใจในหลายภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง



2. ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบด้วยด้านคุณภาพ ด้านต้นทุน และด้านความแตกต่าง ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันในตารางที่ 4.15-4.18 ดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมและเป็นรายด้าน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านคุณภาพ	4.25	.708	มาก
2. ด้านต้นทุน	4.23	.713	มาก
3. ด้านความแตกต่าง	4.29	.700	มาก
โดยรวม	4.26	.654	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมเป็นรายด้าน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา ด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพเป็นรายข้อ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือสูงกว่าคู่แข่ง	4.24	.923	มาก
2. กิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	4.26	.789	มาก
3. กิจการที่มีคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สามารถช่วยลดการคืนสินค้าและการร้องเรียน	4.24	.873	มาก
4. กิจการมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพช่วยที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด	4.29	.811	มาก

ตารางที่ 4.16 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพเป็นรายข้อ (ต่อ)

5. กิจการสร้างความรักดีของลูกค้าได้ดีผ่านคุณภาพของสินค้าหรือบริการ	4.25	.855	มาก
โดยรวม	4.25	.708	มาก

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านคุณภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพช่วยที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมา กิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือสูงกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 และกิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุนเป็นรายข้อ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการบริหารต้นทุนที่ดีสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.21	.844	มาก
2. กิจการสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	4.30	.797	มาก
3. กิจการสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้ดีกว่าคู่แข่ง	4.18	.869	มาก
4. กิจการมีการลดต้นทุนในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ	4.24	.859	มาก
โดยรวม	4.23	.713	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านต้นทุน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมา กิจการมีการลดต้นทุนในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และกิจการมีการบริหารต้นทุนที่ดีสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่างเป็นรายข้อ

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงเหนือกว่าคู่แข่ง	4.26	.850	มาก
2. กิจการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านสินค้าหรือบริการที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้า	4.34	.775	มาก
3. กิจการมีการพัฒนาบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความประทับใจของลูกค้า	4.30	.817	มาก
4. กิจการมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการอยู่เสมอ	4.29	.848	มาก
5. กิจการมีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.29	.816	มาก
โดยรวม	4.29	.700	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความแตกต่าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านสินค้าหรือบริการที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 รองลงมา กิจการมีการพัฒนาบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความประทับใจของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 และกิจการมีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในหลายด้าน ด้านต้นทุน ด้านคุณภาพ ด้านความแตกต่าง ซึ่งผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายนักวิชาการในหลากหลายบริบทธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ สุดใจ ปานพรม และทองสุข แก้วนิล (2566) การศึกษานี้สำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการในจังหวัดนครปฐมเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริการและความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่ง

สะท้อนถึงการตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความแตกต่างและตอบสนองต่อลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ในทำนองเดียวกัน จิตรลดา พันธุ์พนาสกุล และวรลักษณ์ ลลิตศิริวิมล (2563) ทำการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมการผลิตไม้ทดแทนธรรมชาติ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการสร้างความแตกต่างและการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด นอกจากนี้ กัลยารัตน์ อธิระธนชัยกุล และอมรรักษ์ สวนชุมพล (2566) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้าประเภทการขายส่ง - การขายปลีกของประเทศไทย พบว่า ความสามารถในการปรับตัวและการใช้เทคโนโลยีมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก ดังนั้น อรทัย ศรีสุวรรณ (2561) ได้ทำวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็วและการควบคุมต้นทุน ซึ่งเน้นถึงความสำคัญของการปรับตัวและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ

3. ผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานด้านการเงิน ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน และผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต ดังแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ในตารางที่ 4.19-4.24 ดังนี้

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยภาพรวมและเป็นรายด้าน

ผลการดำเนินงานขององค์กร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านการเงิน	4.26	.687	มาก
2. ด้านลูกค้า	4.27	.722	มาก
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.32	.678	มาก
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	4.23	.732	มาก
โดยรวม	4.27	.661	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ภาพรวมเป็นรายข้อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 รองลงมา ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และด้านการเรียนรู้และการเติบโต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านการเงินเป็นรายข้อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านการเงิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการติดตามรายได้และยอดขายที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ	4.28	.905	มาก
2. กิจการมีการสร้างอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี	4.26	.797	มาก
3. กิจการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร	4.25	.873	มาก
4. กิจการสามารถสร้างสรรค์ผลกำไรได้เป็นอย่างดีเพื่อเสริมสร้างโอกาสการเติบโต	4.21	.835	มาก
5. กิจการมีการปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร	4.33	.764	มาก
โดยรวม	4.26	.687	มาก

จากตาราง 4.20 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีการปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา กิจการมีการติดตามรายได้และยอดขายที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และกิจการมีการสร้างอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านลูกค้าเป็นรายชื่อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านลูกค้า	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมได้ดี	4.23	.882	มาก
2. กิจการมีการดึงดูดลูกค้าใหม่ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ ตอบโจทย์	4.29	.816	มาก
3. กิจการมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง	4.23	.886	มาก
4. กิจการให้บริการที่มีด้านเวลา คุณภาพ การใช้งานเพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.31	.826	มาก
5. กิจการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามข้อเสนอแนะจาก ลูกค้า	4.31	.808	มาก
โดยรวม	4.27	.722	มาก

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นด้วย
เกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 เมื่อ
พิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก
ดังนี้ กิจการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามข้อเสนอแนะจากลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31
รองลงมา กิจการให้บริการที่มีด้านเวลา คุณภาพ การใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และกิจการมีการดึงดูดลูกค้าใหม่ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายในเป็นรายชื่อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการพัฒนากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	4.29	.837	มาก
2. กิจการสามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการตรงตามเวลาที่กำหนด	4.33	.810	มาก
3. กิจการมีระบบการจัดแบ่งงานและการทำงานที่ชัดเจน	4.33	.800	มาก
4. กิจการมีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	4.36	.796	มาก

ตารางที่ 4.22 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านกระบวนการภายในเป็นรายข้อ (ต่อ)

5. กิจการมีการบรรลุกระบวนการสำคัญสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้	4.28	.794	มาก
โดยรวม	4.32	.678	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านกระบวนการภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจการมีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 รองลงมา กิจการมีระบบการจัดแบ่งงานและการทำงานที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และกิจการสามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการตรงตามเวลาที่กำหนด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโตเป็นรายข้อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. กิจการมีการลงทุนในการพัฒนาทักษะและฝึกอบรมพนักงานอย่างเพียงพอ	4.19	.899	มาก
2. กิจการมีการพัฒนาระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี	4.27	.822	มาก
3. กิจการมีใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการดำเนินงานช่วยส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตขององค์กร	4.23	.867	มาก
4. กิจการมีการสร้างแรงกระตุ้นของพนักงานในการให้รางวัลแก่ผู้ที่มีผลงานดี	4.22	.848	มาก
5. กิจการมีติดตามผลการปฏิบัติงานช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานในองค์กร	4.24	.895	มาก
โดยรวม	4.23	.732	มาก

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร ด้านการเรียนรู้และการเติบโต โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ กิจกรรมมีการพัฒนาระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 รองลงมา กิจกรรมมีติดตามผลการปฏิบัติงานช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานในองค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และกิจกรรมมีใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการดำเนินงานช่วยส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตขององค์กร ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมาก ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการมีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและสามารถบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในหลายด้าน อาทิ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ซึ่งผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของหลายนักวิชาการในหลากหลายบริบทธุรกิจ

การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Gyurák Babel'ová et al. (2020) ซึ่งสำรวจความคิดเห็นของพนักงานในกลุ่มธุรกิจหลากหลายรุ่นในประเทศสโลวาเกีย พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะในด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างยั่งยืน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการรักษาพนักงานที่มีคุณภาพและส่งเสริมให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ในทำนองเดียวกัน Mansor et al. (2023) ศึกษาผลกระทบของการมีส่วนร่วมของพนักงานในภาคธุรกิจบริการในประเทศมาเลเซีย พบว่า พนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยที่มีผลสำคัญคือภาวะผู้นำ การสื่อสารภายใน และการให้คุณค่าแก่พนักงาน ซึ่งสะท้อนความพร้อมขององค์กรในการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ส่งผลต่อผลลัพธ์เชิงบวก นอกจากนี้ Deepalakshmi et al. (2024) ได้ศึกษาผลการดำเนินงานขององค์กรในมุมมองด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า พนักงานในหลายองค์กรมีระดับความคิดเห็นในด้านประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมในระดับมาก โดยองค์กรที่ประสบความสำเร็จมักมีระบบการส่งเสริมความผูกพันและแรงจูงใจภายในองค์กรที่ดี ซึ่งช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานในระยะยาว ดังนั้น Cui (2025) ที่ศึกษาบริษัทเทคโนโลยีในประเทศจีน พบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการดำเนินงานขององค์กรอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในองค์กรที่มีการจัดการองค์ความรู้แบบไดนามิกและมีการใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อเสริมสร้างกระบวนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4.4 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IN) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) พบว่าทั้งสองตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันเท่ากับ 0.845 ซึ่งอยู่ในระดับสูง และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่ามีคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 ซึ่งอาจแสดงถึงความเสี่ยงของปัญหา Multicollinearity แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้ใช้ตัวแปรทั้งสองร่วมกันในฐานะตัวแปรต้นภายในโมเดลเดียวกัน จึงยังไม่ถือว่าเกิดปัญหาความเสี่ยงของปัญหา Multicollinearity ในตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรม ต่อตัวแปรตามของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

	IN	CA
IN	1	0.845**
CA	-	1

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีรายละเอียดในตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-value	p-value
	B	Std. Error	(β)		
(Constant)	0.365	0.130	-	2.806	0.005
ความสามารถเชิงนวัตกรรม	0.920	0.030	0.849*	30.508	0.000
รูปแบบธุรกิจ	-0.032	0.038	-0.024	-0.849	0.396
สถานที่ตั้ง	-0.027	0.038	-0.020	-0.700	0.484
ตัวแปรตาม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน					
R = 0.846, R ² = 0.716, Adj R ² = 0.714, F = 311.853, Durbin-Watson = 2.002, p = 0.000					
หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05					

จากตารางที่ 4.25 ความสามารถเชิงนวัตกรรม(IN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน(CA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.849$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.846 และสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ร้อยละ 71.4 (Adjusted R Square = 0.714) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันที่พิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.002 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.50-2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) แสดงว่าความคาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความเป็นอิสระต่อกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H1

ผลการวิเคราะห์ที่ควบคุมตัวแปรด้านรูปแบบธุรกิจ (บริษัท เทียบกับกลุ่มห้างหุ้นส่วน/เจ้าของคนเดียว) และสถานที่ตั้งของกิจการ (นครราชสีมา เทียบกับบุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรควบคุมทั้งสองกลุ่มไม่มีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะรูปแบบธุรกิจซึ่งไม่พบความแตกต่างเชิงผลลัพธ์ระหว่างกิจการที่จัดตั้งในรูปบริษัทกับกิจการที่อยู่ในรูปห้างหุ้นส่วนหรือเจ้าของคนเดียว ($p = 0.396$) ส่วนสถานที่ตั้ง จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ และชัยภูมิ ($p = 0.484$) ไม่แสดงผลลัพธ์ที่แตกต่างจากจังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ สะท้อนว่าไม่ว่าธุรกิจจะอยู่ในรูปแบบใดหรือในจังหวัดใดในกลุ่มพื้นที่ศึกษาความสามารถเชิงนวัตกรรมยังคงมีบทบาทเชิงบวกอย่างชัดเจนต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างสม่ำเสมอในทุกบริบท

จากผลการวิจัยสรุปได้ ว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นแนวคิดในการรวบรวมข้อมูลทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งถูกนำมาใช้สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นส่งเสริมความสามารถเชิงนวัตกรรมและกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นแนวทางในการดำเนินงานที่ส่งเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ sukcharoen and boonwong (2022) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยองค์กรที่สามารถพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพจะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน ซึ่งนำไปสู่ความสามารถในการแข่งขันที่มั่นคงในระยะยาว ลักษณะเดียวกัน Alghamdi and Agag (2023) พบว่าความสามารถเชิงนวัตกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำมาปรับใช้ในกลยุทธ์องค์กร ช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจผ่านการปรับตัวอย่างรวดเร็วต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการมีนวัตกรรมที่แข็งแกร่งไม่เพียงแต่เพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินงาน แต่ยังส่งผลโดยตรงต่อความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ในตลาด

ขณะเดียวกัน Ferreira, Coelho and Moutinho (2020) ก็เสนอว่านวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน โดยองค์กรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมสูงสามารถพัฒนาแนวคิดใหม่ ผลิตภัณฑ์ใหม่ และวิธีการทำงานที่สร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ Wu and Lin (2024) ยังยืนยันว่าความสามารถในการนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการต่าง ๆ ช่วยให้องค์กรสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างต่อเนื่อง โดยชี้ว่าองค์กรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมโดดเด่นจะสามารถปรับตัวเข้ากับตลาดที่

เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และสร้างคุณค่าในแบบที่คู่แข่งเลียนแบบได้ยากและรักษาความได้เปรียบไว้ได้ในระยะยาว

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรควบคุม ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ (บริษัท กับ ห้างหุ้นส่วน/เจ้าของคนเดียว) และสถานที่ตั้งของกิจการ (นครราชสีมา เทียบกับบุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ) ไม่มีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกับข้อค้นพบในงานวิจัยก่อนหน้านี้หลายชิ้นที่ระบุว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างธุรกิจและที่ตั้งภูมิศาสตร์ไม่ใช่ตัวกำหนดหลักของความสำเร็จในองค์กรขนาดเล็กหรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หากองค์กรมีศักยภาพภายในที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะด้านนวัตกรรมและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ในลักษณะเดียวกัน Tran et al. (2023) ศึกษาในประเทศเวียดนามพบว่า แม้องค์กรจะมีรูปแบบธุรกิจหรือสถานที่ตั้งที่แตกต่างกัน แต่หากมีระดับความสามารถเชิงนวัตกรรมสูงและมีการยกระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีระบบย่อมสามารถสร้างผลการดำเนินงานที่โดดเด่นได้อย่างไม่ขึ้นกับโครงสร้างองค์กรหรือที่ตั้งกิจการ ข้อค้นพบนี้ยังสอดคล้องกับ Le and Pham (2022) ซึ่งเน้นว่าการส่งออกของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ขึ้นอยู่กับทำเลหรือขนาดธุรกิจ แต่ขึ้นกับนวัตกรรมและกลยุทธ์การขยายตลาดต่างประเทศเป็นสำคัญ นอกจากนี้ Heredia Pérez et al. (2019) ศึกษาวิสาหกิจในประเทศชิลีและเปรู ก็รายงานในทำนองเดียวกันว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และความสามารถด้านนวัตกรรมมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานมากกว่าปัจจัยด้านภูมิศาสตร์หรือโครงสร้างองค์กร เช่นเดียวกับ Tran and Vu (2024) ที่ชี้ว่า ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเวียดนามขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการองค์ความรู้และการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ไม่ได้ขึ้นกับรูปแบบธุรกิจหรือสถานที่ตั้ง

4.5 ผลการทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IN) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) และผลการดำเนินงานขององค์กร (OP) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.845 - 0.885 ซึ่งอยู่ในระดับสูงและทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่ามีคู่ที่มีค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.70 ซึ่งอาจแสดงถึงปัญหา Multicollinearity ในตารางที่ 4.26

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่าความสัมพันธ์ในระดับที่สูงของตัวแปรต้นอาจส่งผลกระทบรุนแรงในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ โดยใช้ค่าสถิติ คือ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นพบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (> 0.5) และ ค่า Variance Inflation Factor ของตัวแปรต้นทุกตัวมีค่า น้อยกว่า 10 (James et al., 2021) ดังนั้นจึงสรุปได้ ว่าตัวแปรต้นทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร

	IN	CA	OP
IN	1	0.845**	0.851**
CA		1	0.885**
OP			1

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.27 แสดงการตรวจสอบตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร

ตัวแปรต้น	Tolerance	VIF
IN	0.285	3.507
CA	0.285	3.507

ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีรายละเอียดในตารางที่ 4.28

ตารางที่ 4.28 ผลการทดสอบบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t-value	p-value
	B	Std. Error	(β)		
(Constant)	0.142	0.104	-	1.362	0.174
ความสามารถเชิงนวัตกรรม	0.389	0.045	0.361*	8.685	0.000
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน	0.578	0.041	0.581*	14.034	0.000
รูปแบบธุรกิจ	-0.016	0.030	-0.012	-0.545	0.586
สถานที่ตั้ง	0.010	0.030	0.008	0.335	0.738

ตัวแปรตาม ผลการดำเนินงานขององค์กร

$R = 0.906$, $R^2 = 0.820$, $\text{Adj } R^2 = 0.818$, $F = 421.797$, $\text{Durbin-Watson} = 2.041$, $p = 0.001$

หมายเหตุ *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 ความสามารถเชิงนวัตกรรม (IN) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (OP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.361$) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (OP) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.581$) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) เท่ากับ 0.906 และสามารถเสริมสร้างผลการดำเนินงานขององค์กรได้ร้อยละ 81.8 (Adjusted R Square = 0.818) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าความคาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันที่พิจารณาจากค่า Durbin-Watson มีค่าเท่ากับ 2.041 ซึ่งอยู่ระหว่าง 1.50-2.50 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2559) แสดงว่าความคาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรมีความเป็นอิสระต่อกัน จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ H2 และ H3

ผลการวิเคราะห์ที่ควบคุมตัวแปรด้านรูปแบบธุรกิจ (บริษัท เทียบกับกลุ่มห้างหุ้นส่วน/เจ้าของคนเดียว) และสถานที่ตั้งของกิจการ (นครราชสีมา เทียบกับบุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรควบคุมทั้งสองกลุ่มไม่มีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะรูปแบบธุรกิจซึ่งไม่พบความแตกต่างเชิงผลลัพธ์ระหว่างกิจการที่จัดตั้งในรูปบริษัทกับกิจการที่อยู่ในรูปห้างหุ้นส่วนหรือเจ้าของคนเดียว ($p = 0.586$) ส่วนสถานที่ตั้ง จังหวัดสุรินทร์ จังหวัดบุรีรัมย์ และชัยภูมิ ($p = 0.738$) ไม่แสดงผลลัพธ์ที่แตกต่างจากจังหวัดนครราชสีมาอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ สะท้อนว่าไม่ว่าธุรกิจจะอยู่ในรูปแบบใดหรือในจังหวัดใดในกลุ่มพื้นที่ศึกษา ความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันยังคงมีบทบาทเชิงบวกอย่างชัดเจนต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างสม่ำเสมอในทุกบริบท

จากผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยการรวบรวมและใช้ข้อมูลความสามารถเชิงนวัตกรรมช่วยกำหนดทิศทางการบริหารจัดการและพัฒนากลยุทธ์องค์กรเพื่อประสิทธิภาพผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Somwethee et al. (2023) ยืนยันความเชื่อมโยงดังกล่าว โดยพบว่าองค์กรที่มีความสามารถในการคิดค้นและนำแนวคิดใหม่มาปรับใช้ สามารถยกระดับผลการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนขององค์กรอย่างชัดเจน ในทำนองเดียวกัน Wijaya et al. (2024) พบว่าในกลุ่มธุรกิจอาหารขนาดกลางและขนาดย่อม ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยเฉพาะเมื่อองค์กรมีการพัฒนาสินค้า กระบวนการ หรือแนวทางการดำเนินงานใหม่ ๆ ซึ่งช่วยให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Osiyevskyy et al. (2025) ยังชี้ว่า การจัดการนวัตกรรมในระดับกลยุทธ์ โดยมุ่งเน้นที่การสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ และการนำนวัตกรรมไปใช้จริง มีส่วนสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด

ย่อมที่ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว Chaudhuri et al. (2023) ก็เสนอข้อค้นพบในแนวเดียวกันว่า องค์กรที่มีความสามารถเชิงนวัตกรรมสูงจะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อสามารถนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อสนับสนุนการพัฒนา นวัตกรรม ซึ่งนำไปสู่ผลลัพธ์ด้านการดำเนินงานที่ดีขึ้นในระยะยาว

จากผลการวิจัยสรุปได้ ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางกลยุทธ์ธุรกิจสำหรับองค์กรขนาดกลางและขนาดย่อม โดยกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบโดยตรงในการปรับปรุงและยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Achmad and Wiratmadja (2025) ซึ่งศึกษาในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้วิจัยเห็นว่า องค์กรที่มีความโดดเด่นในตลาดหรือสามารถพัฒนาจุดแข็งเชิงกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน จะสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ กำไร และความยั่งยืนทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม ลักษณะเดียวกัน Wang et al. (2022) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ระบบเหมืองข้อมูล (data mining systems) และความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร เมื่อองค์กรสามารถใช้ข้อมูลเพื่อพัฒนาขีดความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์และการประเมินผลอย่างแม่นยำ จะส่งผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ Chatterjee et al. (2021) ได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับการใช้ระบบบริหารลูกค้าสัมพันธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI-based CRM) ในองค์กร B2B และพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี AI ส่งผลโดยตรงต่อการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น องค์กรที่สามารถรักษาความได้เปรียบเหนือคู่แข่งได้ จะมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จในด้านผลประกอบการมากกว่า นอกจากนี้ Fakhreddin, et al. (2024) ได้ศึกษาผลกระทบของการบริหารจัดการลูกค้ารายสำคัญ (Key Account Management) ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยพบว่า การใช้ความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ตัวแปรควบคุม ได้แก่ รูปแบบธุรกิจ (บริษัท เทียบกับห้างหุ้นส่วน/เจ้าของคนเดียว) และสถานที่ตั้งของกิจการ (นครราชสีมา เทียบกับบุรีรัมย์ สุรินทร์ และชัยภูมิ) ไม่มีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบจากงานวิจัยระดับนานาชาติหลายฉบับที่ชี้ว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กรหรือภูมิศาสตร์ ไม่ใช่ตัวกำหนดหลักของผลลัพธ์ในเชิงกลยุทธ์ หากแต่องค์กรที่มีศักยภาพภายในที่แข็งแกร่ง โดยเฉพาะด้านนวัตกรรมและความสามารถเชิงกลยุทธ์ จะสามารถขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ลักษณะเดียวกัน Tran, Vo and Thai (2023) ได้ศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศเวียดนาม และพบว่า ความสามารถด้านนวัตกรรมมีอิทธิพลสูงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยไม่ขึ้นกับลักษณะทางกายภาพหรือรูปแบบธุรกิจ ในขณะที่ Le and Pham (2022) ชี้ว่าการส่งออกของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือทำเลที่ตั้ง แต่พึ่งพากลยุทธ์นวัตกรรมและการยกระดับศักยภาพทางการตลาดเป็นสำคัญ นอกจากนี้ Tran and Vu (2024) พบว่า ความสามารถในการจัดการความรู้และการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยชี้ขาดต่อผลการดำเนินงาน โดยที่สถานที่ตั้งขององค์กรไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญแต่อย่างใด เช่นเดียวกับ Heredia Pérez et al. (2019) ซึ่งศึกษากลุ่มธุรกิจในประเทศชิลีและเปรู และพบว่า ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์และโครงสร้างทางธุรกิจมีบทบาทน้อยกว่าความสามารถด้านนวัตกรรมในกระบวนการผลิตและการตอบสนองต่อตลาด สอดคล้องกับผลของ Van de Wetering et al. (2023) ที่ระบุว่า โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและขีดความสามารถเชิงพลวัตขององค์กรมีอิทธิพลสำคัญในการผลักดันผลลัพธ์ของธุรกิจ มากกว่าปัจจัยด้านสถานที่หรือรูปแบบทางกฎหมายของกิจการ

นอกจากนี้ Alshahrani and Salam (2023) ยังชี้ให้เห็นว่า ความสามารถในการดูดซับความรู้ (absorptive capacity) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งของขีดความสามารถภายในองค์กรที่มีความเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ การประยุกต์ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจในภาคการผลิต แม้จะมีการควบคุมตัวแปรด้านโครงสร้างขององค์กรและที่ตั้งภูมิภาคไว้ในแบบจำลองแล้วก็ตาม ข้อค้นพบนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า ขีดความสามารถเชิงนวัตกรรมและความรู้ขององค์กร มีบทบาทเป็นปัจจัยขับเคลื่อนผลลัพธ์เชิงกลยุทธ์ได้อย่างชัดเจน โดยไม่ขึ้นอยู่กับรูปแบบธุรกิจหรือทำเลที่ตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ในงานวิจัยฉบับนี้

4.6 ผลการทดสอบความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรต้นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้ง 3 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.845 - 0.885 ซึ่งอยู่ในระดับสูงและทั้งหมดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาโดยรวมพบว่ามีความสัมพันธ์มากกว่า 0.70 ซึ่งอาจแสดงถึงปัญหา Multicollinearity ในตารางที่ 4.29

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่าความสัมพันธ์ในระดับที่สูงของตัวแปรต้นอาจส่งผลกระทบต่อแรงในการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ดังนั้น เพื่อตรวจสอบว่าการแทนค่าตัวแปรในสมการตัวแบบจะไม่เกิด Multicollinearity การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ โดยใช้ค่าสถิติ คือ Tolerance และ ค่า Variance Inflation Factor (VIF) จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นพบว่าค่า Tolerance ของตัวแปรต้นทุกตัวมีค่าไม่ใกล้ศูนย์ (> 0.5) และ ค่า Variance Inflation Factor ของตัวแปรต้นทุกตัวมีค่า น้อยกว่า 10 (James et al., 2021) ดังนั้นจึงสรุปได้ ว่าตัวแปรต้นทุกตัวไม่มีระดับความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ในตารางที่ 4.30

ตารางที่ 4.29 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร

	IN	CA	OP
IN	1	0.845**	0.851**
CA	-	1	0.885**
OP	-	-	1

** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.30 แสดงการตรวจสอบตัวแปรต้นของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน ต่อตัวแปรตามของผลการดำเนินงานขององค์กร

ตัวแปรต้น	Tolerance	VIF
IN	0.285	3.507
CA	0.285	3.507

ผู้วิจัยสามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูลความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยมีรายละเอียดในตารางที่ 4.31

ตารางที่ 4.31 ผลการทดสอบบทบาทคั่นกลางของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง	อิทธิพลทางอ้อม	ผลการทดสอบสมมติฐาน
IN → CA	0.8455*	-	-
IN → OP	0.3595*	-	-
CA → OP	0.5810*	-	-
IN → CA → OP	-	0.4912*	สนับสนุนบางส่วน

หมายเหตุ IN หมายถึง ความสามารถเชิงนวัตกรรม
CA หมายถึง ความได้เปรียบทางการแข่งขัน
OP หมายถึง ผลการดำเนินงานของธุรกิจ
*p-value < 0.05

จากตารางที่ 4.31 ความสามารถเชิงนวัตกรรม(IN) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร(OP) ผ่านตัวแปรคั่นกลางความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.4912$, $p < 0.05$) จากผลการวิเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediator) ระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร และเป็นเหตุผลสนับสนุนให้ ยอมรับสมมติฐาน H4 ซึ่งผลการวิเคราะห์นี้ยังแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 สามารถนำมาใช้เพื่อการวางแผนบริหารจัดการองค์กรทั้งในด้านการ

พัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรม และการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างเหมาะสม อันจะส่งผลต่อการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับการศึกษาในอดีตของ Wakgari and Bali (2024) ซึ่งศึกษาวิสาหกิจประเทศเอธิโอเปีย พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมเพียงลำพังไม่สามารถยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรได้ เว้นแต่จะถูกแปลงเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันเสียก่อน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร การสร้างรายได้เปรียบจากนวัตกรรมจึงกลายเป็นกลไกหลักในการยกระดับขีดความสามารถขององค์กร ทำนองเดียวกัน Hwang and Shin (2019) พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีบทบาทในการส่งผ่านศักยภาพภายในองค์กรไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะองค์กรที่มีความโดดเด่นด้านการคิดค้นและพัฒนา จะสามารถสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งได้ชัดเจน ซึ่งความสามารถในด้านนี้มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ และยังส่งผลต่อความสำเร็จของผลดำเนินงานขององค์กรในภาพรวม ซึ่งพบว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมสามารถถ่ายทอดผลเชิงบวกไปยังผลการดำเนินงาน ผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางบางส่วน

นอกจากนี้ Otache (2024) ได้ศึกษากลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเทศไนจีเรีย สนับสนุนผลการวิเคราะห์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ที่พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันมีบทบาทเป็นตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediator) ระหว่าง ความสามารถเชิงนวัตกรรมกับผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า ความสามารถในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่และความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ ช่วยให้องค์กรสามารถแปลงนวัตกรรมให้เป็นข้อได้เปรียบเหนือคู่แข่ง เช่น การตอบสนองที่รวดเร็วต่อความต้องการของลูกค้า และการลดต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งท้ายที่สุดแล้ว สามารถส่งผลต่อผลการดำเนินงานได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ผ่านกลไกของความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ผลการวิจัยของ Kumera, Amentie and Bali (2024) สนับสนุนผลการวิเคราะห์ของการศึกษานี้ โดยพบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะตัวแปรคั่นกลางบางส่วน (Partial Mediator) การศึกษาดังกล่าวดำเนินกับธุรกิจการผลิตในนิคมอุตสาหกรรมของเอธิโอเปีย ซึ่งพบว่ากรนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีไปใช้ เช่น การปรับปรุงกระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยให้องค์กรสร้างความแตกต่าง ลดต้นทุน และยกระดับประสิทธิภาพ ส่งผลให้ความสามารถเชิงนวัตกรรมไม่เพียงส่งผลโดยตรงต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ แต่ยังส่งผ่านความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์การวิจัย 5 วัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 2. เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 3. เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 4. เพื่อทดสอบผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 จากประชากร กลุ่มตัวอย่างจำนวน 375 ราย สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย
- 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปผลการทดสอบ

ตารางที่ 5.1 สรุปผลการทดสอบตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ตัวแปร	ผลการ	สมมติฐาน
วัตถุประสงค์ที่ 2			
เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1			
H1	IN $\rightarrow$ CA	ยอมรับ	มีอิทธิเชิงบวก
วัตถุประสงค์ที่ 3			
เพื่อทดสอบผลกระทบของความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1			
H3	CA $\rightarrow$ OP	ยอมรับ	มีอิทธิเชิงบวก
วัตถุประสงค์ที่ 4			
เพื่อทดสอบผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1			
H4	IN $\rightarrow$ CA $\rightarrow$ OP	ยอมรับ	สนับสนุน ตัวแปรคั่นกลาง บางส่วน (Partial Mediator)

5.1.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ตำแหน่งที่ปัจจุบันส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ และประสบการณ์ทำงานส่วนใหญ่อยู่ที่ 5-10 ปี

5.1.3 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก เฉียงเหนือตอนล่าง 1

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ พบว่า มีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจมากกว่า 8 ปี รูปแบบของธุรกิจส่วนใหญ่ คือ บริษัท หุนจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ที่ 1,000,000-5,000,000 บาท จำนวนพนักงานส่วนใหญ่มี 11-50 คน และสถานที่ตั้งส่วนใหญ่ คือ นครราชสีมา

5.1.4 ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมความได้เปรียบ ทางการแข่งขัน ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

1. ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ประกอบด้วย 9 ด้าน ได้แก่ 1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม 2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร 3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี 4. การพัฒนาความรู้ 5. ความรู้จากภายนอก 6. การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง 7. กิจกรรมรายบุคคล 8. ความร่วมมือ 9. กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม พบว่า ภาพโดยรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 รองลงมา คือ ด้านการปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านกิจกรรมรายบุคคล มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านวัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านความรู้จากภายนอก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านแนวความคิดและโครงสร้างองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านการพัฒนาความรู้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ด้านบรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และด้านความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 ตามลำดับ

2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ 2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน 3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง พบว่า โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 ด้านคุณภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 และด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กรที่ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1. ผลการดำเนินงานด้านการเงิน 2. ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า 3. ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน 4. ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต พบว่า โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า รายด้านที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการภายในมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และด้านการเรียนรู้และการเติบโต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ตามลำดับ

5.1.5 ความสามารถเชิงนวัตกรรมมีผลกระทบต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัยแสดงให้เห็นว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐาน H1) โดยความสามารถเชิงนวัตกรรมในฐานะปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

5.1.6 ความสามารถเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขันมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐาน H2) โดยความสามารถเชิงนวัตกรรมในฐานะปัจจัยหลักที่ส่งเสริมให้เกิดผลดำเนินงานขององค์กร และจากผลการวิเคราะห์ของผู้วิจัย พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ยอมรับสมมติฐาน H3) โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นฐานะปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กร

5.1.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเป็นตัวแปรคั่นกลางของความได้เปรียบทางการแข่งขันระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

จากการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลความเป็นตัวแปรคั่นกลางของความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างความสามารถเชิงนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กร (ยอมรับสมมติฐาน H4) โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันถ่ายทอดอิทธิพลของความสามารถเชิงนวัตกรรมไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรได้เพียงบางส่วน (Partial Mediator)

5.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการส่งเสริมศักยภาพด้านความสามารถเชิงนวัตกรรมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถได้เปรียบทางการแข่งขัน และยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจเหล่านี้ โดยในด้านประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions) การศึกษาได้บูรณาการทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อขยายองค์ความรู้ใหม่ในประเด็นที่ยังมีข้อจำกัด และเสริมความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ขณะเดียวกันในมุมมองของผู้บริหารงานวิจัยนี้ก่อให้เกิด ประโยชน์เชิงการจัดการ (Managerial Contributions) โดยองค์ความรู้ที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน เพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์หรือกำหนดแนวทางการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.1 ประโยชน์เชิงทฤษฎี (Theoretical Contributions)

1. งานวิจัยครั้งนี้มีความโดดเด่นในแง่ของการสะท้อนมุมมองที่มีคุณค่าจากผู้ประกอบการในภาคการค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยส่วนใหญ่แสดงความเห็นในระดับสูงต่อแนวคิดหลักทั้งสามด้าน ได้แก่ ความสามารถเชิงนวัตกรรม ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และผลการดำเนินงานขององค์กร ความคิดเห็นเหล่านี้ไม่ใช่เพียงข้อมูลเชิงปริมาณ หากยังแฝงไว้ด้วยประสบการณ์จริงจากการบริหารธุรกิจ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อย่างเป็นรูปธรรมในภาคปฏิบัติ โดยเฉพาะในมิติของ ความสามารถเชิงนวัตกรรม ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการมีภาวะผู้นำที่เปิดกว้าง วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการเรียนรู้จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการปรับตัวให้ทันต่อสถานะเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ องค์กรที่มีบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ มีความร่วมมือทั้งภายในและภายนอก และมีกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่ชัดเจนย่อมสามารถขับเคลื่อนนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสะท้อนว่าผู้ประกอบการตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างนวัตกรรมกับศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรอย่างแท้จริง ต่อเนื่องจากนั้น ความสามารถเชิงนวัตกรรมยังมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้เกิด ความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองเห็นว่าการจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การรักษาคุณภาพสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ และการสร้างความแตกต่างที่โดดเด่น ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งการตัดราคาหรือแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว ท้ายที่สุด แนวคิดทั้งสองด้านข้างต้นยังสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับ ผลการดำเนินงานขององค์กร ในมิติต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน ความพึงพอใจของลูกค้า กระบวนการภายในที่มีประสิทธิภาพ และการเรียนรู้ของบุคลากร ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ผู้ประกอบการยอมรับว่าเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จขององค์กรในระยะยาว กล่าวสรุปโดย ความคิดเห็นของ

ผู้ประกอบการในทุกมิตินั้น สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ และตอกย้ำว่า แนวคิดด้านนวัตกรรมและการแข่งขัน ไม่ได้เป็นเพียงกรอบทฤษฎีในเชิงวิชาการ แต่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อค้นพบเชิงทฤษฎีที่โดดเด่นอีกประการหนึ่งคือบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและสภาพแวดล้อมการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า องค์กรที่มีความพร้อมในการสร้างและประยุกต์ใช้นวัตกรรม ไม่ว่าจะผ่านการเรียนรู้ร่วมกันภายในองค์กร การเปิดรับแนวคิดจากภายนอก หรือการส่งเสริมให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ย่อมสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น และยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานได้อย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการเงิน กระบวนการภายใน หรือการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ความสามารถเชิงนวัตกรรมจึงไม่ใช่เพียงกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นอนาคต แต่เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงความมั่นคงและความยั่งยืนขององค์กรในระยะยาวอย่างแท้จริง

3. การศึกษาในครั้งนี้ยังช่วยยืนยันบทบาทของความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นระบบ โดยชี้ให้เห็นว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ได้เป็นเพียงเป้าหมายทางกลยุทธ์ แต่เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยผลักดันให้เกิดผลลัพธ์ที่จับต้องได้ในเชิงธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นด้านรายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า ประสิทธิภาพภายในองค์กร หรือการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากร การจัดหาจุดแข็งด้านต้นทุน การรักษามาตรฐานคุณภาพ และการสร้างความแตกต่างอย่างต่อเนื่อง ล้วนเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถแปลงศักยภาพเชิงกลยุทธ์ให้กลายเป็นผลการดำเนินงานที่มั่นคงและยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงมีคุณูปการในการเติมเต็มช่องว่างเชิงทฤษฎี และช่วยสร้างกรอบคิดใหม่ที่สนับสนุนให้องค์กรวางกลยุทธ์การแข่งขันอย่างมีทิศทางเพื่อมุ่งสู่ผลลัพธ์ที่วัดผลได้จริงในสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงสูง

4. ผลการศึกษายังเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรมในฐานะจุดเริ่มต้นของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างเป็นระบบ โดยชี้ให้เห็นว่า ความสามารถขององค์กรในการเรียนรู้ ปรับตัว และพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ไม่ได้ส่งผลเฉพาะด้านนวัตกรรมเท่านั้น แต่ยังแทรกซึมไปสู่กลยุทธ์การแข่งขันในทุกมิติ ทั้งด้านต้นทุน คุณภาพ และความแตกต่าง องค์กรที่มีผู้นำเปิดกว้าง สนับสนุนการมีส่วนร่วม และให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากทั้งภายในและภายนอก สามารถพัฒนาแนวทางการแข่งขันที่ตอบสนองตลาดได้แม่นยำกว่าเดิม ทำให้เข้าใจชัดเจนขึ้นว่า นวัตกรรมไม่ใช่เรื่องไกลตัวหรือเป็นเรื่องของเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่สามารถเป็นเครื่องมือในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันได้จริงในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การ

ยืนยันความสัมพันธ์นี้จึงเป็นการต่อยอดองค์ความรู้ด้านนวัตกรรมในมุมที่ผสมผสานกับกลยุทธ์ทางธุรกิจอย่างแนบแน่น และช่วยวางรากฐานทางทฤษฎีสำหรับการวางแผนยุทธศาสตร์ในองค์กรขนาดเล็ที่ต้องแข่งขันในตลาดอย่างจำกัดทรัพยากร

5. การค้นพบในครั้งนี้ได้เสริมสร้างความเข้าใจเชิงทฤษฎีให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยใช้ให้เห็นว่าความสามารถเชิงนวัตกรรมเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอที่จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่โดดเด่น หากขาดกลไกในการแปลงศักยภาพดังกล่าวให้เป็นความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้จึงเน้นย้ำถึงบทบาทของความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะ “ตัวแปรคันกลาง” ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงแนวคิดกับผลลัพธ์ กล่าวคือ องค์กรที่สามารถพัฒนาองค์ประกอบด้านนวัตกรรมได้อย่างรอบด้าน จะมีพื้นฐานที่เข้มแข็งในการออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นทุน คุณภาพ หรือความแตกต่าง ซึ่งล้วนเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางธุรกิจให้เกิดขึ้นได้จริง การยืนยันความสัมพันธ์นี้ไม่เพียงช่วยเติมเต็มช่องว่างทางทฤษฎีที่เชื่อมโยงแนวคิดด้านนวัตกรรมกับการดำเนินงานเท่านั้น แต่ยังช่วยวางรากฐานแนวคิดใหม่ที่มองความได้เปรียบทางการแข่งขันในฐานะกลไกสำคัญของการแปรนวัตกรรมให้เป็นความสำเร็จทางธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องบริหารทั้งศักยภาพภายในและการแข่งขันภายนอกไปพร้อมกันอย่างสมดุล

5.2.2 ประโยชน์เชิงการจัดการ (Managerial Contribution)

การวิจัยในครั้งนี้ได้ถูกสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่แนวทางเชิงกลยุทธ์ในการส่งเสริมความสามารถเชิงนวัตกรรมในองค์กรธุรกิจ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และยกระดับผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผล โดยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงการจัดการ ดังนี้

1. การส่งเสริมความสามารถเชิงนวัตกรรมในระดับองค์กร โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นระบบจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านองค์ความรู้ ทักษะ และกลไกการพัฒนานวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรม หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อน ได้แก่ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรมีการออกแบบกิจกรรมสนับสนุนที่ครอบคลุม เช่น การจัดอบรมเกี่ยวกับแนวคิดนวัตกรรม การพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ในองค์กร การปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ทันสมัย และการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้น การส่งเสริมลักษณะนี้จะช่วยให้ผู้บริหารและพนักงานในองค์กรมีความเข้าใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความได้เปรียบในระยะยาว ทั้งในมิติของการบริหารจัดการ การตอบสนองต่อตลาด และการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กร โดยเฉพาะเมื่อองค์กรสามารถปรับตัว

เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างคล่องตัว

2. ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทของธุรกิจในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 โดยเฉพาะการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้บริหารในระดับท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของการยกระดับขีดความสามารถเชิงนวัตกรรมในทุกมิติขององค์กร องค์กรควรมุ่งพัฒนาวัฒนธรรมที่เปิดรับแนวคิดใหม่ ๆ สร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อความคิดสร้างสรรค์ จัดระบบภายในที่ยืดหยุ่น พร้อมกับส่งเสริมการเรียนรู้ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ และควรมีการส่งเสริมให้เกิดการประสานงานและความร่วมมือระหว่างแผนกหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้ การสื่อสาร และทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการพัฒนานวัตกรรม ทั้งนี้ การปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การวางแผนเชิงกลยุทธ์ในด้านนวัตกรรม และการเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาองค์ความรู้ จะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือแนวทางการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงจุด แนวทางดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรแต่ละแห่ง หากยังสามารถขยายผลสู่การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่เข้มแข็งในระดับภูมิภาค ซึ่งจะช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างนวัตกรรมในองค์กรสามารถนำไปใช้วางแผนทางการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กร โดยเน้นทั้งด้านความรู้ภายในและภายนอก อาทิ การออกแบบโปรแกรมฝึกอบรมด้านการใช้เทคโนโลยี การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค หรือการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้พนักงานสามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้การมีส่วนร่วมของบุคลากรเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสามารถใช้ผลการวิจัยเป็นเครื่องมือในการกำหนดแนวทางส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานทุกระดับ โดยเปิดโอกาสให้เกิดการนำความรู้ ทักษะ และประสบการณ์มาพัฒนาแนวคิดใหม่ ๆ ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ บริการ และกระบวนการทำงานภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ ผลลัพธ์จากกระบวนการนี้จะช่วยสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ยกระดับผลการดำเนินงาน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

4. การปรับมุมมองผู้ประกอบการต่อการสร้างคุณค่าแก่ลูกค้า ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถทบทวนแนวคิดและพฤติกรรมการบริหารในมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะการตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างนวัตกรรมเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับลูกค้า ผ่านการพัฒนารูปแบบบริการใหม่ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และระบบการให้บริการที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้

อย่างแม่นยำ ซึ่งจะเป็นฐานสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพของลูกค้าและเสริมสร้างความยั่งยืนขององค์กร

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมุ่งทดสอบความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 พบว่า ความสามารถเชิงนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อทั้งความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผลการศึกษาดังกล่าวจึงสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในบริบทของเศรษฐกิจยุคใหม่ โดยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. เจ้าของกิจการควรจัดให้มีระบบรวบรวมความคิดเห็นของทีมงานในด้านนวัตกรรม การแข่งขัน และประสิทธิภาพของธุรกิจอย่างเป็นระบบ เช่น การใช้แบบสำรวจภายใน การประชุม ทบทวนแนวทางการบริหาร หรือการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความเห็น เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ตลาด ขณะเดียวกัน ภาคนโยบายในระดับจังหวัด และระดับประเทศควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่รวบรวมความคิดเห็นของกิจการในแต่ละพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การออกแบบมาตรการสนับสนุนที่ตอบโจทย์ต่อสภาพจริงของแต่ละกลุ่มธุรกิจ

2. ผู้บริหารของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมควรออกแบบระบบพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กรอย่างจริงจัง โดยควรมีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบนวัตกรรมอย่างชัดเจน ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ของบุคลากรทุกระดับ และจัดสรรงบประมาณเพื่อทดสอบแนวคิดใหม่ ๆ ที่สามารถต่อยอดเป็นโครงการเชิงธุรกิจได้ นอกจากนี้ สถาบันการศึกษาควรจัดให้มีกิจกรรมเชื่อมโยงกับสถานประกอบการ เช่น โครงการพัฒนานวัตกรรมร่วมกับนิสิตนักศึกษา การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือการจัดตั้งคลินิกนวัตกรรมเพื่อให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง

3. องค์กรธุรกิจในภาคการค้าควรให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าที่แตกต่างผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ และประสิทธิภาพของลูกค้า โดยอาศัยการคิดเชิงนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ เช่น การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การปรับรูปแบบธุรกิจให้ยืดหยุ่น และการใช้ข้อมูลเชิงลึกในการวางแผนตลาด ภาครัฐควรสนับสนุนให้องค์กรธุรกิจสามารถเข้าถึงแหล่งทุนเพื่อการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ ๆ พร้อมจัดหลักสูตรอบรมด้านกลยุทธ์นวัตกรรม และผลักดันให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับภาควิชาการอย่างต่อเนื่อง

4. กิจการขนาดกลางและขนาดย่อมควรใช้จุดแข็งทางการแข่งขันที่มีอยู่ เช่น ด้านต้นทุน คุณภาพ หรือความแตกต่าง มาเชื่อมโยงกับเป้าหมายด้านผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน โดยควร

จัดทำแผนกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งด้านการผลิต การตลาด และการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและเสริมความมั่นคงของธุรกิจในระยะยาว ขณะเดียวกัน หน่วยงานสนับสนุนของรัฐควรเร่งส่งเสริมองค์ความรู้ในการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์แก่กิจการในท้องถิ่น ผ่านการอบรมเชิงลึก การให้คำปรึกษาเฉพาะด้าน และการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของความสามารถเชิงนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคการค้า โดยผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่ชัดเจนระหว่างตัวแปรทั้งสาม ดังนั้นนักวิจัยในอนาคตสามารถนำกรอบแนวคิดดังกล่าวไปใช้ศึกษาต่อยอดในด้านอื่น เช่น การวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างหรือการประเมินอิทธิพลเชิงกลยุทธ์ของความสามารถเชิงนวัตกรรมในบริบทที่แตกต่างกัน

2. นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้าในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 เนื่องจากผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงปัจจัยที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาในครั้งนี้เท่านั้น แต่ยังได้รับอิทธิพลจากตัวแปรอื่น ๆ อีกมากมาย อาทิ ความสามารถเชิงพลวัต (dynamic capabilities) ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว การเข้าถึงเทคโนโลยีที่ทันสมัย การใช้สื่อดิจิทัลในการทำการตลาด การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า แรงจูงใจในการพัฒนาธุรกิจ รวมถึงการบริหารจัดการภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานขององค์กรได้เช่นกัน

3. นักวิจัยควรขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างไปยังธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคส่วนอื่น ๆ นอกเหนือจากภาคการค้า เช่น ภาคบริการ ภาคอุตสาหกรรมการผลิต และภาคการเกษตร ซึ่งมีลักษณะของการดำเนินธุรกิจ ความต้องการด้านนวัตกรรม และกลยุทธ์การแข่งขันที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาในมิติเปรียบเทียบระหว่างภาคธุรกิจจะช่วยเปิดมุมมองใหม่เกี่ยวกับบทบาทของความสามารถเชิงนวัตกรรมในแต่ละบริบท และนำไปสู่ข้อเสนอเชิงนโยบายหรือแนวปฏิบัติที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละภาคส่วนมากยิ่งขึ้น

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้จัดการและเจ้าของกิจการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า จำเป็นต้องใช้ระยะเวลามากกว่าที่วางแผนไว้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามมีภาระงานจำนวนมาก และบางรายมีความกังวลเกี่ยวกับเจตนาของงานวิจัย จึงต้องอาศัยการสร้างความเข้าใจและการอธิบายที่ชัดเจนจากนักวิจัยก่อนเริ่มตอบแบบสอบถาม อีกทั้ง ประสบการณ์และมุมมองที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล ส่งผลให้การตีความคำถามบางส่วนคลาดเคลื่อนไปจากเจตนาของผู้วิจัยบ้างในบางกรณี ดังนั้น นักวิจัยในอนาคตควรจัดเตรียมเอกสารอธิบายแนวทางการตอบแบบสอบถามอย่างกระชับ ชัดเจน และมีตัวอย่างประกอบ รวมถึงอาจพิจารณาใช้การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างร่วมด้วย เพื่อเพิ่มความเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ตอบและผู้วิจัย

2. งานวิจัยนี้จะมุ่งเน้นการเก็บข้อมูลจากผู้จัดการระดับสูงหรือเจ้าของกิจการ ซึ่งสามารถให้ภาพรวมเชิงกลยุทธ์ขององค์กรได้อย่างครอบคลุมและลึกซึ้ง แต่การมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มบริหารอาจทำให้ข้อมูลในระดับฝ่ายปฏิบัติ เช่น ฝ่ายการตลาด ฝ่ายบัญชี หรือฝ่ายฝ่ายทรัพยากรบุคคล ไม่ได้ถ่ายทอดอย่างละเอียด ทั้งที่บุคลากรในระดับเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในแต่ละมิติ ด้วยเหตุนี้ แม้ผลการวิจัยจะสามารถสะท้อนภาพรวมของการจัดการนวัตกรรมในภาคธุรกิจได้อย่างชัดเจน แต่หากต้องการให้ข้อมูลครอบคลุมทั้งเชิงกลยุทธ์และเชิงปฏิบัติมากขึ้น การวิจัยในอนาคตควรพิจารณาเก็บข้อมูลจากหลายระดับขององค์กรควบคู่กัน เช่น การใช้แบบสอบถามร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากฝ่ายเฉพาะทาง เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและสะท้อนกระบวนการนวัตกรรมในเชิงปฏิบัติได้อย่างรอบด้าน



รายการอ้างอิง

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). ข้อมูลธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. สืบค้นจาก <https://www.dbd.go.th>
- กระทรวงพาณิชย์. (2566). นโยบายส่งเสริมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในปี 2566. สืบค้นจาก <https://www.moc.go.th>
- กริช แรงสูงเนิน. (2554). การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: บริษัท ซี.เอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- กันตพงศ์ มาศจุฑาเศรษฐี. (2567). บทบาทการส่งเสริมและดำเนินการขับเคลื่อนผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย). <https://doi.org/10.58837/CHULA.IS.2024.106>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2561). สถิติสำหรับงานวิจัย : หลักการเลือกใช้เทคนิคทางสถิติในงานวิจัยพิมพ์ครั้งที่ 12. กรุงเทพฯ : หจก.สามลดา.
- กิตติพงษ์ ปัญญาเรือง. (2559). กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อผลความสำเร็จในการดำเนินงานตามแนวคิด Balance Scorecard ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารของจังหวัดสุพรรณบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร]. สืบค้นจาก <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/932>
- ชนกชนม์ มีบุญกุล. (2566). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสามารถทางด้านนวัตกรรมของพนักงานในบริษัทเอกชนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมนวัตกรรมในองค์กร [สารนิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล]. Mahidol University Archive. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/5317>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). การสนับสนุน SMEs และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในกระบวนการผลิต. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). แนวโน้มเศรษฐกิจและการพัฒนาในภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://www.bot.or.th>

- ธรรมวิมุตติ อ., เฉษฐาอักษรณ์ ว. ., และ แสนสุข จ. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุและผลของความสามารถในการจัดการการเรียนรู้ของพนักงานด้านสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศไทย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 13(1), 147–163. สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/240699>
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- บุญทริกา วงษ์วานิช, และ กฤษดา เขียววัฒนสุข. (2564). ผลกระทบเชิงสาเหตุของความสามารถเชิงพลวัตและคุณภาพของระบบสารสนเทศต่อผลการดำเนินงานของบริษัทผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุคดิจิทัล: การศึกษาตัวแปรคั่นกลางด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์กระบวนการ และการตลาด. *วารสารการบริหารธุรกิจ*, 18(2), 58–72. <https://doi.org/10.60101/rmuttgber.2023.269079>
- ภัทรสุดา กันใจแก้ว, และ สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2566). อิทธิพลของความสามารถเชิงพลวัตที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. สืบค้นจาก <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5994>
- ภัทรานิษฐ์ ก้อนจันทร์เทศ. (2564). *การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล (Digital Transformation) ต่อความยั่งยืนของธุรกิจร้านอาหาร SME: ในบริบทของการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยมหิดล]. สืบค้นจาก <https://doi.org/10.14456/iarj.2023.212>
- ลี เหมิง. (2567). *การศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ คุณภาพชีวิตทำงาน และภาวะผู้นำ ส่งผลต่อความผูกพันของพนักงานระดับบริการธุรกิจ SME ในเขตกรุงเทพมหานคร* [การค้นคว้าอิสระปริญญาโท, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/5685>
- ศศิณิภา ศรีกัลยานิวัต, และ สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2565). *ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. สืบค้นจาก <http://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/handle/123456789/5286>
- สมาคมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย. (2566). *การพัฒนาและการเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. สมาคมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สืบค้นจาก <https://www.sme.or.th>

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมไทย. สำนักสื่อสารองค์กร. สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th>
- สำนักงานกฤษฎีกา. (2563). พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2563. ราชกิจจานุเบกษา. สืบค้นจาก <https://www.ratchakitcha.soc.go.th>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13. สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th>
- สุรัสวดี บวรพศวัตกิตติ. (2567). กระบวนการจัดการที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลขององค์กรธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 7(1), 345–361. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/267836
- อนุวัต สงสม. (2560). ผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา. วารสารมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 12(3), 1-15. สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/176816>
- Abdul-Azeez, O., Ihechere, A. O., & Idemudia, C. (2024). SMEs as catalysts for economic development: Navigating challenges and seizing opportunities in emerging markets. *GSC Advanced Research and Reviews*, 19(03), 325–335. <https://doi.org/10.30574/gscarr.2024.19.3.0230>
- Achmad, F., & Wiratmadja, I. I. (2025). Organizational performance and competitive advantage in SMEs: The role of green innovation and knowledge management. *Journal of Innovation & Knowledge in Technology Management & Corporate*, 100, 100532. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100532>
- Acosta-Prado, J. C., Romero, A. K., & Tafur-Mendoza, A. A. (2021). Conditions of knowledge management, innovation capability and firm performance in Colombian NTBFs: A measurement scale. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 51(2), 218–235. <https://doi.org/10.1108/VJIKMS-09-2019-0142>

- Adam, N. A., & Alofaysan, H. (2023). External knowledge flows and small and medium sized enterprises' innovation capabilities enhancement: An empirical investigation. *Sustainability*, 15(5), 4071. <https://doi.org/10.3390/su15054071>
- Adams, J. M. (2020). The value of worker well-being. *Public Health Reports*, 135(1), 4–6. <https://doi.org/10.1177/0033354919878434>
- Agustian, K., Mubarak, E. S., Zen, A., & Wiwin, W. (2023). The impact of digital transformation on business models and competitive advantage. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(2), 79-93. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i2.55>
- Agyapong, D., Abor, J., & Quartey, P. (2018). The moderating role of social network on the relationship between innovative capability and performance in the hotel industry. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(6), 954-976. <https://doi.org/10.1108/IJoEM-11-2016-0293>
- Alarifi, G., & Adam, N. A. (2023). The role of participatory leadership in boosting innovation during uncertainty. *Sustainability*, 15(3), 2740. <https://doi.org/10.3390/su15032740>
- Alghamdi, O. A., & Agag, G. (2023). Competitive advantage: A longitudinal analysis of the roles of data-driven innovation capabilities, marketing agility, and market turbulence. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 75, 103547. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103547>
- Aljanabi, A. (2020). The role of innovation capability in the relationship between marketing capability and new product development: Evidence from the telecommunication sector. *European Journal of Innovation Management*, 25(1), 73–94. <https://doi.org/10.1108/EJIM-04-2020-0146>
- Aljehani, S. B., Abdo, K. W., Alam, M. N., & Aloufi, E. M. (2024). Big data analytics and organizational performance: Mediating roles of green innovation and knowledge management in telecommunications. *Sustainability*, 16(18), 7887. <https://doi.org/10.3390/su16187887>

- Allammari, Y., Jaride, C., Zghaida, A., & Siraj, E. A. (2024). The mediating role of innovation capabilities in the relationship between organizational learning and performance: Evidence from Moroccan SMEs. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(4), 2025180. <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025180>
- Almousavi, I. S. H., & Ismael, F. M. (2023). The impact of organizational innovation climate on sustainable competitive advantage: Empirical study. *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 29(137), 14-27. <https://doi.org/10.33095/jeas.v29i137.2749>
- Alshahrani, M. A., & Salam, M. A. (2023). Entrepreneurial orientation and SMEs performance in an emerging economy: The mediating role of absorptive capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(1), 1–24. <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2022-0090>
- Alshahrani, M. A., & Salam, M. A. (2023). Entrepreneurial orientation and SMEs performance in an emerging economy: The mediating role of absorptive capacity. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 26(5). <https://doi.org/10.1108/JRME-07-2022-0090>
- ALTaweel, I. R., & Al-Hawary, S. I. (2021). The mediating role of innovation capability on the relationship between strategic agility and organizational performance. *Sustainability*, 13(14), 7564. <https://doi.org/10.3390/su13147564>
- Álvarez Jaramillo, J., Zarthá Sossa, J. W., & Orozco Mendoza, G. L. (2018). Barriers to sustainability for small and medium enterprises in the framework of sustainable development—Literature review. *Business Strategy and the Environment*, 28(4), 512–524. <https://doi.org/10.1002/bse.2261>
- Amit, R., & Zott, C. (2020). *Business model innovation strategy: Transformational concepts and tools for entrepreneurial leaders*. Wiley.
- Angsukanjanakul, J. (2022). Developing the Competitiveness of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs) in Thailand. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 2471–2479. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/10240>

- Apa, R., De Marchi, V., Grandinetti, R., & Sedita, S. R. (2021). University–SME collaboration and innovation performance: The role of informal relationships and absorptive capacity. *The Journal of Technology Transfer*, 46(4), 961–988. <https://doi.org/10.1007/s10961-020-09802-9>
- Arabeche, Z., Soudani, A., Brahmi, M., Aldieri, L., Vinci, C. P., & Abdelli, M. E. A. (2022). Entrepreneurial orientation, organizational culture and business performance in SMEs: Evidence from emerging economy. *Sustainability*, 14(9), 5160. <https://doi.org/10.3390/su14095160>
- Asikin, M. Z., Fadilah, M. O., Saputro, W. E., & Aditia, O. (2024). The influence of digital marketing on competitive advantage and performance of micro, small and medium enterprises. *International Journal of Social Service and Research*, 4(03), 963-970. <https://doi.org/10.46799/ijssr.v4i03.749>
- Babajide, A., Lawal, A., Asaleye, A., Okafor, T., & Osuma, G. (2020). Financial stability and entrepreneurship development in sub-Sahara Africa: Implications for sustainable development goals. *Cogent Social Sciences*, 6(1), Article 1798330. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1798330>
- Barney, J. B., & Hesterly, W. S. (2018). *Strategic management and competitive advantage: Concepts and cases* (6th ed.). Pearson Education.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.51.6.1173>
- Barreto, L. S., Moreira, A., Navaia, E., & Ribau, C. (2024). Sustainable supply chain innovation and market performance: The role of sensing and innovation capabilities. *Journal of Supply Chain Management*, 25(4), 1-18. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2024.100199>
- Bataineh, A., Al-Shwiyat, Z., & Alrjoub, A. (2019). The effect of using balanced scorecard (BSC) on reducing production costs in the Jordanian industrial companies. *Journal of Business and Retail Management Research*, 13(3). <https://doi.org/10.24052/JBRMR/V13IS03/ART-17>

- Benková, E., Gallo, P., Balogová, B., & Nemec, J. (2020). Factors affecting the use of balanced scorecard in measuring company performance. *Sustainability* 12(3), 1178; <https://doi.org/10.3390/su12031178>
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Bogers, M., Chesbrough, H., Heaton, S., & Teece, D. J. (2019). Strategic management of open innovation: A dynamic capabilities perspective. *California Management Review*, 62(1), 77–94. <https://doi.org/10.1177/0008125619885150>
- Bolton, J., Butler, F. C., & Martin, J. (2023). “Firm performance” measurement in strategic management: Some notes on our performance. *Journal of Management History*, 30(1). <https://doi.org/10.1108/JMH-09-2023-0094>
- Börjesson, S., Elmquist, M., & Hooge, S. (2014). The challenges of innovation capability building: Learning from longitudinal studies of innovation efforts at Renault and Volvo Cars. *International Journal of Innovation Management*, 18(3), 1450013. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2013.11.005>
- Bryman, A. (2016). *Social research methods* (5th ed.). Oxford University Press.
- Calik, E., Calisir, F., & Cetinguc, B. (2017). A scale development for innovation capability measurement. *Journal of Advanced Management Science*, 5(2), 69–76. <https://doi.org/10.18178/joams.5.2.69-76>
- Çelik, D., & Uzunçarşılı, Ü. (2023). Is the effect of organizational ambidexterity and technological innovation capability on firm performance mediated by competitive advantage? An empirical research on Turkish manufacturing and service industries. *SAGE Open*, 13(4), 21582440231206367. <https://doi.org/10.1177/21582440231206367>
- Cenamor, J. (2020). Complementor competitive advantage: A framework for strategic decisions. *Journal of Business Research*, 122, 335–343. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.016>
- Chatterjee, S., Rana, N. P., Tamilmani, K., & Sharma, A. (2021). The effect of AI-based CRM on organization performance and competitive advantage: An empirical analysis in the B2B context. *Industrial Marketing Management*, 97, 102–113. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2021.07.013>

- Chaudhuri, R., Chatterjee, S., Mariani, M. M., & Wamba, S. F. (2023). Assessing the influence of emerging technologies on organizational data driven culture and innovation capabilities: A sustainability performance perspective. *Technological Forecasting and Social Change*, 193, 123165.
- Chen, X., Xie, H., & Zhou, H. (2024). Incremental versus radical innovation and sustainable competitive advantage: A moderated mediation model. *Sustainability*, 16(11), 4545. <https://doi.org/10.3390/su16114545>
- Clauß, T., Kraus, S., Kallinger, F. L., & Bican, P. M. (2021). Organizational ambidexterity and competitive advantage: The role of strategic agility in the exploration-exploitation paradox. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(4), 203–213. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2020.07.003>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage.
- Cui, J. (2025). The explore of knowledge management dynamic capabilities, AI-driven knowledge sharing, knowledge-based organizational support, and organizational learning on job performance: Evidence from Chinese technological companies. *arXiv*. <https://arxiv.org/abs/2501.02468>
- Cunha Callado, L., & Jack, M. (2015). Reflective practice: Balanced scorecard metrics and specific supply chain roles. *International Journal of Operations & Production Management*, 35(2), 156-179. <http://dx.doi.org/10.1108/IJPPM-05-2014-0071>
- De la Gala Velásquez, B., Hurtado Palomino, A., & Arredondo Salas, A. Y. (2023). Organisational flexibility and innovation performance: The moderating role of management support. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 24(2), 219–234. <https://doi.org/10.1007/s40171-023-00336-1>
- de Souza, A. M., Puglieri, F. N., & de Francisco, A. C. (2024). Competitive advantages of sustainable startups: Systematic literature review and future research directions. *Sustainability*, 16(17), 7665. <https://doi.org/10.3390/su16177665>
- Deepalakshmi, N., Tiwari, D., Baruah, R., Seth, A., & Bisht, R. (2024). Employee engagement and organizational performance: A human resource perspective. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(4), 5941–5948.

- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B., & McNamara, G. (2023). *Strategic management: Creating competitive advantages* (11th ed., International Student Edition). McGraw-Hill Education.
- Dic, M. (2021). Manufacturing operations management systems in small and medium business (discrete manufacturing). In *Proceedings of Průmyslové inženýrství* (pp. 24–29). <https://doi.org/10.24132/PI.2021.07927.024-029>
- Dillman, D. A., Smyth, J. D., & Christian, L. M. (2014). *Internet, phone, mail, and mixed-mode surveys: The tailored design method* (4th ed.). Wiley.
- Distanont, A. (2018). The role of innovation in creating a competitive advantage. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 41(1), 15–21. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/kjss/article/view/229127>
- Dong, V. V., Ghi, T. N., & Quang, N. (2023). The impact of technological innovation on business model innovation and start-up performance. *Journal of Human, Earth, and Future*, 4(3), 183–196. <https://doi.org/10.28991/HEF-2023-04-03-01>
- Doyle, F., & Cosgrove, J. (2020). Steps towards digitization of manufacturing in an SME environment. *Procedia Manufacturing*, 42, 389–394.
- Du, X., Wang, N., Lu, S., Zhang, A., & Tsai, S.-B. (2024). Sustainable competitive advantage under digital transformation: An eco-strategy perspective. *Chinese Management Studies*, ahead-of-print(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/CMS-01-2024-0077>
- Edwards-Schachter, M. (2018). The nature and variety of innovation. *International Journal of Innovation Studies*, 2(2), 65–79.
- Endris, E., & Kassegn, A. (2022). The role of micro, small and medium enterprises (MSMEs) to the sustainable development of sub-Saharan Africa and its challenges: A systematic review of evidence from Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11, 20. <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00221-8>
- Erdoğan, M., Yıldız, B., & Demir, H. (2019). Measuring the performance of retailer firms listed in BIST under the balanced scorecard perspective by using interval valued Pythagorean fuzzy AHP based Pythagorean fuzzy TODIM methodology. *Alphanumeric Journal*, 7(2), 333–350. <http://dx.doi.org/10.17093/alphanumeric.451247>

- Faisal, I. D. (2016). Innovation capability: A systematic review and research agenda. *International Journal of Innovation Management*, 20(6), 1-28. <https://doi.org/10.28945/3571>
- Fakhreddin, F., Foroudi, P., & Kooli, K. (2024). The influence of key account management on competitive advantage and firm performance: A dynamic capability approach. *Industrial Marketing Management*, 118, 135–146. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2024.12.002>
- Farida, A., & Setiawan, D. (2022). Business strategies and competitive advantage: The role of performance and innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 8(3), 163. <https://doi.org/10.3390/joitmc8030163>
- Ferreira, J., Barata, A. S. C., & Branco, F. (2020). Dynamic capabilities and mediating effects of innovation on the competitive advantage and firm's performance: The moderating role of organizational learning capability. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(2), 1–24. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00655-z>
- Ferreira, J., Cardim, S., & Coelho, A. (2021). Dynamic capabilities and mediating effects of innovation on the competitive advantage and firm's performance: The moderating role of organizational learning capability. *Journal of the Knowledge Economy*, 12(2), 620–644. <https://doi.org/10.1007/s13132-020-00655-z>
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2019). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: *The moderating role of entrepreneurial orientation*. *Technovation*, 92–93, 102061. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Field, A. (2018). *Discovering statistics using IBM SPSS statistics* (5th ed.). SAGE Publications.
- Gambelli, D., Gaglio, A., Manfredini, F., & Rocca, G. (2021). Measuring the economic performance of small ruminant farms using balanced scorecard and importance-performance analysis: A European case study. *Sustainability*, 13(6), 3321. <https://doi.org/10.3390/su13063321>

- Garrido-Moreno, A., Martín-Rojas, R., & García-Morales, V. J. (2024). The key role of innovation and organizational resilience in improving business performance: A mixed-methods approach. *International Journal of Information Management*, *ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2024.102777>
- Gennari, F. (2022). The transition towards a circular economy: A framework for SMEs. *Journal of Management and Governance*. Advance online publication. <https://doi.org/10.1007/s10997-022-09653-6>
- Ghasemzadeh, P., Nazari, J. A., & Farzaneh, M. (2018). Moderating role of innovation culture in the relationship between organizational learning and innovation performance. *The Learning Organization*, *26*(1), [page numbers if available]. <https://doi.org/10.1108/TLO-08-2018-0139>
- Grant, R. M. (2018). *Contemporary strategy analysis: Text and cases edition* (10th ed.). Wiley.
- Gullmark, P. (2021). Do all roads lead to innovativeness? A study of public sector organizations' innovation capabilities. *American Review of Public Administration*, *51*(7), 529–543. <https://doi.org/10.1177/02750740211010464>
- Gyurák Babel'ová, Z., Stareček, A., Koltnerová, K., & Cagáňová, D. (2020). Perceived organizational performance in recruiting and retaining employees with respect to different generational groups of employees and sustainable human resource management. *Sustainability*, *12*(2), 574. <https://doi.org/10.3390/su12020574>
- Hair, J. F., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Black, W. C. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Hamdouna, M., & Khmelyarchuk, M. (2025). Technological innovations shaping sustainable competitiveness—A systematic review. *Sustainability*, *17*(5), 1953.
- Hayes, A. F. (2018). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd ed.). The Guilford Press.
- Heredia Pérez, J. A., Geldes, C., Kunc, M. H., & Flores, A. (2019). New approach to the innovation process in emerging economies: The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, *79*, 35–55.

- Heredia Pérez, J. A., Geldes, C., Kunc, M. H., & Flores, A. (2019). New approach to the innovation process in emerging economies: The manufacturing sector case in Chile and Peru. *Technovation*, 79, 35–55. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.02.012>
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2019). *Strategic management: Concepts and cases: Competitiveness and globalization* (12th ed.). Cengage Learning.
- Holtzman, Y. (2014). A strategy of innovation through the development of a portfolio of innovation capabilities. *Journal of Management Development*, 33(1), 24–31. <https://doi.org/10.1108/JMD-11-2013-0138>
- Hou, X. (2016). Using the balanced scorecard in assessing the impact of BI system usage on organizational performance: An empirical study of Taiwan's semiconductor industry. *Information Development*, 32(5), 1545–1569. <https://doi.org/10.1177/0266666915614074>
- Hu, Y., Choi, S. L., & Tan, S. K. (2024). The influence of organizational resilience on SME firm performance: A conceptual model. *Business, Management and Strategy*, 15(1), 1–21. <https://doi.org/10.5296/bms.v15i1.21813>
- Hwang, W. S., Choi, H., & Shin, J. (2020). A mediating role of innovation capability between entrepreneurial competencies and competitive advantage. *Technology Analysis & Strategic Management*, 32(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/09537325.2019.1632430>
- Iacobucci, D., & Duhachek, A. (2008). Advancing alpha: Measuring reliability with confidence. *Journal of Consumer Psychology*, 13(4), 478–487. https://doi.org/10.1207/S15327663JCP1304_14
- James, G., Witten, D., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2021). *An introduction to statistical learning: With applications in R* (2nd ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-0716-1418-1>
- Jintana, S., & Kosidphokin, K. (2022). The Study of Innovative Management Toward Competitive Advantage of Community-Based Enterprises in Thailand. *Academy of Strategic Management Journal*, 21(S4), 1–11. <https://www.abacademies.org/articles/the-study-of-innovative-management-toward-competitive-advantage-of-communitybased-enterprises-in-thailand.pdf>

- Kahupi, I., Hull, C. E., Okorie, O., & Millette, S. (2020). Building competitive advantage with sustainable products – A case study perspective of stakeholders. *Journal of Cleaner Production*, 275, Article 125699. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.125699>
- Kamukama, N., Ahiauzu, A. I., & Ntayi, J. M. (2017). Competitive advantage: Mediator of managerial competence and financial performance of commercial banks in Uganda. *African Journal of Economic and Management Studies*, 8(2), 221-234. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-10-2016-0142>
- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). *The balanced scorecard: Translating strategy into action*. Harvard Business Press.
- Karbassi Yazdi, M., Moradi, M., & Aliakbari, M. (2021). Critical success factors for competitive advantage in Iranian pharmaceutical companies: A comprehensive MCDM approach. *Journal of Advanced Pharmaceutical Technology & Research*, 12(2), 211-222.
- Kareem, M. A., Kummitha, H. R., & Kolloju, N. (2024). The mediating role of innovation capabilities on the relationship between dynamic capabilities and firm competitive performance. *Organizacija*, 57(1), 56–71. <https://doi.org/10.2478/orga-2024-0004>
- Kareem, M. A., Kummitha, H. R., & Kolloju, N. (2024). The mediating role of innovation capabilities on the relationship between dynamic capabilities and firm competitive performance. *Organizacija*, 57(1), 56–65. <https://doi.org/10.2478/orga-2024-0004>
- Khatib, F. (2020). The post-war performance of the Lebanese bank using the balanced scorecard: A case study. *International Journal of Economics and Finance*, 9(2), 54–75. <https://doi.org/10.18488/journal.11.2020.92.54.75>
- Khongchai, J., Chantrakul, N., & Phimolsathien, T. (2022). Franchise management and competitive advantage: A study of Thai SMEs. *Asia-Pacific Journal of Business*, 14(1), 22–35. <https://doi.org/10.14456/apjb.2022.03>
- Kılıç, F. (2022). The role of strategic leadership in innovation performance. *Open Journal of Business and Management*, 10(2), 591–606. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2022.102037>

- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Kuhn, S., & Bhatiasavi, V. (2024). The impact of organizational culture on the innovation and performance of SMEs: A comparative study between Germany and Thailand. *Journal of Global Operations and Strategic Sourcing*. <https://doi.org/10.1177/09721509241246558>
- Kumera, D., Amentie, C., & Bali, N. (2024). Effect of technological innovation on firm's performance: Mediating effect of competitive advantage: A study on manufacturing firms operating in Ethiopian industrial parks. *Brazilian Journal of Operations & Production Management*, 21(3), 2146. <https://doi.org/10.14488/BJOPM.2146.2024>
- Kuo, S.-Y., Lin, P.-C., & Lu, C.-S. (2017). The effects of dynamic capabilities, service capabilities, competitive advantage, and organizational performance in container shipping. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 95, 356–371. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2016.11.015>
- Lam, L., Nguyen, P., Le, N., & Tran, K. (2021). The relation among organizational culture, knowledge management, and innovation capability: Its implication for open innovation. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.3390/joitmc7010066>
- Le, D. N., & Pham, T. T. (2022). The effects of innovation on export of the small and medium-sized enterprises: The case of Viet Nam. *Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management*, 6(2). <https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i2.974>
- Le, D. N., & Pham, T. T. (2022). The effects of innovation on export of the small and medium-sized enterprises: The case of Viet Nam. *Science & Technology Development Journal - Economics - Law and Management*, 6(2), 304–319. <https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i2.974>

- Lee, K., & Yoo, J. (2019). How does open innovation lead competitive advantage? A dynamic capability view perspective. *PLoS ONE*, 14(11), e0223405. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0223405>
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 22(140), 1-55.
- Liu, Y. (2024). Talent scouting to accelerate technological innovation during the COVID-19 global health crisis: The role of organizational innovation in China. *European Management Journal*, 42(2), 256–267. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2024.11.007>
- Liu, Z., & Nik Azman, N. H. B. (2025). The impact of technology innovation output on firm value of technology innovation SMEs in China. *Business Management and Strategy*, 16(1), 106. <https://doi.org/10.5296/bms.v16i1.22361>
- Maharani, I. A. K., Alfina, A., & Indawati, N. (2024). Strategic leadership and organizational innovation: Bibliometric overview (1993–2022). *Journal of Scientometric Research*, 13(3), 849–865. <https://doi.org/10.5530/jscires.20041230>
- Majeed, M., Tijani, A., Ofori, K. S., Abubakari, A., & Ampong, G. O. A. (2025). Impact of strategic orientation on sustainable competitive advantage: The mediating role of organizational capabilities. *Cogent Business & Management*, 12(1), Article 2457230. <https://doi.org/10.1080/23311886.2025.2457230>
- Makadok, R., Burton, R., & Barney, J. (2018). A practical guide for making theory contributions in strategic management. *Strategic Management Journal*, 39(6), 1530–1545. <https://doi.org/10.1002/smj.2789>
- Maley, J. F., Dabić, M., Neher, A., Wuersch, L., Martin, L., & Kiessling, T. (2024). Performance management in a rapidly changing world: Implications for talent management. *Management Decision*, 62(10), 3085–3108. <https://doi.org/10.1108/MD-07-2023-1162>
- McKinsey & Company. (2021). *The future of work: Understanding what's temporary and what's transformative*. McKinsey & Company. <https://shorturl.asia/iaCYg>
- Mendoza-Silva, D. (2021). Innovation capability: A systematic literature review. *International Journal of Innovation Management*, 25(2), 1-19. <https://doi.org/10.1108/EJIM-09-2019-0263>

- Mohamad, A., Mustapa, A. N., & Razak, H. A. (2021). An overview of Malaysian small and medium enterprises: Contributions, issues, and challenges. In B. S. Sergi & A. R. Jaaffar (Eds.), *Modeling economic growth in contemporary Malaysia* (pp. 31–42). Emerald Publishing. <https://doi.org/10.1108/978-1-80043-806-420211004>
- Momeni, M., Nielsen, S. B., & Kafash, M. H. (2015). Determination of innovation capability of organizations: Qualitative meta-synthesis and Delphi method. *Technological Forecasting and Social Change*, 95, 83–96.
- Moreira, A., Navaia, E., & Ribau, C. (2024). Innovation capabilities and their dimensions: A systematic literature review. *International Journal of Innovation Management*, 28(1), 19–42. <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2024.07.001>
- Muis, I. (2025). Does competitive advantage mediate the relationship between innovation and business performance? *International Journal of Advanced Multidisciplinary*, 4(1), 127–140. <https://doi.org/10.38035/ijam.v4i1.870>
- Narkprasert, K., Khampirat, B., & Kittisukkasem, T. (2021). Competitive advantage of SMEs in Northeastern Thailand. *Journal of Business Administration*, 44(2), 45–66.
- National Innovation Agency. (2024). *Thailand Innovation Index Report 2024*. <https://www.nia.or.th>
- Naushad, M. (2022). SME innovation and employee creativity: The role of entrepreneurial leadership. *Problems and Perspectives in Management*, 20(4), 560–572. [https://doi.org/10.21511/ppm.20\(4\).2022.42](https://doi.org/10.21511/ppm.20(4).2022.42)
- Nguyen, H. M., Ho, T. K. T., & Ngo, T. T. (2024). The impact of service innovation on customer satisfaction and customer loyalty: A case in Vietnamese retail banks. *Future Business Journal*, 10, 61. <https://doi.org/10.1186/s43093-024-00354-0>
- Nguyen, H., Tran, T. H. M., Nguyen, T. H. Y., & Truong, D. D. (2021). The influence of competitive advantage on financial performance: A case study of SMEs in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(5), 335–346. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2021.vol8.no5.0335>
- Nkuda, M. (2017). Strategic agility and competitive advantage: Exploration of the ontological, epistemological and theoretical underpinnings. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 16(1), 1–13.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed.). McGraw-Hill.

- Odoro, S. (2024). Eco-innovation and SMEs' sustainable performance: A meta-analysis. *European Journal of Innovation Management*, 27(9), 248–279. <https://doi.org/10.1108/EJIM-11-2023-0961>
- Office of the Board of Investment. (2023). *Incentives for innovation-driven enterprises*. <https://www.boi.go.th>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2023). *The thirteenth national economic and social development plan (2023–2027)* (Unofficial translation). Office of the Prime Minister. https://www.nesdb.go.th/nesdb_en/main.php?filename=sme-plan
- Ogier, E. (2005). *Survey research methods* (2nd ed.). Wiley & Sons.
- Osiyevskyy, O., Sinha, K., Shirokova, G., & Shtepa, S. (2025). Innovation capabilities decoded: Risks and rewards in small and medium enterprise performance. *European Management Journal*. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2025.01.011>
- Otache, I. (2024). Innovation capability, strategic flexibility and SME performance: The roles of competitive advantage and competitive intensity. *African Journal of Economic and Management Studies*, 15(2), 248–262. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-06-2023-0221>
- Pasaribu, H., Ghozali, Z., Susilawati, M., & Masnoni, M. (2025). Transformation of strategic management accounting to support innovation and competitive advantage in the digitalization era. *Maneggio*, 2(1), 213–223. <https://doi.org/10.62872/wvxg9218>
- Pekkola, S., Koivisto, M., & Kinnunen, M. (2014). Value creation through measurement of innovation capability—an intellectual capital management perspective. *International Journal of Intelligent Enterprise*, 2(2/3), 196–212. <https://doi.org/10.1504/IJIE.2014.066675>
- Peña, J., & Caruajulca, P. (2024). The mediating role of organizational culture between transformational leadership and organizational performance in SMEs. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 37(2), 301–314. <https://doi.org/10.1108/ARLA-10-2023-0172>

- Pirogova, I., Ilyash, V., & Shapovalova, O. (2020). Balanced scorecard: Essence and importance for making good business decisions to ensure sustainable development of business. *Herald of the National Academy of Sciences of the Republic of Kazakhstan*, (3), 169–177. <https://journals.nauka-nanrk.kz/bulletin-science/article/view/487>
- Prakash, G. (2014). QoS in the internal supply chain: The next lever of competitive advantage and organizational performance. *Production Planning & Control*, 25(7), 558-570. <https://doi.org/10.1080/09537287.2012.729101>
- Prakash, S., Dev, S., Soni, G., & Badhotiya, G. K. (2023). Fostering the SMEs organizational sustainability: An analysis for competitive advantage in context to circular economy. *International Journal of Global Business and Competitiveness*, 18(2), 101–113. <https://doi.org/10.1007/s42943-023-00071-5>
- Putri, C. F., Nugroho, I., & Keep, P. (2019). Performance measurement of SMEs of Malang batik as a result of local wisdom with balanced scorecard. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 505(1), 012022. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/505/1/012022>
- Quesado, P. R., Aibar-Guzmán, B., & Rodrigues, L. L. (2018). Advantages and contributions in the balanced scorecard implementation. *Intangible Capital*, 14(1), 186. <https://doi.org/10.3926/ic.1110>
- Quezada, M., Lopez, F., & Vargas, C. (2019). Measuring performance using SWOT analysis and balanced scorecard. *Procedia Manufacturing*, 39, 786-793. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.01.430>
- Quintero Sepúlveda, I. C., & Zúñiga Collazos, A. (2023). Innovation capabilities, innovation strategies and performance: An empirical analysis in SMEs. *Technology Analysis & Strategic Management*. <https://doi.org/10.1080/09537325.2023.2280523>
- Rahmania, M. D. (2024). The effect of market orientation, innovation, and entrepreneurial orientation to the competitive advantage of the independent coffee shops in Indonesia. *ResearchGate*.

- Ramdani, B., Binsaif, A., & Boukrami, E. (2019). Business model innovation: A review and research agenda. *New England Journal of Entrepreneurship, ahead-of-print*(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/NEJE-06-2019-0030>
- Ratnawati, I., Fitriani, A., & Hanifah, S. (2018). The role of SMEs' innovation and learning orientation in mediating the effect of CSR programme on SMEs' performance and competitive advantage. *Global Business Review, 19*(4), 097215091875784. <https://doi.org/10.1177/0972150918757842>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift Voor Onderwijs Research, 2*(1), 49–60.
- Rua, M., & Santos, G. (2022). Linking brand and competitive advantage: The mediating effect of positioning and market orientation. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, 27*(2), 100194. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2021.100194>
- Rua, O., Ferreira, J., & Santos, R. (2018). Key drivers of SMEs export performance: The mediating effect of competitive advantage. *Journal of Knowledge Management, 22*(1), 257–279. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2017-0267>
- Sachitra, V., & Chong, S.-C. (2018). Resources, capabilities and competitive advantage of minor export crops farms in Sri Lanka: An empirical investigation. *Competitiveness Review: An International Business Journal, 28*(10), 00–00. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2017-0004>
- Saeidi, S. P., Sofian, S., Saeidi, P., & Saeidi, H. (2015). How does corporate social responsibility contribute to firm financial performance? The mediating role of competitive advantage, reputation, and customer satisfaction. *Journal of Business Research, 68*(2), 341–350. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.06.024>
- Saenz, M. J., & Pérez-Bouvier, A. (2014). Interaction with external agents, innovation networks, and innovation capability: The case of Uruguayan software firms. *Journal of Knowledge Management, 18*(2), 447–468. <https://doi.org/10.1108/JKM-04-2013-0150>

- Samson, D., & Gloet, M. (2014). Innovation capability in Australian manufacturing organizations: An exploratory study. *International Journal of Production Research*, 52(21), 6294–6315. <https://doi.org/10.1080/00207543.2013.869368>
- Schermerhorn, J. R. (2014). *Management* (13th ed.). Wiley.
- Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G., & Osborn, R. N. (2011). *Organizational behavior* (12th ed.). Wiley.
- Shao, W. (2025). The role of digital transformation in enhancing organizational agility and competitive advantages: A strategic perspective. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, 154(1), 115–120. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/2024.19552>
- Sharma, I., Dhiman, R., & Srivastava, V. (2023). *Effective leadership and organization's market success* (1st ed.). Routledge India. <https://doi.org/10.4324/9781003415565>
- Shehadeh, M., Almohtaseb, A., Aldehayyat, J., & Abu-ALSondos, I. A. (2023). Digital transformation and competitive advantage in the service sector: A moderated-mediation model. *Sustainability*, 15(3), 2077. <https://doi.org/10.3390/su15032077>
- Shivhare, S., & Shunmugasundaram, V. (2024). Open innovation business model and organizational performance as driver of social, economic and environmental sustainability of manufacturing start-ups. *Vision: The Journal of Business Perspective*, 27(4), 915–931. <https://doi.org/10.1177/22779752251329397>
- Silva, L., & Cirani, L. (2020). The capability of organizational innovation: Systematic review of literature and research proposals. *Gestão & Produção*, 27(4), Article e4819. <https://doi.org/10.1590/0104-530x4819-20>
- Singh, K., Chatterjee, S., & Mariani, M. (2024). Applications of generative AI and future organizational performance: The mediating role of explorative and exploitative innovation and the moderating role of ethical dilemmas and environmental dynamism. *Technovation*, 104, 103021. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2024.103021>
- SME Development Bank. (2022). *Annual report 2022: Strengthening the economy through SMEs*. <https://www.smebank.co.th/annual-report>

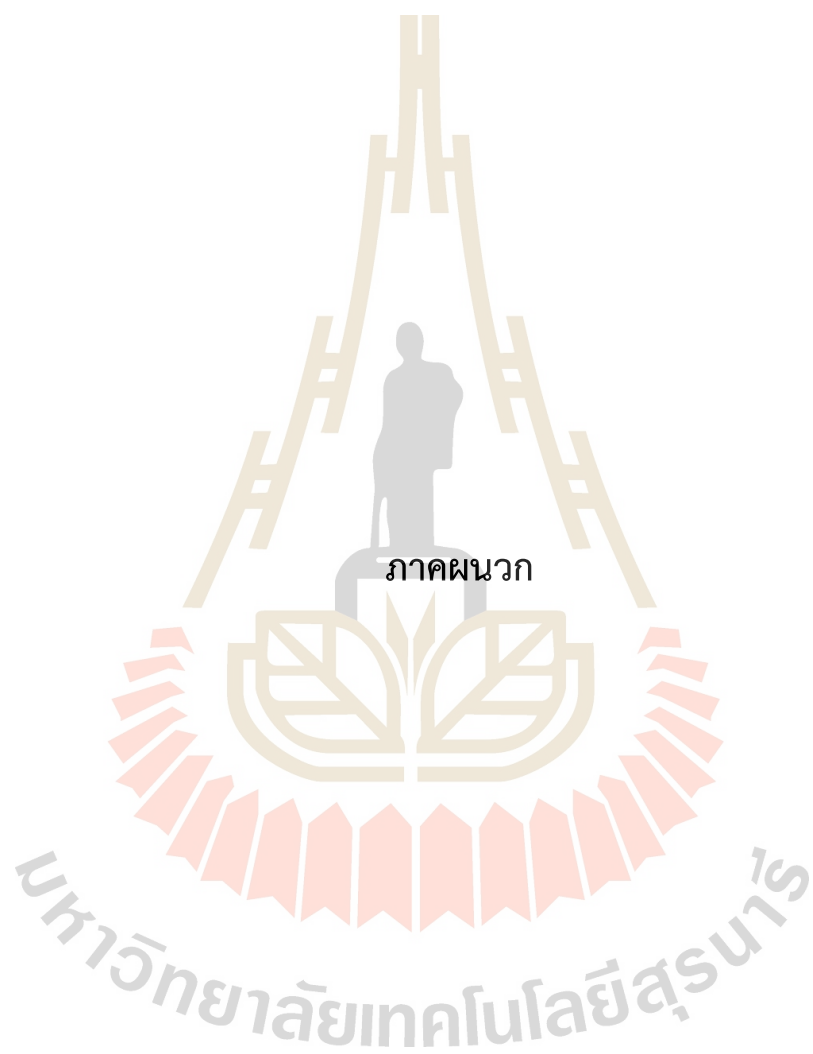
- Somwethee, P., Aujirapongpan, S., & Ru-Zhue, J. (2023). The influence of entrepreneurial capability and innovation capability on sustainable organization performance: Evidence of community enterprise in Thailand. *Journal of Innovation & Knowledge in Technology Management & Corporate*, 100082. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2023.100082>
- Sun, J., Sarfraz, M., Khawaja, K. F., & Abdullah, M. I. (2022). Sustainable supply chain strategy and sustainable competitive advantage: A mediated and moderated model. *Frontiers in Public Health*, 10, 895482. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2022.895482>
- Tan, Y., Zhang, Y., & Khodaverdi, R. (2017). Service performance evaluation using data envelopment analysis and balance scorecard approach: An application to automotive industry. *Annals of Operations Research*, 248(1–2), 449–472. <https://doi.org/10.1007/s10479-016-2196-2>
- Tarba, S. Y., Frynas, J. G., Liu, Y., Wood, G., Sarala, R. M., & Fainshmidt, S. (2023). Strategic agility in international business. *Journal of World Business*, 58(2), Article 101411. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101411>
- Thailand Environment Institute. (2022). *Environmental standards for sustainable business: SME perspectives*. <https://www.tei.or.th>
- Tikas, G. D. (2023). Team innovation capability: Scale development and validation. *Technovation*, 122, 102773. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2023.102773>
- Tran, D. P., Vo, T. N. K., & Thai, T. N. B. (2023). The effect of innovation on competitive advantage and SMEs performance in Vietnam: The moderating role of customer orientation. *International Journal of Innovation Science*, 16(6), 1052–1076. <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2022-0161>
- Tran, D. P., Vo, T. N. K., & Thai, T. N. B. (2023). The effect of innovation on competitive advantage and SMEs performance in Vietnam: The moderating role of customer orientation. *International Journal of Innovation Science*, 16(6), 1052–1076. <https://doi.org/10.1108/IJIS-08-2022-0161>

- Tran, T. M., & Vu, N. M. T. (2024). Innovation in Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Asian Journal of Science, Technology, Engineering, and Art*, 2(2), 304–319. <https://doi.org/10.58578/ajstea.v2i2.2805>
- Tran, T. M., & Vu, N. M. T. (2024). Innovation in small and medium enterprises in Vietnam. *Asian Journal of Science, Technology, Engineering, and Art*, 2(2), 304–319. <https://doi.org/10.58578/ajstea.v2i2.2805>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2022). *Promoting international investment by small and medium-sized enterprises*. <https://unctad.org/sme-report>
- Valdez Juárez, L. E., García Pérez de Lema, D., & Maldonado Guzmán, G. (2016). Management of knowledge, innovation and performance in SMEs. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 11, 141–176. <https://doi.org/10.28945/3455>
- Van de Wetering, R., Versendaal, J., & Bos, R. (2023). Digital infrastructure and dynamic capabilities in business model innovation: Evidence from European SMEs. *Technological Forecasting and Social Change*, 194, 122606. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122606>
- Wakgari, G., Kero, C. A., & Bali, N. (2024). The mediating effect of competitive advantage between innovation capability and firms' competitiveness. *Horn of Africa Journal of Business and Economics*, 7(1), 75–96. Retrieved from <https://journals.ju.edu.et/index.php/jbeco/article/view/5552>
- Wang, J., Omar, A. H., Alotaibi, F. M., Daradkeh, Y. I., & Althubiti, S. A. (2022). Business intelligence ability to enhance organizational performance and performance evaluation capabilities by improving data mining systems for competitive advantage. *Information Processing & Management*, 59(4), 103075. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2022.103075>
- Wardana, I. M. A., & Darma, G. S. (2020). Garment industry competitive advantage strategy during Covid-19 pandemic. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt / Egyptology*, 17(7), 5598–5610. <https://archives.palarch.nl/index.php/jae/article/view/2732>

- Webber, A., Brown, S., & Jenkins, T. (2018). Remodelling the retail store for better sales performance. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 46(4), 350–368. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-08-2017-0162>
- Wijaya, L. I., Zunairoh, Z., Izharuddin, M., & Rianawati, A. (2024). Scope of E-Commerce use, innovation capability, and performance: Food sector MSMEs in Indonesia. *Journal of Innovation & Knowledge in Technology Management & Corporate*, 100459. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2024.100459>
- Wijetunge, W. (2016). Service quality, competitive advantage and business performance in service providing SMEs in Sri Lanka. *International Journal of Business and Management Studies*, 8(1), 1-14. <https://www.researchgate.net/publication/307638915>
- Wongsansukcharoen, J., & Thaweepaiboonwong, J. (2022). Effect of innovations in human resource practices, innovation capabilities, and competitive advantage on small and medium enterprises' performance in Thailand. *International Journal of Industrial Engineering and Management*, 9(2), 100210.
- World Bank. (2025, February 14). *Innovation and SMEs crucial for Thailand's competitive future* [Press release]. <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2025/02/14/innovation-and-smes-crucial-for-thailand-s-competitive-future>
- Wu, J., Li, L., & Lin, T. (2024). Corporate altruism, dual innovation and competitive advantage. *Finance Research Letters*, 44, 105985. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105985>
- Wu, S., & Gao, H. (2021). How internal IT capability affects open innovation performance: From dynamic capability perspective. *SAGE Open*, 11(1).
- Yacob, M. R., Ismail, W. K. W., & Ibrahim, S. (2016). Do really competitive strategy and strategic alliances effect on retail business performance? evidence from the mini market retail in jakarta and bandung city, Indonesia. *International Journal of Business and Society*, 17(3), 509-522. https://www.researchgate.net/publication/294693786_Do_really_competitive_strategy_and_strategic_alliances_affect_retail_business_performance_evidence_from_the_mini_market_retail_in_jakarta_and_bandung_city_indonesia

- Yang, S., Stempfle, T., Thiede, S., & Lanza, G. (2024). Approach for the development of a sustainability-oriented implementation strategy of smart automation technologies. *Procedia CIRP*, 122, 849–854. <https://doi.org/10.1016/j.procir.2024.01.117>
- Yoo, J. W., Park, J., & Park, H. (2024). The impact of AI-enabled CRM systems on organizational competitive advantage: A mixed-method approach using BERTopic and PLS-SEM. *Heliyon*, 10(4), e36392. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e36392>
- Zhang, J., & Merchant, M. (2019). A causal analysis of the role of institutions and organizational proficiencies on the innovation capability of Chinese SMEs. *Journal of Business Research*, 28(5), 101638. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2019.101638>
- Zhang, X., Chu, Z., Ren, L., & Xing, J. (2023). Open innovation and sustainable competitive advantage: The role of organizational learning. *Technological Forecasting and Social Change*, 186(5), 122114. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122114>





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

2. ผู้ตอบแบบสอบถามต้องเป็นผู้จัดการหรือเจ้าของกิจการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

3. แบบสอบถามชุดนี้มี จำนวน 86 ข้อ แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

ส่วนที่ 4 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ส่วนที่ 5 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลดำเนินงานขององค์กร

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากทุกท่านในการขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาวิเคราะห์เชิงวิชาการและสรุปผลในภาพรวมเท่านั้น ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลแบบสอบถามทุกชุดถือเป็นความลับ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่งที่ท่านกรุณาเสียสละเวลาให้ข้อมูลของท่านในการตอบแบบสอบถามชุดนี้อย่างถูกต้องครบถ้วนและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่รับจากท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้และขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้ด้วย หากท่านมีข้อสงสัยประการใดเกี่ยวกับแบบสอบถามโปรดติดต่อผู้วิจัย นายวรวิทย์ บุญเจริญ โทรศัพท์ 081-110-8297 หรือ E-mail : Worawit7820@gmail.com

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านเพียงช่องเดียว

1. เพศ

☐ ชาย

☐ หญิง

2. อายุ

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี

☐ 31-40 ปี

☐ 41-50 ปี

☐ มากกว่า 50 ปี

3. ระดับการศึกษา

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า

☐ สูงกว่าปริญญาตรี

4. ตำแหน่งที่ปัจจุบัน

☐ กรรมการผู้จัดการ

☐ เจ้าของกิจการ

☐ หุ่นส่วนกิจการ

☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

5. ประสบการณ์ทำงาน

☐ น้อยกว่า 5 ปี

☐ 5-10 ปี

☐ 11-15 ปี

☐ มากกว่า 15 ปี

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่อง ☐ หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านเพียงช่องเดียว

1. ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ

☐ น้อยกว่า 3 ปี

☐ 3-5 ปี

☐ 6-8 ปี

☐ มากกว่า 8 ปี

2. รูปแบบของธุรกิจ

☐ เจ้าของคนเดียว

☐ ห้างหุ้นส่วน

☐ บริษัท

3. พุนจดทะเบียน

☐ ต่ำกว่า 1,000,000 บาท

☐ 1,000,000-5,000,000 บาท

☐ 5,000,001-10,000,000 บาท

☐ มากกว่า 10,000,000 บาท

4. จำนวนพนักงาน

☐ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10 คน

☐ 11-50 คน

☐ 51-90 คน

☐ มากกว่า 90 คน

5. สถานที่ตั้ง

☐ นครราชสีมา

☐ บุรีรัมย์

☐ สุรินทร์

☐ ชัยภูมิ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ระดับความคิดเห็น 1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = เป็นกลาง

4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative Leadership Culture)						
1	กิจการให้ความสำคัญและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอรูปแบบสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ของพนักงาน					
2	กิจการมีค่านิยมที่เปิดกว้างต่อความเสี่ยงและพร้อมสนับสนุนให้พนักงานกล้าทดลอง					
3	กิจการมีผู้บริหารที่จูงใจและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ					
4	กิจการมีการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (Ideation and Organizing Structures)						
5	กิจการมีการจัดทีมที่มีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์					
6	กิจการมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม					
7	กิจการมีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้างตามความต้องการสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง					
8	กิจการมีโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว					
บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work environment and Wellbeing)						
9	กิจการมีบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งเสริมการเปิดกว้างในการสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้บริหาร					
10	กิจการสนับสนุนการร่วมมือกันระหว่างพนักงานในทีมต่าง ๆ					
11	กิจการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสร้างนวัตกรรมในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
(ต่อ) บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work environment and Wellbeing)					
12	กิจกรรมมุ่งเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เอื้อต่อการทดลองและการพัฒนานวัตกรรม				
13	กิจกรรมมีการจัดหาทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงาน				
การพัฒนาความรู้ (Know Development)					
14	กิจกรรมมีระบบการเชื่อมโยงในแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ				
15	กิจกรรมนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ				
16	กิจกรรมจัดการฝึกอบรมที่ช่วยเสริมสร้างทักษะของพนักงาน				
17	กิจกรรมมีการลงทุนในความรู้และทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ				
18	กิจกรรมมีการจัดทำฐานข้อมูลความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกเพื่อให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลง่าย				
ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge)					
19	กิจกรรมมีการสร้างพันธมิตรกับองค์กรภายนอกเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้				
20	กิจกรรมเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการ				
21	กิจกรรมมีการจัดการและรักษาความรู้ที่มีค่าอย่างมีประสิทธิภาพ				

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
(ต่อ) ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge)						
22	กิจการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากศักยภาพความสามารถและประสบการณ์ของคู่แข่ง					
การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง (Adaptability Under Uncertainty Situation)						
23	กิจการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการทำงาน					
24	กิจการมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ					
25	กิจการมองความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา					
26	กิจการมีการวางแผนกลยุทธ์ชัดเจนในการจัดการกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอนได้อย่างรวดเร็ว					
27	กิจการมีการปรับตัวที่ยืดหยุ่นเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ					
กิจกรรมรายบุคคล (Individual Activity)						
28	กิจการมอบอำนาจและความรับผิดชอบให้กับพนักงานในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของตน					
29	กิจการสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและการเรียนรู้ของพนักงาน					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
(ต่อ) กิจกรรมรายบุคคล (Individual Activity)						
30	กิจการให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน					
31	กิจการมีการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม					
32	กิจการส่งเสริมการมุ่งเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงาน					
ความร่วมมือ (Collaboration)						
33	กิจการมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์					
34	กิจการมีการแบ่งปันกระบวนการและความรู้กับพันธมิตรเพื่อลดต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ					
35	กิจการมีการสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน					
36	กิจการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยในการพัฒนานวัตกรรม					
37	กิจการมีการวางแผนร่วมกับที่ปรึกษาเพื่อช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่น					

ส่วนที่ 3 (ต่อ)

ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Innovation Capability)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy)						
38	กิจการมีการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี					
39	กิจการมีการปรับกลยุทธ์นวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตลาด					
40	กิจการมีการสื่อสารที่ดีเพื่อให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม					
41	กิจการมีการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์กลยุทธ์ และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร					
42	กิจการมีการกำหนดนวัตกรรมที่มีทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)

คำชี้แจง : กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน มากที่สุด

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เป็นกลาง (3)	ไม่เห็นด้วย (2)	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง (1)
ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality Advantage)						
1	กิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือสูงกว่าคู่แข่ง					
2	กิจการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง					
3	กิจการที่มีคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่สามารถช่วยลดการคืนสินค้าและการร้องเรียน					
4	กิจการมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพช่วยที่เพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด					
5	กิจการสร้างความภักดีของลูกค้าได้ดีผ่านคุณภาพของสินค้าหรือบริการ					
ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost Advantage)						
6	กิจการมีการบริหารต้นทุนที่ดีสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ					
7	กิจการสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง					
8	กิจการสามารถลดต้นทุนในการผลิตได้ดีกว่าคู่แข่ง					
9	กิจการมีการลดต้นทุนในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ					

ส่วนที่ 4 (ต่อ)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage)		ระดับความคิดเห็น				
		เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	เป็นกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation Advantage)						
10	กิจการมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงเหนือกว่าคู่แข่ง					
11	กิจการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านสินค้าหรือบริการที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้า					
12	กิจการมีการพัฒนาบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความประทับใจของลูกค้า					
13	กิจการมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการอยู่เสมอ					
14	กิจการมีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า					

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Organizational Performance)

คำชี้แจง : กรุณาตอบคำถามต่อไปนี้ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน มากที่สุด

ข้อ	ผลการดำเนินงานขององค์กร (Organizational Performance)	ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง	เห็น ด้วย	เป็น กลาง	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่ เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
		(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
ผลการดำเนินงานด้านการเงิน (Financial Perspective)						
1	กิจการมีการติดตามรายได้และยอดขายที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ					
2	กิจการมีการสร้างอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี					
3	กิจการสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร					
4	กิจการสามารถสร้างสรรค์ผลกำไรได้เป็นอย่างดีเพื่อเสริมสร้างโอกาสการเติบโต					
5	กิจการมีการปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร					
ผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (Customer Perspective)						
6	กิจการมีความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมได้ดี					
7	กิจการมีการดึงดูดลูกค้าใหม่ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์					
8	กิจการมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง					
9	กิจการให้บริการที่มีด้านเวลา คุณภาพ การใช้งานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า					
10	กิจการมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามข้อเสนอแนะจากลูกค้า					

ส่วนที่ 5 (ต่อ)

ข้อ	ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Organizational Performance)	ระดับความคิดเห็น				
		เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (5)	เห็น ด้วย (4)	เป็น กลาง (3)	ไม่ เห็น ด้วย (2)	ไม่ เห็น ด้วย อย่าง ยิ่ง (1)
ผลการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)						
11	กิจการมีการพัฒนากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ					
12	กิจการสามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการตรงตามเวลาที่กำหนด					
13	กิจการมีระบบการจัดแบ่งงานและการทำงานที่ชัดเจน					
14	กิจการมีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ					
15	กิจการมีการบรรลุกระบวนการสำคัญสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้					
ผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)						
16	กิจการมีการลงทุนในการพัฒนาทักษะและฝึกอบรมพนักงานอย่างเพียงพอ					
17	กิจการมีการพัฒนาระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปใช้ได้เป็นอย่างดี					
18	กิจการมีใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการดำเนินงานช่วยส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตขององค์กร					
19	กิจการมีการสร้างแรงกระตุ้นของพนักงานในการให้รางวัลแก่ผู้ที่มีผลงานดี					
20	กิจการมีติดตามผลการปฏิบัติงานช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานในองค์กร					



ภาคผนวก ข

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือการวิจัย
การวิจัยเรื่อง ความสามารถเชิงนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและ
ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่กลุ่ม
จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
เพศ			
1. ชาย 2. หญิง	1	ผ่าน	
อายุ			
1. 20-29 ปี 2. 30-39 ปี 3. 40-49 ปี 4. 50-59 ปี 4. 50-59 ปี 5. 60 ปีขึ้นไป	1	ผ่าน	-น้อยกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี -31-40 ปี -41-50 ปี -มากกว่า 50 ปี
ระดับการศึกษา			
1.มัธยมศึกษาตอนปลาย 2.ปริญญาตรี 3.ปริญญาโท 4.ปริญญาเอก 5.อื่น ๆ โปรดระบุ	1	ผ่าน	- ต่ำกว่า ป ตรี - ป ตรี หรือเทียบเท่า - สูงกว่า ป ตรี

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

จังหวัด			
1. นครราชสีมา 2. สุรินทร์ 3. บุรีรัมย์ 4. ชัยภูมิ	1	ผ่าน	ย้ายไปอยู่ ส่วนข้อมูลทั่วไป ธุรกิจ
ตำแหน่ง			
1. ผู้บริหารกิจการ 2. ผู้จัดการกิจการ	1	ผ่าน	-กรรมการ ผู้จัดการ -เจ้าของกิจการ -หุ้นส่วนกิจการ -เพิ่มอื่น ๆ โปรด ระบุ
ประสบการณ์ทำงาน			
1.น้อยกว่า 5 ปี 2. 6-10 ปี 3. 11 ปี ขึ้นไป	1	ผ่าน	-น้อยกว่า 5 ปี -5-10 ปี -11-15 ปี -มากกว่า 15 ปี

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการ ประเมิน	ข้อเสนอแนะ
ระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ			
1. น้อยกว่า 1 ปี 2. 1-3 ปี 3. 3-5 ปี 4. มากกว่า 5 ปี	1	ผ่าน	-น้อยกว่า 3 ปี -3-5 ปี -6-8 ปี -มากกว่า 8 ปี

ข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ (ต่อ)

รูปแบบของธุรกิจ			
1. เจ้าของคนเดียว 2. ห้างหุ้นส่วนจำกัด 3. บริษัทจำกัด	1	ผ่าน	-เอาคำว่าจำกัด ออก
ทุนจดทะเบียน			
1. น้อยกว่า 1 ล้านบาท 2. 1-5 ล้านบาท 3. 5-10 ล้านบาท 4. มากกว่า 10 ล้านบาท	1	ผ่าน	-ต่ำกว่า 1,000,000 บาท -1,000,000- 5,000,000 บาท -5,000,001- 10,000,000 บาท -มากกว่า 10,000,000 บาท
จำนวนพนักงาน			
1. 1-10 คน 2. 11-50 คน 3. 51-200 คน	1	ผ่าน	-น้อยกว่าหรือ เท่ากับ 10 คน -11-50 คน -51-90 คน -มากกว่า 90 คน

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. วัฒนธรรมความเป็นผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative leadership culture)			
1. กิจกรรมให้ความสำคัญและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอรูปแบบสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ ของพนักงาน	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมมีค่านิยมที่เปิดกว้างต่อความเสี่ยงและพร้อมสนับสนุนให้พนักงานกล้าทดลอง	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีผู้บริหารที่สนใจและสนับสนุนให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีการสนับสนุนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะของพนักงานอย่างต่อเนื่อง	1	ผ่าน	
2. แนวความคิดและโครงสร้างองค์กร (Ideation and Organizing Structures)			
1. กิจกรรมมีการจัดทีมที่มีความหลากหลายเพื่อกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมมีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้างตามความต้องการสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีการพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองต่อการปรับโครงสร้างองค์กรที่เหมาะสม	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็ว	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
3. บรรยากาศในการทำงานและความเป็นอยู่ที่ดี (Work environment and Wellbeing)			
1. กิจกรรมมีบรรยากาศนวัตกรรมที่ส่งเสริมการเปิดกว้างในการสื่อสารระหว่างพนักงานและผู้บริหาร	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมสนับสนุนการร่วมมือกันระหว่างพนักงานในทีมต่าง ๆ	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานในการสร้างนวัตกรรมในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมุ่งเน้นการจัดการสภาพแวดล้อมในองค์กรที่เอื้อต่อการทดลองและการพัฒนานวัตกรรม	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการจัดหาทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการทำงานของพนักงาน	1	ผ่าน	
4. การพัฒนาความรู้ (Know Development)			
1. กิจกรรมมีระบบการเชื่อมโยงในแลกเปลี่ยนความรู้ที่มีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ	0.67	ผ่าน	
3. กิจกรรมจัดการฝึกอบรมที่ช่วยเสริมสร้างทักษะของพนักงาน	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีการลงทุนในความรู้และทรัพยากรที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการจัดทำฐานข้อมูลความรู้จากแหล่งภายในและภายนอกเพื่อให้พนักงานเข้าถึงข้อมูลง่าย	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
5. ความรู้จากภายนอก (Collaborate and Acquire External Knowledge)			
1. กิจการมีการสร้างพันธมิตรกับองค์กรภายนอกเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้	1	ผ่าน	
2. กิจการเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้าเพื่อปรับปรุงสินค้าหรือบริการ	1	ผ่าน	
3. กิจการมีการจัดการและรักษาความรู้ที่มีค่าอย่างมีประสิทธิภาพ	0.67	ผ่าน	
4. กิจการให้ความสำคัญกับการเรียนรู้จากศักยภาพความสามารถและประสบการณ์ของคู่แข่ง	1	ผ่าน	
6. การปรับตัวภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลง (Adaptability Under Uncertainty Situation)			
1. กิจการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตเพื่อนำมาพัฒนากระบวนการทำงาน	1	ผ่าน	
2. กิจการมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ใหม่ในการพัฒนาสินค้าและบริการ	1	ผ่าน	
3. กิจการมองความผิดพลาดเป็นโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา	1	ผ่าน	
4. กิจการมีการวางแผนกลยุทธ์ชัดเจนในการจัดการกับสถานการณ์เปลี่ยนแปลงที่ไม่แน่นอนได้อย่างรวดเร็ว	1	ผ่าน	
5. กิจการมีการปรับตัวที่ยืดหยุ่นเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
7. กิจกรรมรายบุคคล (Individual Activity)			
1. กิจกรรมมอบอำนาจและความรับผิดชอบให้กับพนักงานในการตัดสินใจเกี่ยวกับงานของตน	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการทดลองและการเรียนรู้ของพนักงาน	0.67	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ของพนักงาน” ต่อท้าย
3. กิจกรรมให้โอกาสในการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีการจูงใจและสร้างแรงบันดาลใจให้พนักงานรู้สึกมีคุณค่าและมีส่วนร่วมในการพัฒนานวัตกรรม	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมส่งเสริมการมุ่งเน้นที่ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน	0.67	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ของพนักงาน” ต่อท้าย
8. ความร่วมมือ (Collaboration)			
1. กิจกรรมมีการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพกับลูกค้าและซัพพลายเออร์	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมมีการแบ่งปันกระบวนการและความรู้กับพันธมิตรเพื่อลดต้นทุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีการสร้างความร่วมมือและการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยในการพัฒนานวัตกรรม	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการวางแผนร่วมกับที่ปรึกษาเพื่อช่วยให้องค์กรมีความยืดหยุ่น	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถเชิงนวัตกรรม (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
9 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy)			
1. กิจกรรมมีการกำหนดกลยุทธ์ที่สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์ได้เป็นอย่างดี	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ได้เป็นอย่างดี” ต่อท้าย
2. กิจกรรมมีการปรับกลยุทธ์นวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตลาด	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีการสื่อสารที่ดีเพื่อให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนานวัตกรรม	0.67	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีการเชื่อมโยงระหว่างวิสัยทัศน์กลยุทธ์และนวัตกรรมเพื่อพัฒนาองค์กร	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการกำหนดนวัตกรรมที่มีทิศทางและเป้าหมายเดียวกัน	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “เป้าหมาย เดียวกัน” ต่อท้าย

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality)			
1. กิจกรรมมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือสูงกว่าคู่แข่ง	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ขึ้น”ต่อท้าย
2. กิจกรรมมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าคู่แข่ง	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ขึ้น”ต่อท้าย
3. กิจกรรมสร้างความภักดีของลูกค้าได้ดีผ่านคุณภาพของสินค้าหรือบริการ	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. ความได้เปรียบด้านคุณภาพ (Quality) (ต่อ)			
4. กิจกรรมที่มีคุณภาพของสินค้าหรือบริการช่วยลดการคืนสินค้าและการร้องเรียน	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีสินค้าและบริการที่มีคุณภาพช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด	1	ผ่าน	
2. ความได้เปรียบด้านต้นทุน (Cost)			
1. กิจกรรมมีการบริหารต้นทุนที่ดีสามารถควบคุมการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมสามารถเสนอราคาสินค้าหรือบริการที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ขั้น” ต่อท้าย
3. กิจกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายทุกกิจกรรมภายในร้านได้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	ข้อ 3 – 5 นำมารวมกัน
4. กิจกรรมสามารถลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้ดีกว่าคู่แข่ง	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ขั้น” ต่อท้าย
5. กิจกรรมมีการลดต้นทุนในทุกกิจกรรมทางธุรกิจ	1	ผ่าน	
3. ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (Differentiation)			
1. กิจกรรมมีการนำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงเหนือกว่าคู่แข่ง	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “ขั้น” ต่อท้าย
2. กิจกรรมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้านการบริการที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้า	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีการพัฒนาบริการเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความประทับใจของลูกค้า	1	ผ่าน	
4. กิจกรรมมีการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการอยู่เสมอ	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
1. ด้านการเงิน (Financial Perspective)			
1. กิจการมีการติดตามรายได้และยอดขายที่เติบโตอย่างสม่ำเสมอ	1	ผ่าน	
2. กิจการสามารถสร้างอัตราผลตอบแทนจากการลงทุนที่ดี	1	ผ่าน	
3. กิจการมุ่งเน้นการลงทุนในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่าเปลี่ยนจากมุ่งเน้น เป็น “สามารถ”
4. กิจการมีการวิเคราะห์ผลกำไรอย่างละเอียดเพื่อค้นหาโอกาสในการเติบโต	1	ผ่าน	ประโยคใหม่ “กิจการสามารถสร้างสรรค์ผลกำไรได้เป็นอย่างดีเพื่อเสริมสร้างโอกาสการเติบโต”
5. กิจการมีการปรับปรุงหรือเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มผลกำไร	1	ผ่าน	
2. ด้านลูกค้า (Customer Perspective)			
1. กิจการมีความสามารถในการรักษาลูกค้าเดิมได้ดี	1	ผ่าน	
2. กิจการมีการดึงดูดลูกค้าใหม่ผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์	1	ผ่าน	
3. กิจการมีการสื่อสารกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่ง	1	ผ่าน	
4. กิจการให้บริการที่มีด้านเวลา คุณภาพ การใช้งาน เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	1	ผ่าน	

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานขององค์กร (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	ข้อเสนอแนะ
2. ด้านลูกค้า (Customer Perspective) (ต่อ)			
5. กิจกรรมมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามข้อเสนอแนะจากลูกค้า	1	ผ่าน	
3. ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)			
1. กิจกรรมมีการพัฒนากระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมสามารถส่งมอบสินค้าหรือบริการตรงตามเวลาที่กำหนด	1	ผ่าน	
3. กิจกรรมมีระบบการจัดแบ่งงานที่ชัดเจน	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “แบ่งงานและ การทำงานที่ ชัดเจน”
4. กิจกรรมมีการมอบหมายงานอย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ	1	ผ่าน	
5. กิจกรรมมีการบรรลุกระบวนการสำคัญสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้	1	ผ่าน	
4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective)			
1. กิจกรรมมีการลงทุนในการพัฒนาทักษะและฝึกอบรมพนักงานอย่างเพียงพอ	1	ผ่าน	
2. กิจกรรมมีการพัฒนาระบบสารสนเทศอย่างต่อเนื่อง	1	ผ่าน	
3. การใช้เทคนิคใหม่ ๆ ในการดำเนินงานช่วยส่งเสริมการพัฒนาและเติบโตขององค์กร	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “กิจการ”
4. กิจกรรมมีการสร้างแรงกระตุ้นของพนักงานในการให้รางวัลแก่ผู้ที่มีผลงานดี	1	ผ่าน	
5. การติดตามผลการปฏิบัติงานช่วยลดอัตราการเข้าออกของพนักงานในองค์กร	1	ผ่าน	เพิ่มเติมคำว่า “กิจการ”



ภาคผนวก ค

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

ภาคผนวก ค

COE no. 19/2568



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

เอกสารรับรองการยกเว้นการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการให้การรับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรมโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) and 45CFR 46.101(b)

โครงการ : ความสามารถเชิงวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันและผลการค้า
ดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1

รหัสโครงการ : EC-68-25

ชื่อหัวหน้าโครงการ : นายวรวิทย์ บุญเจริญ

สังกัด : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

ผู้วิจัยร่วม : -

เอกสารรับรอง : 1. แบบเสนอโครงการ เวอร์ชัน 1 ลงวันที่ 15 มกราคม 2568
2. โครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เวอร์ชัน 1 ลงวันที่ 15 มกราคม 2568
3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมการวิจัย เวอร์ชัน 2 ลงวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568
4. หนังสือแสดงเจตนายินยอม เวอร์ชัน 2 ลงวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2568
5. แบบสอบถาม เวอร์ชัน 1 ลงวันที่ 15 มกราคม 2568
6. หนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล เวอร์ชัน 1 ลงวันที่ 15 มกราคม 2568
7. ประวัติผู้วิจัย

เข้าเกณฑ์การยกเว้น : งานวิจัยที่ใช้ชุดข้อมูล (dataset) ที่สาธารณะชนเข้าถึงได้



ลงชื่อ.....
(อาจารย์ นายแพทย์วุฒิพงษ์ ศรีรัตนชากร)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

วันที่รับรองการยกเว้นพิจารณาจริยธรรม : 28 กุมภาพันธ์ 2568

หมายเหตุ 1. ไม่ต้องส่งรายงานความก้าวหน้า
2. ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขโครงการหลังได้รับเอกสารรับรองโครงการ ผู้วิจัยต้องขอปรับปรุงแก้ไขโครงการวิจัย หรือขอรับรองเอกสารเพิ่มเติม ตามแบบฟอร์ม AF/01-11/02.0
3. ส่งรายงานปิดโครงการเมื่อสิ้นสุดการศึกษา (AF/01-13/02.0)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – ชื่อสกุล นายวรวิทย์ บุญเจริญ (worawit Boonjalean)
รหัสนักศึกษา M6600242
E-mail worawit7820@gmail.com
เบอร์โทรศัพท์ 081-110-8297
วัน เดือน ปี เกิด 29 กันยายน 2543
สถานที่ติดต่อ สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ อาคารวิชาการ 1 ชั้น 3 111
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ถ.มหาวิทยาลัย ต.สุรนารี อ.เมือง
จ.นครราชสีมา 30000
ประวัติการศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
ปัจจุบัน กำลังศึกษาระดับปริญญาโท สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
สาขาเทคโนโลยีการจัดการ การจัดการ-แผน ก 2 มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี