

อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ
ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน
ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ
The Influence of Product Innovation and Process Innovation that
affects the Sustainable Competitive Advantage through the
Entrepreneurship of SMEs in SamutPrakan Province

วสุธิดา นักเกษม¹ ยูวาลักษณ์ เวชวิทยาสกุล²
Wasutida Nakkasem, Yuwalak Vejwittayakhlang

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่มีผลต่อความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนทั้งหมด 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่าด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกสู่ตลาด มีผลิตภัณฑ์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือหลากหลายมากขึ้นและผลิตภัณฑ์ใหม่ตรงกับความต้องการของตลาดปัจจุบันรวมถึงการออกแบบการบริการในรูปแบบใหม่ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างความมีชื่อเสียงของธุรกิจ

Received: 2023-02-05 Revised: 2023-03-20 Accepted: 2023-03-24

¹ อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี Lecturer, Faculty of Management Science, Rajabhat Dhonburi University. Corresponding Author e-mail: wasutida.n@dru.ac.th

² อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี President of Rajabhat Dhonburi University

คำสำคัญ (Keywords): นวัตกรรมผลิตภัณฑ์; นวัตกรรมกระบวนการ; ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน; ความสามารถของผู้ประกอบการ

Abstract

The purpose of this research was to study 1) to study the influence of microorganisms on the performance of microorganisms. 2) to study the influence of product innovation and process innovation on the ability of entrepreneurs in SMEs in SamutPrakan province; 3) to study the influence of product innovation and process innovation on the ability of entrepreneurs in SMEs in SamutPrakan province; Product innovation and process innovation through the ability of the operator to affect the ability to 4) To study the influence of entrepreneurial ability on sustainable competitiveness of SMEs in SamutPrakan province. The samples used in the study were the SMEs entrepreneurs in SamutPrakan province. The instrument used to collect data was a 5-level questionnaire. The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis test with multiple regression analysis. The results of the research revealed that product innovation, entrepreneurial ability, and positive impact on the ability of SMEs entrepreneurs in SamutPrakan Province achieved the overall business achievement at a statistically significant level of 0. 05 on product innovation, focusing on the development of new products, improved or more diverse products, and new products that meet today's market needs, as well as service design. In the new form, proactive public relations to build business reputation.

Keywords: Product Innovation; Process Innovation; Sustainable Competitive Advantage; Entrepreneurship

บทนำ (Introduction)

ในยุคปัจจุบันที่ธุรกิจต่างๆ มีการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีความได้เปรียบทางการแข่งขันย่อมเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการด้วยการพัฒนาธุรกิจใหม่ๆ หรือการขยายธุรกิจด้วยการต่อยอดสินค้าหรือบริการที่ทำอยู่ที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพิ่มสูงมากขึ้น ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของการพัฒนารูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ด้วยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาพัฒนาหรือสร้างสรรค์สินค้าไปสู่การพัฒนาและต่อยอดให้กับธุรกิจที่เรียกว่า มูลค่าเพิ่มสินค้าหรือบริการ (คู่มือการพัฒนามูลค่าเพิ่ม, 2560)

ผู้ประกอบการจึงเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการระดมทรัพยากรทั้งภายในและภายนอกองค์กรในการที่จะประกอบธุรกิจ (Hatten, 2009, 35) เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจโดย

ใช้สมรรถนะของตนเองและเครือข่ายเพื่อสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการในการจัดการธุรกิจให้เจริญเติบโตพร้อมทั้งประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ (Baum & Locke, 2004, 587-598; Beaver & Jennings, 2005, 923-936) เพื่อสร้างกลไกในการขับเคลื่อนธุรกิจให้บรรลุเป้าหมาย (บุญทวรรณ วิงวอน, 2556, 94) ผ่านความเป็นผู้ประกอบการองค์การที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานทางอ้อมผ่านการแสวงหาโอกาสและการใช้นวัตกรรม ผลปฏิบัติงานดังกล่าวสามารถวัดได้ในรูปของสินทรัพย์ที่เพิ่มขึ้นโดยต้องอาศัยประสบการณ์ความเชี่ยวชาญชำนาญการและเครือข่าย (Dale, 1996, 46 ; Kast & Rosenzweig, 1995, 23) เนื่องจากทุนทางปัญญาเป็นสิ่งที่แฝงอยู่ในตัวมนุษย์ซึ่งแต่คนจะมีปัญญาหรือองค์ความรู้ฐานความรู้ที่มีอยู่ในตนเองโดยที่แต่ละองค์การต่างมีบุคลากรที่มีทุนทางปัญญาที่จะสามารถนำพาให้ศักยภาพและนำไปสร้างมูลค่าเพิ่ม (Youndt & Snell, 2004, 337-360) ผู้ประกอบการไทยก็ต้องศึกษาข้อมูลของตนเองและประเทศเพื่อนบ้านให้รอบด้าน อีกทั้งการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นสิ่งที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (วสุธิดา นักเกษม และประสพชัย พสุนนท์, 2561)

การสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันในเชิงธุรกิจ องค์การส่วนมากจึงได้ประกอบกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ซึ่งเสมือนเป็นอาวุธที่ใช้ในการแข่งขันและมีความสำคัญอย่างมากต่อองค์การ เพราะเป็นสิ่งที่ส่งเสริมสนับสนุนองค์การให้สามารถนำความรู้ทักษะความสามารถด้านเทคโนโลยี และประสบการณ์ มาสร้างสรรค์ความแปลกใหม่ให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งวิธีการและกระบวนการในการสร้าง ผลิต และส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า (Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K., 2005) รวมถึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาองค์การในด้านต่างๆ ไม่เพียงเฉพาะด้านสินค้าและบริการเท่านั้น แต่สามารถพัฒนาควบคู่ไปกับส่วนอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์การ สามารถที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการนวัตกรรมที่สามารถสร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ และสร้างความได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจขององค์การได้ในระยะยาวต่อไป ปัจจุบันมีผู้ประกอบการ SMEs เป็นจำนวนมาก มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเพราะจะช่วยการสร้างงานสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มเป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน และสร้างเสริมประสบการณ์ช่วยเชื่อมโยงกับกิจกรรมขนาดใหญ่ และภาคการผลิตอื่น ๆ เช่น ภาคเกษตรกรรมเป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือ เป็นต้น ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

จากเหตุผลดังที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นที่มาของการวิจัยครั้งนี้ที่ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการเพื่อเป็นแนวทางนำข้อมูลด้านนวัตกรรมไปประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการที่จะดำเนินธุรกิจ SMEs ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล อีกทั้งการมีนวัตกรรมที่สามารถเอาชนะความซับซ้อนและความท้าทายจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอก คือกลไกสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์การไปสู่ความสำเร็จและสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่มีผลต่อความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานการวิจัย (Research hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 3 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมกระบวนการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 5 ความสามารถของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 6 ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 7 ความสามารถของผู้ประกอบการเป็นตัวแปรกลางในความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกระบวนการและความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนในธุรกิจ SMEsจังหวัดสมุทรปราการ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการสำรวจ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีขอบเขตการวิจัยด้านเนื้อหาเกี่ยวกับการศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาในครั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในจังหวัดสมุทรปราการ ดังนั้น ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ แฮร์ (Hair, 2010) ที่เสนอว่า ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ต้องมีขนาดอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรที่ศึกษา โดยการวิจัยในครั้งนี้มีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด 12 ตัวแปร ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 240 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามแบบมาตรประมาณค่า Likert – scale (1932) จำนวน 5 ระดับ โดยระดับที่ 1 เท่ากับเห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงระดับ 5 เท่ากับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีการวัดตัวแปรดังรายละเอียดต่อไปนี้ 1) ปัจจัยด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จำนวน 6 ข้อ 2) ปัจจัยด้านนวัตกรรมกระบวนการจำนวน 6 ข้อ 3) ปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการจำนวน 14 ข้อ 4) ปัจจัยด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน จำนวน 12 ข้อ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

1. ทบทวนวรรณกรรมเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากหนังสือ วารสาร และบทความวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดประเด็นและสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย

2. ร่างแบบสอบถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้แนวคิดความสามารถของผู้ประกอบการ แนวคิดนวัตกรรมแนวคิดความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านพิจารณาเพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) จากค่าความสอดคล้องระหว่างค่าถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Consistency : IOC) มากกว่า 0.05 (ประสพชัย พสุนนท์, 2553)

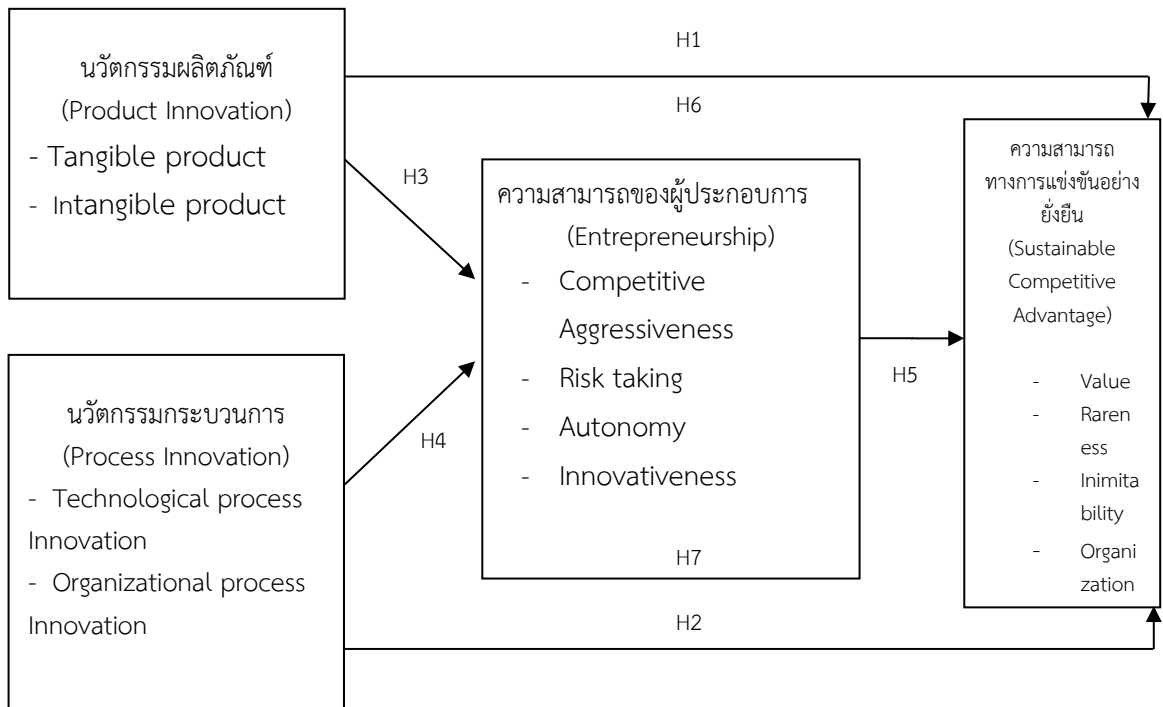
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับ เท่ากับ 0.897 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (สรชัย พิสารบุตร, 2549)

4. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเชื่อมั่น ไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 240 ชุด โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนกันยายน – เดือนตุลาคม พ.ศ.2561

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแล้วนำไปวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติพรรณนา ประกอบด้วยคือ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Research Conceptual Framework)



กรอบแนวคิดการวิจัย: อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ

ที่มา: จากการสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของผู้วิจัย

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 240 คน เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.03 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 34.97 โดยมีช่วงอายุมากที่สุด ดังนี้ อายุระหว่าง 31 -40 ปี ร้อยละ 67.1 รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 21 – 30 ปี ร้อยละ 17.8 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี ร้อยละ 11 และน้อยที่สุดคืออายุมากกว่า 51 -60 ปี ร้อยละ 4.1 ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 72.6 สถานภาพสมรส ร้อยละ 50.70 ธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่ประเภทการผลิต ร้อยละ 45.42รูปแบบการประกอบธุรกิจเป็นแบบบริษัท ร้อยละ 55.47 ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ 6-10 ปีขึ้นไป ร้อยละ 41.20 จำนวนพนักงานในกิจการ 21 คนขึ้นไป ร้อยละ 64.20 และรายได้โดยประมาณในการทำธุรกิจต่อเดือนมากกว่า 500,001-1,000,000 บาท

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ

อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	4.01	0.31	มาก
2.ด้านนวัตกรรมกระบวนการ	4.11	0.27	มาก
3.ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ	4.09	0.30	มาก
4.ด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	4.22	0.37	มาก
รวม	4.10	0.31	มาก

จากตารางที่ 1พบว่า ผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ มีเกี่ยวกับอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน อยู่ในระดับมากอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน($\bar{X}=4.22$)ด้านนวัตกรรมกระบวนการ($\bar{X}=4.11$)ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ($\bar{X}=4.09$) และด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์($\bar{X}=4.01$)

จากการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตามพบว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ทางบวกกับตัวแปรตาม เกือบทุกด้าน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.015 - 0.223 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ดังตาราง

ตารางที่ 2 การทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยที่มีความสัมพันธ์กับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการ

อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ นวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อ ความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน	ความสามารถทางการแข่งขัน อย่างยั่งยืน		t	p- value
	สัมประสิทธิ์ ถดถอย	ความคลาด เคลื่อน มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (Constant)	2.717	0.235	11.583	0.000
ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.088	0.038	2.311	0.022*
ด้านนวัตกรรมกระบวนการ	0.031	0.022	1.393	0.165
ด้านความสามารถของผู้ประกอบการ	0.073	0.026	2.786	0.006*
ด้านความสามารถทางการแข่งขันอย่าง ยั่งยืน	0.036	0.024	1.506	0.133
R = 0.340 $R^2 = 0.115$ $SE_{est} = 0.14375$ F = 6.304				

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ และผลกระทบเชิงบวกกับความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจโดยรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์โดยมุ่งเน้นในเรื่องของมี การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกสู่ตลาดมีผลิตภัณฑ์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือหลากหลายมากขึ้นและผลิตภัณฑ์ใหม่ตรงกับความต้องการของตลาดปัจจุบัน รวมถึงการออกแบบการบริการในรูปแบบใหม่การประชาสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อสร้างควมมีชื่อเสียงของธุรกิจ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยเรื่อง อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมกระบวนการ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการพบว่าด้านที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้นได้แก่ด้านสอดคล้องกับแนวคิดของ(ภานุ, 2546) กล่าวว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ที่ได้ปรับปรุงให้ดีขึ้น หรือเป็นสิ่งใหม่ ในตลาด นวัตกรรมนี้อาจจะเป็นของใหม่ต่อโลก ต่อประเทศ องค์กร หรือแม้แต่ตัวเราเอง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นยังสามารถถูกแบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible product) หรือ สินค้าทั่วไป (goods) เช่น

รถยนต์รุ่นใหม่, สตรีมเบอร์รี่ไร้เมล็ด, High Definition TV (HDTV) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible product) หรือ การบริการ (services) เช่น package ทัวร์อนุรักษ์ธรรมชาติ, Telephone Banking, การใช้ internet, การให้บริการที่ปรึกษาเฉพาะด้าน และอีกด้านที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนนั้นได้แก่ด้านความสามารถของผู้ประกอบการทำงานโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน การวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าและตลาดอย่างต่อเนื่องสามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงรวมถึงบริหารจัดการอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือมีภาวะผู้นำและสามารถทำงานเป็นทีมรวมถึงมีความมานะอดทน พยายามและตั้งใจในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมีการดำเนินงานเชิงรุก กล้าตัดสินใจมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ค้นหาเทคนิคใหม่ในการบริหารจัดการมีการใช้ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการและตัดสินใจมีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ตลอดจนแสวงหาวิธีการในการผลิตเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและการคิดค้นและพัฒนาสินค้าใหม่อย่างรวดเร็วทันต่อความต้องการของตลาดซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของเดส ลัมพ์คิน และเทเลอร์ (Dess, Lumpkin and Taylor: 2005) ได้นำเสนอมิติความสามารถของผู้ประกอบการออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) หมายถึงความสามารถและความตั้งใจที่จะหาหนทางสร้างโอกาสให้แก่ตน เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะบีบคับ 2) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึงการเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ บริการ และกรรมวิธีทางเทคโนโลยีใหม่ๆ สอดคล้องกับภัทรานิษฐ์ ทองสามสีและธีระวัฒน์ จันทิก (2559) ที่พบว่าการใช้เทคโนโลยี รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการทำงานและการพัฒนาโครงการเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 3) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึงมีความกล้าเสี่ยง แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ตนไม่รู้ กล้าใช้ทรัพยากรจำนวนมากของตนเข้าผูกพันในการก่อตั้งกิจการและการกู้ยืมทรัพยากรจำนวนมาก 4) ความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ (Proactiveness) หมายถึงความสามารถในการควบคุมสถานการณ์ คาดการณ์ปัญหาความต้องการ หรือการเปลี่ยนแปลงในอนาคต แสดงให้เห็นมุมมองของผู้ประกอบการถึงการคาดการณ์ล่วงหน้าที่จะมาพร้อมกับนวัตกรรมใหม่ๆหรือกิจกรรมใหม่ที่ต้องลองเสี่ยง และ 5) ความแกร่งในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) หมายถึงความต้องการแข่งขัน ทำให้คู่แข่งเข้าสู่ตลาดเดียวกันได้ลำบาก ผู้ประกอบการมีความมุ่งมั่นสูงในความพยายามล้ำหน้า และทำการต่างๆ ให้เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามในการศึกษา ดังนั้น จึงควรนำผลการวิจัยนี้ไปศึกษาต่อยอดด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกกับกลุ่ม

ตัวอย่างเพื่อรับทราบข้อคิดเห็นต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประสิทธิภาพองค์การในการดำเนินงานผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการต่อไป

2. ควรศึกษาถึงอิทธิพลของตัวแปรสาเหตุอื่นๆ ที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน ผ่านความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs จังหวัดสมุทรปราการเพื่อทดสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลโดยรวมของตัวแปรต่างๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาได้อย่างเป็นรูปธรรมต่อไป

3. ในการศึกษาครั้งต่อไปเพื่อให้ได้จะเป็นข้อค้นพบใหม่ๆ ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างองค์การอื่นๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่มีรูปแบบโครงสร้างหรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันออกไป เพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์แนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์การให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลยิ่งขึ้นต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2560). ความสำคัญของการสร้างมูลค่าเพิ่ม. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2560 จากหนังสือคู่มือการพัฒนามูลค่าเพิ่ม
- นิลาวัลย์ สว่างรัตน์. (2558) . อิทธิพลเชิงโครงสร้างของความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นการตลาดการมุ่งเน้นนวัตกรรม และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร. Veridian E-Journal, Silpakorn University ปีที่ : 8 ฉบับที่ : 3 เลขหน้า : 958-975.
- บุญทวรรณ วิงวอน. (2556). “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน.” ในเอกสารการประชุมวิชาการวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่ 6.หนา 1. จันทบุรี : มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- บุญทวรรณ วิงวอนและคณะ. (2557) . แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 102-119.
- ประสพชัย พสุนนท์. (2553). เอกสารคำสอนวิจัยตลาด1. นครปฐม: เพชรเกษมพรินต์ติ้ง.
- ภัทรานิษฐ์ ทองสามสีและธีระวัฒน์ จันทิก.(2559).การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในโครงการทุนพัฒนาแผนธุรกิจนวัตกรรม. Veridian E-Journal, Silpakorn University ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 2 เลขหน้า : 1564-1580.

- มณีนุช ทรวงสุรัตน์กุล. (2559). อิทธิพลของผู้บริหารระดับกลางในการพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กรณีศึกษา : บริษัท ทู คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน). Veridian E-Journal, Silpakorn University ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 283-297.
- เรวัตร ชาตรีวิชัญญ์ และคณะ. (2553). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อินเฮาส์ โนว์เลจ.
- วสุธิดา นักเกษม และ ประสพชัย พสุนนท์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร. Veridian E-Journal ฉบับมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ. ปีที่ 11, ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน 2561.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงใหม่ปี 2552. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2548). นโยบายธุรกิจและการบริหารเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- สรชัย พิศารบุตร; เสาวรส ใหญ่สว่าง; และปรีชา อัสวเดชาณุกร. (2549). การสร้างและประมวผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2547). สูดยอนนวัตกรรมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- หทัยชนก วนิศกุลและคณะ. (2561).การพัฒนาารูปแบบนวัตกรรมและกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีต่อความภักดีของลูกค้าร้านนมสด. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ปีที่: 13 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 33-49.
- อุบลวรรณ สุวรรณภูสิทธิ์ และอำพล ชะโยมชัย. (2561). นวัตกรรมและผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน ของกิจการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ : 38 ฉบับที่ : 1 เลขหน้า : 18-35.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99.
- Baum, J.R.,& Locke, E.A.(2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to new venture growth. Journal of Applied Psychology, 89(4), 587-598.
- Dele, E. (1996). Management: theory and practice. (6th ed.). Tokyo: McGraw-Hill.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T. & Taylor, M.L. (2005). Strategic Management: Creating competitive advantage (2nded.). New York: McGraw-Hill.
- Dess, G.G., Lumpkin, G.T., and Eisner, A. B. (2007). Strategic Management: Creating Competitive Advantages. New York: The Free Press.

- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. and Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis. 7th Edition, Pearson, New York.
- Hatten, T.S. (2009). Small Business Management: Entrepreneurship and Beyond. (4th ed.). Ohio: South-Western.
- Herkema, S. (2003). A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects, The Learning Organization, Vol. 10, No. 6, pp. 340 – 346
- Hughes, L.W. (1987). The principal as leader. (2nd ed), New Jersey: Prentice –Hall, Inc.
- Jung, D. D., Chow, C. W., & Wu, A.. (2006). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation. The leadership quarterly 14 (4-5), 525-544
- Likert Rensis . (1932). "A Technique for the Measurement of Attitudes". Archives of Psychology. 140: 1–55.
- Luecke, Richard; Ralph Katz.(2003). Managing Creativity and Innovation. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Morton, J.A. (1971). Organization for Innovation: A Systems Approach to Technical Management: New York: McGraw-Hill.
- Philips Kotler. (2014) . Marketing Management. (14th ed.). New Jersey: Prentice - Hall.
- Tidd, J., Bessant,J., and Pavitt, K., (2005) Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organisational Change,3rd edition, John Wiley and Sons Ltd.
- Youndt, M. A. & Snell, S. A. (2004). Human Resource Configurations, Intellectual Capital,and Organizational Performance. Journal of Managerial Issues, 16(3), pp. 337-360.