



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลาง  
และขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส  
Factors Affecting the Innovativeness of Small and Medium  
Entrepreneurs in Pattani, Yala and Narathiwat provinces

นัสรี มะแน  
Nasree Manae

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration  
Prince of Songkla University

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์



ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลาง  
และขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส  
Factors Affecting the Innovativeness of Small and Medium  
Entrepreneurs in Pattani, Yala and Narathiwat provinces

นัสรี มะแน  
Nasree Manae

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Business Administration  
Prince of Songkla University

2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์                      ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ  
ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส  
ผู้เขียน                                      นางสาวนัสรี มะแน  
สาขาวิชา                                    บริหารธุรกิจ

---

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

คณะกรรมการสอบ

.....  
(ดร. พงศกร พิษยदनย์)

.....ประธานกรรมการ  
(ดร. สุธีรา เดชนครินทร์)

.....กรรมการ  
(ดร. สุนันทา เหมทานนท์)

.....กรรมการ  
(ดร. พงศกร พิษยदनย์)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น  
ส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

.....  
(ศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ดี ฟารุ่งสง)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มี  
ส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ .....

(ดร. พงศกร พิษยदनย์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ.....

(นางสาวนัสรี มะแน)

นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และ  
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวนัสนีย์ มะแน)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
ผู้เขียน	นางสาวนัสรี มะแน
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
ปีการศึกษา	2561

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ราย สถิติที่ใช้ (1) สถิติเชิงพรรณนา แสดงข้อมูลในรูปแบบความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอ้างอิง ในรูปแบบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกส่งผลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ เท่ากับร้อยละ 19.0 คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.307 และ 0.250 ตามลำดับ ทั้งนี้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่สามารถนำผลที่ได้จากการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาตนเองและวางแผนการดำเนินธุรกิจ และภาครัฐสามารถนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายเพื่อสร้างระบบนิเวศทางการประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งจะยกระดับความสามารถทางนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ และส่งผลให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจต่อไป

**คำสำคัญ:** ความสามารถทางนวัตกรรม คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสามารถทางการแข่งขัน

<b>Thesis Title</b>	Factors affecting the innovativeness of small and medium Entrepreneurs in Pattani, Yala and Narathiwat provinces
<b>Author</b>	Miss Nasree Manae
<b>Major Program</b>	Business Administration
<b>Academic Year</b>	2018

### ABSTRACT

This research aims to investigate the entrepreneur's characteristics of and external factors which are government sector, educational sector, capital sector and business sectors that affect the innovativeness of small and medium enterprises (SMEs) in Pattani, Yala and Narathiwat provinces. Questionnaires were employed as a research tool to collected data. 188 respondents were returned. The statistics used in this research were (1) descriptive statistics that are shown in the form of frequency, percentage, mean and standard deviation (2) Inferential statistics are shown in the form of multiple regression analysis.

The study revealed that characteristics of entrepreneurs and external factors positively affect the innovativeness among entrepreneurs of small and medium-sized enterprises with statistical significance at the level of 0.05. Moreover both factors explained the variance of entrepreneurial innovativeness at 19%, whereas the entrepreneur characteristics show a regression coefficient of the predictors in the standard score at 0.307 and external factors show a regression coefficient of the predictor in the form of standard score at 0.250. This research provided single specific factors that relevance to contributing an alternatives way for entrepreneurs themselves in developing their innovativeness and business management. Furthermore, this research could benefit government sectors in establishing the policy that can accelerate the suitable innovation driven entrepreneurial ecosystem which can enhance innovativeness and business competitive advantage for entrepreneurs in the southernmost Pattani, Yala and Naratiwat provinces of Thailand

**Keyword:** Innovativeness, Entrepreneur Characteristics, Competitive Advantage.

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ นวัตกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้สำเร็จลุล่วงลงได้อย่าง สมบูรณ์ด้วยความอนุเคราะห์และความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ที่ปรึกษา ดร. พงศกร พิษยदनย์ ที่เสียสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำ ความรู้ในการทำวิจัย ตรวจสอบ ปรับปรุง แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์เล่มนี้เสร็จสมบูรณ์ รวมถึงคณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ดร. สุธีรา เดชนครินทร์ และดร. สุนันทา เหมทานนท์ ที่ให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ทั้งใน ด้านวิชาการ เนื้อหา และระเบียบวิจัยสำหรับการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้วิทยานิพนธ์มีความครบถ้วน สมบูรณ์ยิ่งขึ้น รวมถึงคณาจารย์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ตลอด การศึกษาในหลักสูตร เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับงานวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณตัวแทนผู้ประกอบการในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ซึ่งได้แก่จังหวัด ปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาสทุกท่านที่ได้เสียสละเวลาในการร่วมตอบแบบสอบถาม เพื่อการเก็บข้อมูลอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ที่คอยอบรมเลี้ยงดู สนับสนุนในทุก ๆ ด้าน ขอขอบคุณแม่สุไรยา โกมารกุล ณ นคร ที่ให้คำปรึกษา สนับสนุนค่าเล่าเรียน ค่าที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ตลอดจนเพื่อนๆ ทุกคนที่อยู่เคียงข้างกัน คอยให้ คำปรึกษาในการทำงานและการเรียน ซึ่งทุกท่านเป็นกำลังใจที่สำคัญให้กับผู้วิจัยเสมอมา

นัสรี มะแน



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(5)
ABSTRACT .....	(6)
กิตติกรรมประกาศ .....	(7)
สารบัญ .....	(8)
รายการตาราง .....	(10)
รายการภาพประกอบ .....	(12)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	5
1.3 คำถามวิจัย.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
1.5 ข้อยกเว้นงานวิจัย .....	5
1.6 นิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม.....	7
2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ.....	7
2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ.....	10
2.3 แนวคิดด้านนวัตกรรม .....	16
2.4 แนวคิดความสามารถทางนวัตกรรม .....	22
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนวัตกรรม .....	23
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม .....	25
2.7 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการ.....	29
2.8 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	43
2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	56
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย .....	58
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	58
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection).....	61
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	61
3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย .....	63

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ดังนี้	65
.....	65
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	66
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส .....	67
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ.....	71
4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส.....	77
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส.....	78
4.5 สรุปสมมติฐานการศึกษา .....	83
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ .....	84
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	85
5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	86
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	90
บรรณานุกรม.....	92

## รายการตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 2.1 แสดงวิวัฒนาการของนวัตกรรมในยุคต่าง ๆ.....	18
ตารางที่ 2.2 รูปแบบธุรกิจ .....	27
ตารางที่ 2.2 รูปแบบธุรกิจ (ต่อ).....	28
ตารางที่ 2.3 ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2559.....	28
ตารางที่ 2.3 ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2559 (ต่อ).....	29
ตารางที่ 2.4 แสดงเป้าหมายในการพัฒนาประเทศโดยใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน .....	33
ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามจังหวัด และขนาดวิสาหกิจ.....	58
ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามภาคธุรกิจ และขนาดวิสาหกิจของจังหวัดยะลา .....	59
ตารางที่ 3.3 แสดงแหล่งอ้างอิงของข้อความ .....	63
ตารางที่ 3.4 การเปรียบเทียบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม .....	64
ตารางที่ 4.1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างและการตอบกลับของแบบสอบถามที่ผ่านการคัดกรองจำแนกตาม จังหวัด.....	66
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด.....	67
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (ต่อ) .....	68
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ .....	71
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ (ต่อ).....	72
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ (ต่อ).....	73
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก.....	74
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก (ต่อ) .....	75

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก (ต่อ) .....	76
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส.....	77
ตารางที่ 4.6 แสดงการตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outlier).....	79
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation).....	80
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity).....	80
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าสถิติพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม .....	81
ตารางที่ 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis).....	82
ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน .....	83

## รายการภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพประกอบ 2.1 องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ .....	16
ภาพประกอบ 2.2 ภาพจำลองทฤษฎีhubเหวแห่งการยอมรับนวัตกรรม .....	21
ภาพประกอบ 2.3 องค์ประกอบของความสามารถทางนวัตกรรม .....	23
ภาพประกอบ 2.4 innovation ecosystem Stakeholders Model.....	31
ภาพประกอบ 2.5 แสดงทิศทางการเปลี่ยนผ่านประเทศไทย .....	32
ภาพประกอบ 2.6 องค์ประกอบของระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรม .....	42
ภาพประกอบ 2.7 กรอบแนวคิดงานวิจัย.....	57
ภาพประกอบ 4.5 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual Dependent Variable: ความสามารถทางนวัตกรรม .....	78
ภาพประกอบ 4.6 การกระจาย Scatter Plot ค่าความแปรปรวนของตัวแปรตาม.....	79

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในโลกแห่งการแข่งขันที่ไร้พรมแดนมีการแข่งขันและมีความรุนแรงมากเนื่องจากมีจำนวนคู่แข่งมากขึ้น เป็นยุคที่ปลาเร็วกินปลาช้า ธุรกิจจึงต้องตื่นตัวและปรับเปลี่ยนได้ทันกับสถานการณ์และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาด โดยกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and medium enterprises : SMEs) ซึ่งเป็นภาคธุรกิจที่มีส่วนสำคัญในระบบเศรษฐกิจ มีบทบาทในการผลิต การลงทุน และการจ้างงาน จึงเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูแก้ไขปัญหาความยากจน และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ เนื่องจากธุรกิจ SMEs เป็นจุดกำเนิดของผู้ประกอบการซึ่งเป็นแหล่งก่อให้เกิดการจ้างงานในชุมชน ให้คนในชุมชนได้ฝึกทำงาน เสริมทักษะ สะสมประสบการณ์เพื่อก้าวสู่แหล่งกิจการขนาดใหญ่มีการใช้วัตถุดิบจากในพื้นที่ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ให้กับเกษตรกร และคนในชุมชนที่เป็นแหล่งวัตถุดิบของ SMEs ซึ่งช่วยป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันก็เป็นหน่วยผลิตที่สร้างความหลากหลายให้กับผลิตภัณฑ์ และในบางรายยังเป็นห่วงโซ่การผลิตชั้นกลางของห่วงโซ่การผลิตในธุรกิจขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561) แต่ก็ยังมีอุปสรรคอย่างมากที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ไม่ว่าจะเป็นกฎระเบียบที่เข้มงวดและมีขั้นตอนมากจนใช้เวลานาน ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายสูงเกินความเหมาะสมของผู้ประกอบการ หรือแม้กระทั่งการเข้าถึงอุปกรณ์ที่ทันสมัย การเข้าถึงบุคลากรของภาครัฐที่มีองค์ความรู้ งานวิจัยต่าง ๆ จากสถานศึกษาหรือมหาวิทยาลัยของรัฐ (ทิบัติ ทัทพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560) ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการขยายหรือตั้งต้นกิจการ อีกทั้งปัจจัยจากผู้ประกอบการเองที่ไม่มีความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจ หลักในการทำบัญชี ทักษะในการเจรจาทางธุรกิจ ความรู้เรื่องเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการ ความรู้เรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ความรู้ด้านการตลาด และการเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าทั้งในและต่างประเทศ (อาศิรา ราชเวียง, 2560) จึงสะท้อนให้เห็นว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่สามารถเติบโตได้ หรือสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นได้ (Value Creation)

นอกจากนี้ยังมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่ทำงานอยู่ท่ามกลางความไม่แน่นอน มีความกังวล ผู้ประกอบการจึงต้องวางแผนกลยุทธ์อย่างระมัดระวัง ดังที่ริชาร์ด แบรินสันเคยพูดว่า

“อดทน พยายาม และทำต่อไป” แต่หลายๆครั้งวิธีการนี้ก็ไม่เป็นผล สิ่งสำคัญคือการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และรู้จักตำแหน่งของตัวเองเมื่อเทียบกับคู่แข่ง โดยคำนึงถึงลูกค้า เทคโนโลยี ความสามารถ อัตลักษณ์ วัฒนธรรมขององค์กร และคู่แข่ง (Gans, Erin & Stern, 2018) ดังนั้นเจ้าของธุรกิจหรือผู้ประกอบการจึงต้องเป็นผู้บริหารที่มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความท้าทาย สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางแผนไว้ (Dess, Lumpkin & Eisner (2007) และต้องให้ความสนใจในเรื่องนวัตกรรมจึงเปรียบเสมือนนวัตกรรม (Innovator) เพราะนวัตกรรมและเทคโนโลยีคือเครื่องมือที่เปิดโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการในการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitive Advantage) นำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบการ (Robert & Jintong, 2011) โดยผู้ประกอบการมีการขับเคลื่อนการประกอบการด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Entrepreneurship) หรือ IDE (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) โดยการพัฒนาวัตกรรมการในระดับบุคคลและองค์กรต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสิ่งที่กำหนดนวัตกรรมในองค์กรนั้นผู้ประกอบการต้องมีภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม (innovation leadership) เป็นผู้ที่มองเห็นความสำคัญ และสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรม มีการยกระดับทางการจัดการ (managerial leveraging) ซึ่งเป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับภาวะผู้นำเพราะเป็นผู้ที่ตัดสินใจและปฏิบัติตามกลยุทธ์หรือแนวคิดที่วางไว้ โดยมี การจัดโครงสร้างระบบการจัดการ การจัดสรรทรัพยากร ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม จนเกิดกระบวนการทางธุรกิจ (business process) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เกิดปัจจัยในการเป็นนวัตกรรม โดยทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเป็นธุรกิจในระดับองค์กรได้ (Crossan & Apaydin, 2010)

ปัจจุบันจะเห็นได้ว่าประเทศไทยได้มีการปรับเปลี่ยนทิศทางการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศด้วยการนำวิทยาศาสตร์ (Science-Based) เป็นฐานในการพัฒนาสินค้าและบริการ ลดใช้ทรัพยากรเป็นพื้นฐาน (Resource Based) ในการผลิตสินค้าและบริการ และลดการใช้แรงงานแบบคร่ำครึ (Labor-Intensive) (สุชาติ ไตรภพสกุล และสหทัย ชูชาติพงษ์, 2557) โดยข้อมูลการสำรวจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ประจำปี 2561 พบว่า ภาคธุรกิจส่วนใหญ่ในประเทศไทยจัดเป็น SMEs มีจำนวนทั้งสิ้น 3,046,793 ราย มีอัตราการเติบโต ร้อยละ 1.30 ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 12,155,647 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82.22 ของการจ้างงานรวมทั้งหมดและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 6,551,718 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 42.4 ของ GDP ประเทศ จากจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จะเห็นได้ว่า มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีจำนวน 85,429 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของจำนวน SMEs ทั้งหมดและมีเพียง 675,633 ราย ที่จดทะเบียนนิติบุคคล หรือคิดเป็นเพียงร้อยละ 22.18 และกลุ่มสุดท้าย ได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs อีก 2,371,160 ราย หรือประมาณร้อยละ 75.02 เป็น SMEs

ประเภทบุคคลธรรมดาซึ่งแบ่งเป็นวิสาหกิจขนาดย่อมจำนวน 2,282,695 ราย วิสาหกิจขนาดกลางจำนวน 3,036 ราย จึงเห็นได้ว่ามี SMEs จำนวนมากเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม และมีวิสาหกิจขนาดกลางเพียงร้อยละ 0.6 ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้วจะมีสัดส่วนวิสาหกิจขนาดกลางอยู่ที่ร้อยละ 5 ถึง 10 และจากผลการจัดอันดับดัชนีชี้วัดความสามารถในการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจของโลก (Global Competitiveness Index: GCI) ที่แบ่งระดับขึ้นตามศักยภาพในการพัฒนา โดยขั้นที่ 1 เป็นกลุ่มประเทศที่อาศัยปัจจัยการผลิต (Factor Driven Economics) ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ และ เวียดนาม ขั้นที่ 2 เป็นกลุ่มประเทศที่อาศัยปัจจัยด้านประสิทธิภาพ (Efficiency Driven Economics) ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย จีน ไทย และขั้นที่ 3 เป็นกลุ่มประเทศที่อาศัยนวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (Innovation-Driven Economics) ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน (เฉพาะในภูมิภาคประเทศสมาชิกอาเซียน+3) (Bosma, 2012) เมื่อพิจารณาข้อมูลการลงทุนในด้านการวิจัยพบว่า มีเพียงร้อยละ 0.26 เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ ไต้หวัน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศอุตสาหกรรมใหม่ในเอเชีย มีการลงทุนในด้านการวิจัยร้อยละ 2.10 (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) ทั้งนี้ภาครัฐมีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยจากประเทศกำลังพัฒนาไปสู่ประเทศที่พัฒนาแล้วโดยใช้นวัตกรรมและงานวิจัยในการขับเคลื่อน โดยในปี 2559 ต้องการให้ประชาชนและเยาวชนทุกภูมิภาคของประเทศสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้และบริการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างทั่วถึงโดยมุ่งเน้นสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาของประเทศร้อยละ 1 ของ GDP ปี 2564 - 2569 ต้องการให้ประชาชนมีรายได้เฉลี่ย 400,000 บาทต่อคนต่อปี โดย GDP ต่อประชากรของทุกจังหวัดแตกต่างจากค่าเฉลี่ยไม่เกินร้อยละ 30 และอัตราการเติบโตของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าอัตราการเติบโตของ GDP ซึ่งใช้ค่าใช้จ่ายร้อยละ 2 ของ GDP และออกจากกลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง ลดความเหลื่อมล้ำ กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง เติบโตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในปลายปี 2569

ผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมาก เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ โดยมีบทบาทในฐานะ "การทำลายล้างความคิดสร้างสรรค์" (Schumpeter, 1934) ตามแนวคิดของ Massachusetts Institute of Technology หรือ MIT ที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าและวิจัยถึงปัจจัยที่ช่วยสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นในวิสาหกิจและองค์กร อันประกอบด้วย ความร่วมมือจากภาครัฐ การเข้าถึงการลงทุนของภาคเอกชน การสนับสนุนจากองค์กร บทบาทของสถาบันการศึกษาที่มีต่อการพัฒนาผู้ประกอบการ (MIT REAP, 2016) เพื่อสร้างสังคมของผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมที่เรียกว่า Innovation Driven Entrepreneurship (IDE) Ecosystem หรือ ระบบนิเวศทางการประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทั้งนี้ประเทศที่จะเกิด IDE ได้ ผู้ประกอบการต้องมีความสามารถ 2 ด้านได้แก่ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovation



Capacity) เช่น การมีนักวิจัย นักวิทยาศาสตร์ มีงบประมาณสนับสนุนงานวิจัยและพัฒนา มีห้องทดลองทางวิทยาศาสตร์ ประชากรในประเทศมีความต้องการนวัตกรรม และ 2) ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Capacity) ซึ่งผู้ประกอบการไทยมีความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการแต่ยังขาดความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovation Capacity) สังเกตได้จากการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่มีปริมาณน้อยมาก และปริมาณนักวิทยาศาสตร์และนักวิจัยน้อยเช่นกัน (thairath, 2561)

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยได้ตระหนักว่าความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) มีความสำคัญต่อการพัฒนาผู้ประกอบการของประเทศ ดังนั้น ผู้ประกอบจึงต้องมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรม ในการยกระดับการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการสร้าง “นักรบเศรษฐกิจ” โดยใช้นวัตกรรมเป็นอาวุธสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจไทย ซึ่งในภาคใต้ตอนล่างของประเทศไทยได้แก่จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นพื้นที่ ๆ มีลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากพื้นที่อื่น ในเรื่องของประเพณี วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และภาษา โดยส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามและมีภาษามลายูถิ่นที่ใช้ในการสื่อสารในชีวิตประจำวัน (สุไรยา วานี และมะรอนิง สาแลมิง, 2557) และเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ทำให้เศรษฐกิจส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ต่ำ คราวเรือนประสบปัญหาหนี้สิน การลดลงของรายได้ สินค้าราคาแพง เงินทุนในการดำเนินธุรกิจไม่เพียงพอ ค่าใช้จ่ายในด้านการขนส่งที่เพิ่มขึ้น (อนุวัต สงสม, 2552) ดังนั้นจึงเป็นพื้นที่พิเศษที่รัฐบาลให้ความสำคัญในการแก้ปัญหา รวมถึงไปถึงปัญหาเศรษฐกิจ โดยใช้กฎหมายพิเศษหรือกฎหมายความมั่นคงเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาและรักษาความสงบควบคู่ไปกับการใช้นโยบายเชิงพัฒนาซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ภาครัฐ (กรกฎ ทองชะโชค, 2562) เพื่อให้พื้นที่ดังกล่าวมีการพัฒนาและเจริญก้าวหน้าได้อย่างเต็มประสิทธิภาพซึ่งช่วยให้ภาพรวมของประเทศชาติดีขึ้นด้วย และเป็นการสนับสนุนธุรกิจประกอบกิจการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษเฉพาะกิจภาคใต้ รัฐบาลได้มีมาตรการลดภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาให้กับผู้มีเงินได้ในสถานประกอบการ ยื่นแจ้งเสียภาษี 0.1% ของเงินได้ทั้งหมด ในส่วนของห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลลดภาษีเงินได้เหลือ 3% ของอัตรากำไรสุทธิ โดยมีผลสำหรับเงินได้ที่เกิดขึ้นในปี 2561-2563 จากเดิมครบกำหนดในปี 2558-2560 ขยายเป็น 2561-2563 เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจว่าจะได้รับการสนับสนุนการลงทุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง (posttoday, 2559) โดยในประเทศไทยยังไม่พบการศึกษาในลักษณะนี้ในพื้นที่ดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาผู้ประกอบการที่อยู่ในพื้นที่ดังกล่าวโดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ ดังนี้

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

## 1.3 คำถามวิจัย

1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการหรือไม่ (H1)
2. ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการหรือไม่ (H2)

## 1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการในการพัฒนาศักยภาพในการประกอบกิจการ
2. เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางและวางแผนพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างระบบนิเวศผู้ประกอบการให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
3. เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับการบูรณาการความรู้ในด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

## 1.5 ข้อยกเว้นงานวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้การรายงานตนเอง (Self-report) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอาจก่อให้เกิดความโน้มเอียงในการให้คำตอบของบุคคล (Social Desirability)
2. ผลการวิจัยจากการศึกษากลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้อาจสามารถอธิบายความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แต่ไม่สามารถอธิบายความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภูมิภาคอื่น ๆ ได้

## 1.6 นิยามศัพท์

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการ กรรมการ หรือผู้จัดการ หรือตำแหน่งอื่นทางด้านการบริหาร และมีอำนาจในการตัดสินใจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งได้แก่ นิติบุคคล บุคคลธรรมดา และวิสาหกิจชุมชน ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง รูปแบบการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นพฤติกรรม ทักษะคต ที่ผ่านการคิดและนำไปสู่การตัดสินใจในการประกอบธุรกิจ

ปัจจัยภายนอก หมายถึง ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคเอกชน

ภาครัฐ หมายถึง ภาครัฐบาลที่คอยสนับสนุนธุรกิจที่อยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ภาคการศึกษา หมายถึง สถาบันวิจัยและสถาบัน การศึกษา ต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่อยู่ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ภาคเงินทุน หมายถึง แหล่งเงินทุนต่าง ๆ เช่น สถาบันการเงิน หรือผู้ให้ทุนสนับสนุนการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่อยู่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ภาคธุรกิจ หมายถึง ภาคธุรกิจขนาดใหญ่หรือเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรม หมายถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มาช่วยสร้างสรรค์บรรยากาศในการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในธุรกิจได้แก่ 5 ภาคส่วน ดังนี้ ผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจขนาดใหญ่

ความสามารถทางนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นความสามารถที่เกิดจากการนำความคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาองค์กรโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน หรือเป็นการใช้ความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดขึ้นได้เร็วกว่าคู่แข่งเป็นความสามารถเชิงบวกกับธุรกิจในการพัฒนาสิ่งใหม่ ซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสมีแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวน วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยมีประเด็นสำคัญในการศึกษาดังต่อไปนี้

- 2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ
- 2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ
- 2.3 แนวคิดด้านนวัตกรรม
- 2.4 แนวคิดความสามารถทางนวัตกรรม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนวัตกรรม
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- 2.7 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการ
- 2.8 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย

#### 2.1 ความหมายของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) เป็นคำที่มีรากศัพท์จากภาษาฝรั่งเศส แปลโดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวไอริสที่ชื่อว่า Richard Cantillon ว่า “Undertake” หรือ อาสารับทำ (cantillon, 1959) ซึ่งในพจนานุกรมภาษาอังกฤษได้แปลความหมายว่า บุคคลที่สร้างรายได้ด้วยการเริ่มต้นธุรกิจของตนเองโดยการมองเห็นโอกาสและยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

Hatten (2006) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มีโอกาสทางธุรกิจ โดยต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการริเริ่ม เป็นคนที่มีความรู้เรื่องการเงิน มีความสามารถในการจัดการวัตถุดิบ โดยได้ระบุพฤติกรรมของผู้ประกอบการดังนี้

1. เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creation) ในการเริ่มต้นธุรกิจใหม่
2. เป็นบุคคลที่ชอบสร้างนวัตกรรม (Innovation) คิดค้นสิ่งใหม่ๆ ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการทำธุรกิจ การทำการตลาด และการจัดการองค์กรแบบใหม่ๆ
3. เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) โดยสามารถรับมือต่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกิจ

4. เป็นบุคคลที่มีความสามารถในการบริหารงาน (General Management) สามารถจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม และมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจ

5. เป็นบุคคลที่มุ่งในประสิทธิภาพ (Performance intention) มีความคาดหวังในการเติบโตของธุรกิจ โดยธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรต่อเจ้าของได้

Sexton & Bowman (1985) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มีความสามารถในการจัดการทรัพยากรและมองเห็นโอกาสทางการตลาด แล้วสามารถนำทรัพยากรมาใช้ให้สอดคล้องกับโอกาส มีการสร้างข้อผูกพันระหว่างทรัพยากรกับการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและกำไรในระยะยาว

Kuratko & Hodgetts (1998) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มองหาโอกาสทางธุรกิจ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ มีการวางแผนการดำเนินธุรกิจ โดยมีความมุ่งหวังในเรื่องกำไร และยังเป็นผู้ที่ทำให้เศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลง

Sharma, Chrisman & Chua (1997) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มีโอกาสในการสร้างรายได้จากการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ โดยการใช้สินค้า การดำเนินงานด้านการตลาด การจัดการองค์กร หรือการรวมกันของผู้ผลิตสินค้า

Catlin & Matthews (2001) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มีความเชื่อมั่นในความคิดและความฝันของตนเองโดยการปฏิบัติจนความฝันเป็นจริง และเมื่อเจอความล้มเหลวหรือผิดหวังก็จะหาหนทางอื่นเพื่อสานฝันของตนเองไปเรื่อยๆ

Scarborough & Zimmerer (2003) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจใหม่ด้วยตนเองเพราะมีโอกาและทรัพยากรที่จำเป็นต่อธุรกิจ ทั้งนี้ต้องเผชิญกับความเสี่ยงที่จะขาดทุน และความไม่แน่นอนของกำไร

Longenecker, Moore, Petty & Palich (2006) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่รู้ถึงความต้องการของผู้บริโภค แล้วนำความต้องการเหล่านั้นมาทำเป็นธุรกิจ ภายใต้ความเสี่ยง จึงทำให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมและก่อให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ

ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค (2542) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่มองหาโอกาสใหม่ๆ ทางธุรกิจด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เป็นบุคคลที่มีความมุ่งมั่น อดทน กล้าตัดสินใจ และกล้าเผชิญกับความเสี่ยงในการนำความคิดสร้างสรรค์มาทำให้เกิดความคุ้มค่า

วิชัย โถสุวรรณจินดา (2546) ได้นิยามผู้ประกอบการคือ บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจของตนเองขึ้นมา ภายใต้การยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้น เพื่อให้ได้ผลกำไรที่ดีที่สุด

และ Frese (2000) นายกสมาคมจิตวิทยาประยุกต์นานาชาติ (International Association of Applied Psychology: IAAP) ได้นิยามผู้ประกอบการ บุคคลที่จัดตั้งธุรกิจโดยมีการยอมรับความเสี่ยง เพื่อหวังผลกำไร ซึ่งอาจเป็นทั้งเจ้าของหรือหุ้นส่วน

ผู้ประกอบการเป็นคุณลักษณะพื้นฐานของบุคคลที่มีความสามารถแตกต่างจากบุคคลอื่น โดยมีประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจ การมีความรู้ที่เกิดจากการสั่งสม มีแนวคิดในการทำงาน มีทุนเดิมทางสังคม มีเครือข่ายทางธุรกิจและสิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่รับความเสี่ยงและมีความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจ (Cunningham & Lischeron, 1991) และมีความรู้ความสามารถในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งแนวคิดของ McBay ได้จำแนกศักยภาพของการเป็นผู้ประกอบการ ไว้ 3 ด้าน ประกอบด้วย 10 คุณลักษณะ (Kabatire, Mutyaba & Mcbay, 2007) ดังนี้

ด้านที่ 1 ศักยภาพแห่งความสำเร็จ (Achievement Competencies) ได้แก่ การแสวงหาโอกาส (Opportunity Seeking) ความมุ่งมั่น (Persistence) ความมีพันธะต่องาน ความผูกพัน ความรับผิดชอบในงาน (Commitment to work Contract) ความต้องการไฝหาทางด้านคุณภาพและประสิทธิภาพ (Demand for Quality & Efficiency) และความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ด้านที่ 2 ศักยภาพแห่งการวางแผน (Planning Competencies) ได้แก่ การตั้งเป้าหมาย (Goal Setting) การวางแผน ติดตาม การประเมินอย่างมีระบบ (Systematic Planning & Monitoring) การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking)

ด้านที่ 3 ศักยภาพแห่งอำนาจ (Power Competencies) ได้แก่ การชักชวน การชักจูง การมีเครือข่าย (Persuasion & Networking) ความเชื่อมั่นในตัวเอง (Self Confidence)

ดังนั้น จากนิยามที่รวบรวมได้ข้างต้น จึงพอสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา โดยการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจจากการทรัพยากรที่มี และสามารถต่อยอดจากความคิดสร้างสรรค์ในการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด ภายใต้ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น เพื่อมุ่งหวังกำไร และการเติบโตของธุรกิจ ด้วยการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ ธพว. เห็นว่าผู้ประกอบการในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีศักยภาพเพียงพอหากได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนในเรื่องของเงินทุน และองค์ความรู้เพื่อใช้ในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มีความเข้มแข็งมากขึ้น โดยมีกรให้สินเชื่อพิเศษที่เป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลวงเงิน 1,000 ล้านบาท ในอัตราดอกเบี้ย 1.5% (sanook, 2560) ในขณะที่กระทรวงพาณิชย์ และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เห็นศักยภาพของพื้นที่ว่าเป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตร ประมง และสินค้าฮาลาลที่สำคัญของประเทศไทยจึงมีการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการโดยการจัดสัมมนาเรื่องส่งเสริมและสร้างความเชื่อมั่นการค้าการลงทุนพืชิตชายแดนใต้ เพื่อให้ผู้ประกอบการเตรียมตัวนำผลิตภัณฑ์ส่งออกไปยังประเทศคู่ค้า FTA เช่น ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซียที่ลดภาษีนำเข้าและต้องมีความต้องการสินค้า ฮาลาล (อาร์วายทีเอ็น, 2560)

## 2.2 ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

Dess, Lumpkin & Eisner (2007) ได้อธิบายว่า ธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีผู้บริหารที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความท้าทาย สามารถปฏิบัติงานได้ตามแผนกลยุทธ์ที่ได้วางแผนไว้ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันด้วย (สุธีรา อะทะวงษา, 2556) โดยผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการมองหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเกิดกำไร โดยอยู่บนพื้นฐานของการยอมรับความเสี่ยง (Cripe & Mansfield, 2001) สอดคล้องกับ Kirzner (1979) ได้อธิบายว่า ผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่ตื่นตัวในการมองหาโอกาสและมีความสามารถในการทำกำไร ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการจะประกอบไปด้วย 6 ลักษณะ ได้แก่ ความเป็นภาวะผู้นำ ความมีมนุษยสัมพันธ์ การจัดการ ความเสี่ยง ตั้งเป้าหมาย และลักษณะพื้นฐาน (สมแก้ว และคณะ, 2545) ในขณะที่ Banfe (1999) ได้อธิบายคุณลักษณะของผู้ประกอบ 9 ข้อดังนี้

1. เป็นธุรกิจที่ทำมาจากครอบครัวหรือเริ่มต้นธุรกิจเอง
2. เป็นบุคคลที่มีการศึกษาทุกระดับตั้งแต่ระดับเริ่มต้นไปจนถึงปริญญาเอก
3. กล้าที่จะลองใช้วิธีการหรือสิ่งใหม่ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. กล้าที่จะลองทำสิ่งที่เป็นโอกาสใหม่ๆ ของธุรกิจ และอดทนต่อผลการตอบรับจากลูกค้า เนื่องจากการทำผลิตภัณฑ์ใหม่นั้น ต้องทำให้ลูกค้ายอมรับผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องใช้เวลา
5. ลงมือทำทันทีเมื่อคิดจะทำ
6. เป็นบุคคลที่มองรอบด้านรู้จักตัวเอง รู้จักคู่แข่ง และรู้จักผู้อื่น
7. มีความมุ่งมั่นในการทำธุรกิจจากสิ่งเล็กๆ ๆ
8. เป็นบุคคลที่พึ่งพาตัวเอง ทำเพื่อตนเองเสมอ
9. มีความมุ่งมั่นในความสำเร็จ

สอดคล้องกับ Wickham (2004) ได้อธิบายว่า ผู้ประกอบการคือคนที่สร้างสิ่งใหม่ ๆ และสร้างมูลค่าให้เกิดขึ้น โดย Drucker (1985) อธิบาย สำหรับคนที่เป็นผู้ประกอบการนั้นต้องมีนวัตกรรมเป็นเครื่องมือหลัก โดยผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรมคือคนที่ใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการว่า จะต้องมีความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ เพราะจะทำให้การทำธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จด้วยความไม่ย่อท้อเมื่อเจอปัญหาและอุปสรรค ซึ่งคุณสมบัติของผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นมีหลายข้อ มีหลายประการซึ่งผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องมีทุกข้อ เพียงแต่ให้พิจารณาข้อที่ยังไม่มีแล้วจึงพัฒนาให้มีข้อนั้น ๆ เพื่อให้เป็นประโยชน์กับธุรกิจ จะประกอบไปด้วย

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) คนที่จะเป็นผู้ประกอบการได้นั้นต้องเป็นคนที่กล้าเผชิญกับความเสี่ยง เพราะธุรกิจกับความเสี่ยงจะมาพร้อมกัน การทำธุรกิจเป็นงานที่ทำหายต้องใช้ความอดทนจึงทำให้ผู้ประกอบการภูมิใจกับงาน แต่ขึ้นอยู่กับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ ซึ่งไม่เกินความสามารถหรือเกินความพยายามของผู้ประกอบการ เพราะผ่านการศึกษาและมีประสบการณ์ที่เพียงพอโดยผ่านการประเมินความเป็นไปได้ของธุรกิจแล้ว
2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement) เป็นบุคคลที่เมื่อมองเห็นโอกาสแล้วจะมุ่งมั่น ตั้งใจ ที่จะทำได้ดีที่สุด โดยใช้ความสามารถที่มีในตัวทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็ความคิด ความรอบรู้ สติปัญญา ซึ่งจะทุ่มเทจนสุดกำลังเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและเจริญเติบโต ไม่สนใจความลำบากหรืออุปสรรคที่ขวางหน้า
3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ผู้ประกอบการต้องมีความคิดสร้างสรรค์ ไม่พอใจกับสิ่งเดิม ๆ แต่จะพัฒนาต่อยอดสิ่งเดิมหรือคิดค้นสิ่งใหม่ตลอดเวลาจนเป็นธุรกิจ โดยมีการนำหลักการบริหารธุรกิจมาใช้ การคิดค้นนวัตกรรมขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่เจอ หรือเกิดจากปัญหาที่เจอแล้วต้องการแก้ปัญหาที่นั้นจนเกิดการสร้างนวัตกรรมโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ตลอดจนการแก้ปัญหาในงานเพื่อลดต้นทุน หรือเพิ่มผลผลิตล้วนต้องใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
4. มีความผูกพันต่อเป้าหมาย เดินหน้าสู่เป้าหมายโดยมองภาพของความสำเร็จไว้ แล้วจึงวางแผนว่าจะทำอย่างไรเพื่อให้เป้าหมายประสบความสำเร็จ มีความผูกพันต่อเป้าหมาย ต่อให้เจอปัญหาหรืออุปสรรคก็จะมองข้ามสิ่งเหล่านั้น ด้วยการมองหาวิธีการแก้ปัญหา เอาชนะปัญหา ป้องกันสิ่งที่จะทำให้ล้มเหลว มีความหวัง และมองเห็นอนาคต
5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการโน้มน้าวใจ เนื่องจากการทำธุรกิจ ผู้ประกอบการต้องมีการชักชวนผู้อื่นให้เห็นด้วย สนใจ และมาช่วยเหลือการทำงาน สามารถจูงใจพนักงานหรือผู้ร่วมลงทุนให้เข้าใจงาน ตั้งแต่เริ่มกระบวนการไปจนถึงขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้า
6. ยืนหยัดต่อสูทำงานหนัก ในการทำธุรกิจผู้ประกอบการต้องทำงานอย่างหนัก เพื่อให้ธุรกิจบรรลุเป้าหมาย
7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน เป็นข้อที่ผู้ประกอบการต้องเรียนรู้และมาใช้เพราะอดีตที่ผิดพลาดจะทำให้ธุรกิจเราเข้มแข็งหากเกิดการเรียนรู้ และป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเดิม
8. มีความสามารถในการบริหารงาน และเป็นผู้นำที่ดี ผู้ประกอบการต้องมีความเป็นผู้นำในการนำธุรกิจให้ก้าวพ้นปัญหาและประสบความสำเร็จ ต้องสามารถนำหรือเป็นต้นแบบให้กับคนในองค์กร มีหลักการบริหารงาน วางแผนงาน สามารถให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาได้



9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง ผู้ประกอบการต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะทำงานได้ประสบความสำเร็จ เชื่อมั่นในความสามารถ เชื่อมั่นที่จะเอาชนะ เชื่อมั่นที่จะเอาชนะสิ่งแวดล้อม ทะเยอทะยาน โดยประเมินความสามารถของตนเองสูง ถึงแม้จะเคยล้มเหลวแต่ยังมีความเชื่อมั่นว่าจะทำได้สำเร็จ

10. วิสัยทัศน์กว้างไกล ต้องสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ มองเห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอนาคต ก้าวทันหรือนำหน้า มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนวัดได้ และเป็นจริง

11. มีความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการต้องรับผิดชอบต่องาน ต่อหน้าที่ ต่อสิ่งที่ทำลงไป รับผิดชอบต่อสิ่งที่ตัดสินใจ

12. ความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง ทำงานทุกอย่างด้วยความรวดเร็ว ด้วยพลังที่ตนเองมี ทำได้ทั้งงานหนักและเบา ไม่มีข้ออ้างหรือเหตุผลใด ๆ ที่จะทำให้หยุดนิ่งได้

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม ผู้ประกอบการต้องไม่หยุดพัฒนาตนเอง ถึงแม้ว่าเชี่ยวชาญในงานที่ทำอยู่ เพราะความต้องการมนุษย์ไม่เคยสิ้นสุด โลกเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งเรื่องกฎหมาย เศรษฐกิจ การเมือง การตลาด การใฝ่รู้จะทำให้ผู้ประกอบการก้าวทันการเปลี่ยนแปลง และธุรกิจก็จะสำเร็จและเติบโตไปเรื่อย ๆ

14. กล้าตัดสินใจ และมีความมุ่งมั่นพยายาม ไม่ว่าจะงานจะหนักก็ไม่หวั่น มีจิตวิญญาณนักสู้ เชื่อว่างานหนักคือสิ่งท้าทาย เพราะสามารถนำความรู้ ความสามารถมาแก้ปัญหาได้

15. อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น ในตอนเริ่มต้นธุรกิจต้องใช้กำลังร่างกายและความสามารถของตนเอง เพื่อให้มีแรงผลักดันผู้อื่น การควบคุมใกล้ชิดจะทำให้ลูกน้องอึดอัดแต่ก็เป็น การสร้างความมั่นใจต่อธุรกิจ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก ผู้ประกอบการที่ดีต้องไม่เฝงใจกับอดีต ถึงแม้ว่าอดีตจะทำให้เจ็บปวดก็ตาม แต่ต้องเรียนรู้จากอดีตและปรับให้เข้ากับปัจจุบัน ทำปัจจุบันให้ดีที่สุด โดยไม่กังวลกับสิ่งที่ผ่านมา

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม ให้ทุกอย่างปรับไปตามสิ่งแวดล้อมโดยไม่ปล่อยให้สิ่งต่าง ๆ อยู่เหนือการควบคุม ไม่เชื่อโชค ลาง แต่ใช้โอกาสและความสามารถของตนเอง

18. ทำอะไรเกินตัวคือความล้มเหลว ต้องรู้จักประมาณตนเอง ไม่ทำเกินความสามารถ เกินตัว เริ่มจากสิ่งเล็ก ๆ อยู่ในการควบคุม เงินทุนเพียงพอ และสอดคล้องกับความต้องการ

19. ต้องมีความร่วมมือและแข่งขัน ไม่ทำธุรกิจที่ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อมุ่งหวังกำไรจนทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน แต่ให้แข่งขันในหนทางที่ถูกต้องและเสียหายน้อยสุด

20. ประหยัดเพื่ออนาคต การประหยัดตั้งแต่เริ่มต้นเพื่อให้ธุรกิจมีเงินทุนในระยะยาว เพราะการทำธุรกิจไม่ได้ใช้เวลาแค่วันเดียว จึงต้องวางแผนทางการเงินให้รอบคอบ

21. มีความซื่อสัตย์ โดยซื่อสัตย์ต่อตนเอง ต่อลูกค้า ต่อเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมหุ้น และต่อรัฐในการเสียภาษี

Casto (2005) ซึ่งเป็นนักวิชาการ นักพูดและนักเขียน ได้อธิบายคุณลักษณะของผู้ประกอบดังนี้

1. มีความรับผิดชอบ (Responsible)
2. สามารถทำงานหนัก (Hard Worker)
3. เป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยง (Risk Taker)
4. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative)
5. มีความยืดหยุ่น (Flexible)
6. ปฏิบัติตามความคิด โดยมีความคิดใหม่เสมอ (Follows through with ideas)
7. มีความสง่างาม (Personable)
8. มีความคิดดี (Optimistic)
9. มองโลกในแง่ดี (Perceptive)
10. มีความมั่นใจในตัวเอง (Self-confident)
11. มีความหนักแน่น มั่นคง แน่วแน่ (Determined)
12. มีพลังงานสูง (High degree of energy)
13. มีความคิดด้านนวัตกรรม (Innovative)
14. ความเป็นอิสระ (Independent)
15. มีความสามารถในการคาดการณ์ความต้องการ (Ability to anticipate needs)
16. มีทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ (Effective communicator)
17. สามารถตอบสนองต่อคำติชม (Responsive to criticism)
18. มีความสามารถที่จะเป็นผู้นำได้ (Able to take the lead)
19. มีการเรียนรู้จากความผิดพลาด (Learn from mistakes)
20. สามารถควบคุมตนเองได้ (Self-directed)

สำหรับ Dess, Lumpkin และ Eisner (2007) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่า การเป็นผู้ประกอบการมีมิติที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจอยู่ 5 ประการ ดังนี้

1. ความเป็นอิสระในการบริหารจัดการธุรกิจ (Autonomy) คือ ความมีเอกภาพในการทำงาน พยายามที่จะปฏิบัติงานด้วยตนเอง ทำให้ธุรกิจสำเร็จได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ และเป็นไปตามวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ เพราะบุคลากรจะทำงานโดยไม่อยู่ภายใต้ขอบเขต ความเป็นอิสระในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยดังนี้

1.1 การสนับสนุนความคิดโดยใช้แนวคิดสแก๊งค์เวิร์ก (Skunkworks) เป็นเครื่องมือช่วยในกรณีที่มีลักษณะงานเป็นงานประจำ โดยมีลักษณะที่คอยกระตุ้นให้บุคลากรทำงานอย่างเป็นอิสระ ไม่มีแรงกดดัน การทำงานที่ค่อนข้างสบายไม่เป็นทางการ

1.2 การออกแบบโครงสร้างองค์กรให้ทำงานได้อย่างอิสระ อาจจะเป็นการขยายธุรกิจหรือปรับขนาดธุรกิจให้เล็กลง เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารงาน ให้อำนาจแก่บุคลากรในการตัดสินใจได้อย่างเต็มที่ โดยมีการประเมิน และตรวจสอบประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน

2. การคิดค้นสิ่งใหม่ (Innovativeness) คือ การสร้างนวัตกรรมใหม่ ผลิตภัณฑ์ การบริการ การบริหารงานใหม่ๆ ให้แก่องค์กร เพื่อสร้างโอกาสและเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภคตลอดเวลา โดยมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนา นวัตกรรมดังนี้

2.1 มีการสนับสนุนให้มีการวิจัยและสร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่อง

2.2 ยอมลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ เพื่อสร้างความได้เปรียบกับธุรกิจ

3. การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) คือ การทำงานที่นำหน้าคู่แข่ง (First mover) ทำให้คู่แข่งเป็นฝ่ายตั้งรับ เพราะธุรกิจเรามีการนำเทคโนโลยีและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ตลอดเวลา มีการสำรวจตลาด คาดการณ์ความต้องการลูกค้าได้ เป็นผู้ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จนเกิดการได้เปรียบและสร้างกำไร

4. ความสามารถในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) ธุรกิจสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรมเดียวกัน มีกิจกรรมที่สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดที่มากกว่า เช่น การพัฒนา กำลังการผลิต การสร้างกลยุทธ์ด้านราคา มีการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ

5. การพบเจอกับความเสี่ยง (Risk taking) การทำงานบนความเสี่ยงแต่สามารถจัดหรือจัดการกับความเสี่ยงเหล่านั้นได้ เพราะธุรกิจมาคู่กับความเสี่ยงเป็นความเสี่ยงที่คุ้มค่าเมื่อเกิดผลตอบแทนที่สูง ในขณะที่อาจก่อให้เกิดหนี้สิน โดยความเสี่ยงนั้นที่ธุรกิจต้องเผชิญมีอยู่ 3 ประเภท ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจ (Business risk) คือ การที่ไม่สามารถรับรู้ถึงความน่าจะเป็นของธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จ ความเสี่ยงทางการเงิน (Financial risk) คือ ความเสี่ยงจากการกู้ยืมเงิน เพื่อลงทุนหรือขยายกิจการซึ่งไม่สามารถคาดเดาได้ และความเสี่ยงของบุคคล (Personnel risk) เป็นความเสี่ยงที่เกิดจากการบริหารงาน การทำงานของบุคลากร ที่ไม่สามารถควบคุมได้ (สุธีรา อะทะวงษา, 2556)

สอดคล้องกับ Frese (2000) อธิบายว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่อยู่ในตัว และเป็นผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบไปด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) หมายถึง บุคคลที่มีลักษณะที่เป็นตัวของตัวเองโดยสามารถนำธุรกิจไปสู่โอกาสที่ประสบความสำเร็จได้ด้วยตัวเอง ตัดสินใจได้ มีความสามารถในการเผชิญกับผู้ค้ารายใหญ่

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) หมายถึง มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดค้นคำใหม่ การบริการใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ หรือสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) หมายถึง กล้าทำและตัดสินใจในสิ่งที่ไม่แน่นอน โดยไม่รู้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว แต่จะยอมรับความเสี่ยงได้ เพื่อต้องการกำไรของการทำธุรกิจ

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) หมายถึง เป็นคุณลักษณะที่ทำให้คู่แข่งเข้ามาในตลาดเดียวกันได้ยาก เพราะมีความมุ่งมั่นสูง พยายามก้าวล้ำคู่แข่งตลอด เพื่อเป็นผู้นำหรือสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

5. ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability & Learning Orientation) หมายถึง เป็นลักษณะที่มีความมั่นคง ไม่หวั่นไหวไปกับสถานการณ์หรือความผิดพลาดที่เกิดขึ้น แต่จะนำข้อผิดพลาดไปเป็นประสบการณ์ในการเรียนรู้ทั้งในปัจจุบันและอนาคตได้

6. ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง เป็นผู้ที่ค้นหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ ชอบงานที่ทำให้เกิดความท้าทาย โดยมีแรงจูงใจในการทำงานให้ดีกว่าเดิม และประสบความสำเร็จ

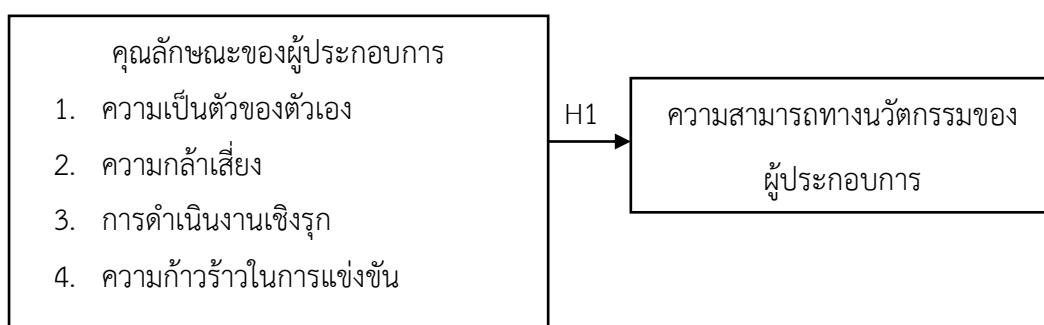
ในขณะที่ Joseph Schumpeter (1910) กลับมองว่า ผู้ประกอบการคือผู้ที่นำเสนอสิ่งใหม่ (innovator) แต่ไม่ใช่ นักประดิษฐ์ (inventor) ซึ่งไม่ได้สนใจเรื่องความเสี่ยง แต่ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมองค์การ โดยผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ทำการเปลี่ยนแปลงตลาด เป็นผู้ที่นำทรัพยากรในท้องถิ่นมารวมกันเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ (resource combination) มีทั้งหมด 5 วิธี ดังนี้

1. นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพ
2. มีวิธีการผลิตแบบใหม่
3. มีการเปิดตลาดใหม่
4. มีการค้นหาแหล่งขายวัตถุดิบใหม่ หรือการมองหาวัตถุดิบแบบใหม่
5. การตั้งกิจการใหม่

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า Miller (1983) ได้อธิบายการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการว่าเป็นการดำเนินธุรกิจที่ยอมรับความเสี่ยง โดยมีการพัฒนาด้วยนวัตกรรม เพื่อให้เหนือกว่าคู่แข่งซึ่งสามารถแบ่งองค์ประกอบได้ 3 องค์ประกอบได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) และการดำเนินงานเชิงรุก

(Proactiveness) ทั้งนี้ Dess, Lumpkin & Eisner (2007) ได้ศึกษาศึกษาและพบว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการยังมี 2 องค์ประกอบนั้นคือ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) จึงสรุปได้ว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ซึ่งในการศึกษาความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในครั้งนี้ จึงตัดเรื่อง ความสามารถทางนวัตกรรม การศึกษาในครั้งนี้จึงเหลือเพียง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นตัวเอง (Autonomy), ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking), การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) นำมาสู่สมมติฐานดังนี้

H1: คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ



ภาพประกอบ 2.1 องค์ประกอบของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

### 2.3 แนวคิดด้านนวัตกรรม

นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญต่อธุรกิจหากเทียบกับร่างกายมนุษย์ถือว่าเป็นหัวใจในการทำธุรกิจ เพราะเป็นจุดเริ่มต้นในการนำความคิดสร้างสรรค์มาทำให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ จึงเป็นส่วนสำคัญในการทำให้องค์กรเติบโตและดำเนินการต่อได้ จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีผู้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้มากมาย ดังนี้

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ได้อธิบายว่านวัตกรรมมีรากศัพท์มาจากคำว่า Innovare เป็นคำที่มาจากภาษาละติน ซึ่งแปลว่า “ทำสิ่งใหม่” หรือมีความหมายว่าการใช้ความรู้ในการทำสิ่งใหม่ มีทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการใหม่โดยสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด ในเชิงเศรษฐศาสตร์มีการให้ความหมายคือ การทำให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจด้วยการนำแนวคิดหรือการใช้ประโยชน์ใหม่มาใช้ อาจหมายถึงการทำให้เกิดความแตกต่างจากผู้อื่นโดยใช้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเป็นโอกาสและ

นำไปสู่แนวคิดใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม ทั้งนี้ สหภาพยุโรปซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแนวคิดเรื่องระบบนวัตกรรม ได้ให้คำนิยามของนวัตกรรมว่า การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ขั้นตอนการผลิตใหม่ การตลาดใหม่ รูปแบบองค์กรใหม่ ที่ทำให้เกิดผลดีทั้งในด้านการเงิน ชีวิตที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นต้น โดยลักษณะสำคัญของนวัตกรรมจะประกอบด้วย การเป็นสิ่งใหม่ (novelty) มีการนำไปใช้ (Adoption) และมีผลลัพธ์ที่ก่อให้เกิดมูลค่า (Outcome) ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต การเพิ่มผลผลิต เพิ่มมูลค่า เป็นต้น (เป็ทมา เจริญวิศิษฐ์สกุล, 2560) เช่นเดียวกับสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ที่ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสิ่งใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า นวัตกรรม คือ สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความคิดของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการทำงาน โดยสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและทำให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงศ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบคุปรัตน์ (2553) ได้สรุปประเด็นที่เป็นแกนหลักของคำนิยามเรื่องนวัตกรรมไว้ 3 ประเด็น ดังนี้

1. ความใหม่ (Newness) นวัตกรรมต้องเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน เป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการทำงานใหม่ จะเป็นการปรับปรุงจากสิ่งเดิมหรือคิดใหม่ก็ได้
2. ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Benefits) สามารถก่อให้เกิดมูลค่าและเกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ อาจวัดเป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้
3. การใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ (Knowledge & Creativity Idea) คือการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการทำให้เกิดสิ่งใหม่ หรือเป็นพื้นฐานในการทำให้เกิดสิ่งใหม่ โดยไม่ได้ลอกเลียนแบบ

ทั้งนี้ นวัตกรรมมีจุดกำเนิดมา 2 แหล่งหลัก คือ การคิดค้นภายในซึ่งเกิดจากหน่วยวิจัยและพัฒนาขององค์กรที่ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามากขึ้น ซึ่งเห็นได้ชัดว่าการที่องค์กรมีการคิดนวัตกรรมใหม่นั้น เกิดจากการกระตุ้นและวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นกลไกในการผลักดันให้บุคคลากรมีความตื่นตัวกับนวัตกรรมตลอด และอีกแหล่งคือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากภายนอก ซึ่งอาจเรียกว่านวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ไม่ใช่สิ่งที่เกิดจากความคิดของคนในองค์กร แต่เป็นการรับแนวคิดใหม่จากภายนอก ซึ่งทำให้เกิดแนวคิดได้เร็วและมีความหลากหลายมากกว่าแบบแรก เพราะมาจากแนวคิดของคนเก่งที่มาจากองค์กรอื่น ๆ อาจเป็นองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในนวัตกรรมหรือองค์กรที่มีความชำนาญในเรื่องเทคโนโลยี หรือเกิดจากความร่วมมือของ 2 องค์กรที่ต้องการพัฒนานวัตกรรมจึงเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างองค์กรซึ่งมีความเชี่ยวชาญที่แตกต่างทำให้มีความคิดสร้างสรรค์แบบไม่จำกัดเกิดขึ้น โดยมีเป้าหมายในการทำ

นวัตกรรมในเชิงพาณิชย์เพื่อต้องการพัฒนาคุณภาพของสินค้า ต้องการขยายขอบเขตของคุณภาพสินค้า ต้องการขยายขอบเขตของธุรกิจ ต้องการลดต้นทุนและวัตถุดิบในกระบวนการผลิต และพัฒนาคุณภาพการผลิต (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2550)

Freeman & Soete (1997) ได้อธิบายวิวัฒนาการและความเป็นมาของนวัตกรรมตั้งแต่ยุคก่อนปฏิวัติอุตสาหกรรมจนถึงปัจจุบัน ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงวิวัฒนาการของนวัตกรรมในยุคต่าง ๆ

ยุคที่	ปี (ค.ศ.)	การพัฒนานวัตกรรม	อุตสาหกรรมที่ใช้ประโยชน์	ลักษณะองค์กร	ประเทศที่ใช้
1	1770 ถึง 1840	การพัฒนาระบบกลไกต่าง ๆ (mechanics)	อุตสาหกรรมทอผ้า	ผู้ประกอบการขนาดเล็ก และบริษัทขนาดเล็ก	อังกฤษ
2	1840 ถึง 1890	พลังไอน้ำ	อุตสาหกรรมขนส่ง การเดินรถไฟ	บริษัทขนาดเล็ก และเริ่มมีบริษัทขนาดใหญ่	อังกฤษ
3	1890 ถึง 1930	วิศวกรรมไฟฟ้า เคมี การถลุงเหล็ก การต่อเรือ และอุตสาหกรรมหนัก	อุตสาหกรรมเหล็ก เคมีไฟฟ้า	บริษัทยักษ์ใหญ่ทั้งภาครัฐ และเอกชน	สหรัฐอเมริกา และเยอรมัน
4	1930 ถึง 1970	การพัฒนามหาอุตสาหกรรม การผลิตขนาดใหญ่	อุตสาหกรรมการผลิต รถยนต์ เครื่องบิน สินค้าอุปโภคบริโภค การสังเคราะห์วัตถุดิบ	บริษัทข้ามชาติ บริษัทลงทุนขนาดใหญ่	ญี่ปุ่น
5	1970 จนถึงปัจจุบัน	การสื่อสาร คอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีดิจิทัล	อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ อุตสาหกรรมการจัดการข้อมูล สารสนเทศ และเทคโนโลยีการสื่อสาร		สหรัฐอเมริกา

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก ดนชนก เบื่อนอย (2559)

จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่าในช่วงแรกนวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่คิดค้นใหม่ (Invention) หรือเรียกว่า นวัตกรรมใหม่อย่างสิ้นเชิง (radical innovation) ซึ่งจะเกิดในยุคที่ 1 -3 หรือตั้งแต่ปี ค.ศ. 1770-1930 จากนั้นในยุคที่ 4 นวัตกรรมจะเป็นในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (incremental innovation) ในลักษณะของการปรับปรุงนวัตกรรมที่เป็นกระบวนการ (process innovation) และผลิตภัณฑ์ (product innovation) ซึ่งญี่ปุ่นใช้ในส่วนของการ กระบวนการ (process innovation) เพื่อให้งานมีคุณภาพ ผลิตได้ทันเวลา มีความกะทัดรัดคล่องตัว จนสามารถเอาชนะ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และเยอรมันได้ ในยุคที่ 5 มีการกำหนดนโยบายส่งเสริมให้มีการสร้าง นวัตกรรมโดยมีกฎหมายที่เรียกว่า Bayh-Dole Act ให้ผู้คิดค้นนวัตกรรมหรือนักวิจัยแลพัฒนาสิทธิ ความเป็นเจ้าของนวัตกรรมที่คิดค้น ทำให้อเมริกากลับมาเป็นผู้นำนวัตกรรมอีกครั้ง และในปัจจุบัน พบว่านวัตกรรมที่เป็นที่ยอมรับและต้องการของผู้บริโภคนั้นจะเป็นเทคโนโลยีเอนกประสงค์ (General Purpose Technology) ที่สามารถใช้ได้อย่างกว้างขวาง โดยประเทศที่มีความสามารถในการเรียนรู้สูงหรือมีความสามารถในการดูดซับความรู้ (absorptive capacity) จะได้รับประโยชน์จาก เทคโนโลยีเอนกประสงค์มากกว่าประเทศที่กำลังพัฒนา

นวัตกรรมสามารถแบ่งได้หลายประเภท ทั้งนี้มีการจำแนกประเภทของนวัตกรรมไว้ หลายประเภทตามลักษณะของขอบเขตและวัตถุประสงค์ในการใช้ ซึ่งโดยทั่วไปจะจำแนกเป็น 3 ลักษณะดังนี้ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักตร์ผจง วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย และประกอบ คุปรัตน์, 2553)

1. จำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม (The Target of Innovation) ได้แก่ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) และ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation)
2. จำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง (The Degree of Change) ได้แก่ การเปลี่ยนของนวัตกรรมแบบฉับพลัน (Radical Innovation) และ การเปลี่ยนแปลงนวัตกรรมแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation)
3. จำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ (The Area of Impact) ได้แก่ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) และนวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation)

โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2550) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปรับปรุง หรือทำใหม่โดยยังไม่มีเคยมีในตลาดแล้วนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ซึ่งอาจเป็นสิ่งใหม่ต่อองค์กร บุคคล หรือในระดับอุตสาหกรรม ประเทศ หรือโลก



2. นวัตกรรมในขบวนการผลิตหรือการดำเนินงาน (Process Innovation) คือการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนา รูปแบบในการบริการขององค์กร

3. นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business innovation) คือ เป็นนวัตกรรมที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความยั่งยืน โดยใช้ใช้นวัตกรรมในการนำออกมาในตลาด โดยมีการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ซึ่งอาจมีแหล่งสำคัญในการพัฒนาคือ ลูกค้าหรือภาวะการแข่งขันของตลาด ที่แสดงถึงความต้องการของผู้บริโภค

องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organization for Economic Co-operation & Development: OECD) ได้จำแนกประเภทของนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภทดังนี้ (ปีทมา เขียววิศิษฐ์สกุล, 2560)

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเดิมดีขึ้นหรือการทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่

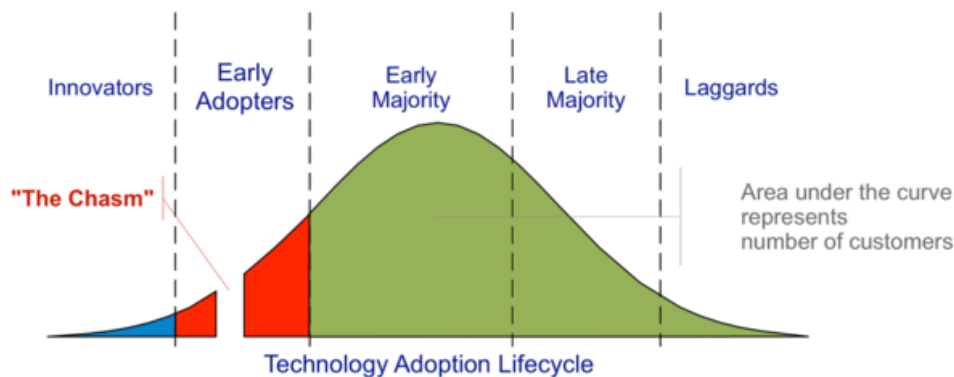
2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การเปลี่ยนวิธีการหรือใช้วิธีการใหม่ในการส่งมอบผลิตภัณฑ์

3. นวัตกรรมการตลาด (Marketing Innovation) คือ การเปลี่ยนวิธีการทางการตลาดแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ การจัดวางสินค้าแบบใหม่ การส่งเสริมกิจการการตลาดแบบใหม่ และการกำหนดราคา

4. นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) คือ การปรับปรุงการทำงานขององค์กรในรูปแบบใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงการปฏิบัติ การปรับปรุงสถานที่ทำงาน หรือความสัมพันธ์ระหว่างองค์กร

ดังนั้นการที่ผู้ประกอบการทำให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ หรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ในองค์กรล้วนเป็นหนึ่งในประเภทของนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น ซึ่งนวัตกรรมจะมีลักษณะเด่น 2 ประการ คือ มีความใหม่และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถแบ่งได้ 2 รูปแบบคือ นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological innovation) คือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และกระบวนการโดยใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี (Non- technological innovation) เช่น การบริหารงานใหม่ การตลาดแบบใหม่ เป็นต้น (दनชนก เบื่อนอย, 2559) ทำให้ผู้ประกอบการพยายามใช้นวัตกรรมในการสร้างความแตกต่างกับคู่แข่งเพื่อให้เกิดผลตอบแทนมากขึ้น เป็นกำไรแบบผูกขาด (monopoly profit) และในขณะเดียวกันก็มีบางธุรกิจที่พยายามลอกเลียนแบบทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่ไม่ผูกขาด ดังนั้นผู้ประกอบการที่คิดค้นนวัตกรรมต้องคิดและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ตลอดเวลาจนเป็นวัฏจักรที่เกิดขึ้นในธุรกิจ การที่ผู้ประกอบการพยายามคิดค้นนวัตกรรมใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงนวัตกรรมเดิม และสนองความต้องการของ

ผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ทำให้ธุรกิจมีผลกำไรมากขึ้น และความเป็นอยู่ของมนุษย์ดีขึ้นนั้น  
 ชุมปีเตอร์ เรียกว่า การทำลายที่สร้างสรรค์ (Creative Destruction)



ภาพประกอบ 2.2 ภาพจำลองทฤษฎีหุบเหวแห่งการยอมรับนวัตกรรม

ที่มา : สุภาพร อ่อนนวน (2012)

จากภาพที่ 2.2 เป็นภาพจำลองทฤษฎีหุบเหวแห่งการยอมรับนวัตกรรม โดยความสำเร็จในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นจะขึ้นอยู่กับกระบวนการแพร่กระจายนวัตกรรม ซึ่งหมายถึง กระบวนการที่นวัตกรรมถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งในระบบสังคม (Roger, 1995) มีองค์ประกอบในการแพร่กระจายนวัตกรรม คือ 1) นวัตกรรม (Innovation) 2) ช่องทางสื่อสาร (Communication Channel) 3) ช่วงระยะเวลาหนึ่ง (Time) และ 4) ระบบสังคม (Social System) หลังจากที่มีการแพร่กระจายของนวัตกรรมจะกระบวนการยอมรับนวัตกรรมเกิดขึ้น ซึ่งแบ่งการยอมรับนวัตกรรมของกลุ่มคนในสังคมหนึ่งตามพฤติกรรมในการรับนวัตกรรมเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีจำนวนน้อยที่สุด คือ นวัตกรรม (Innovators) เป็นกลุ่มที่บุกเบิกและพัฒนาวัตกรรม ชอบเสี่ยง ต้องการเป็นคนแรก มีความรู้ ชอบการติดต่อสื่อสาร ชอบใช้จ่าย คิดเป็นร้อยละ 25 กลุ่มที่ 2 เป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมกลุ่มแรก (Early adopters) ชอบสิ่งใหม่ มีการศึกษา เป็นผู้นำ ชอบใช้จ่าย ชอบการติดต่อสื่อสาร คิดเป็นร้อยละ 13.5 กลุ่มที่ 3 คือกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดคือกลุ่มคนส่วนใหญ่กลุ่มแรก (Early majority) เป็นกลุ่มที่ชอบสบายๆ มีการศึกษาปานกลาง การติดต่อสื่อสารปานกลาง ใช้จ่ายปานกลาง และ กลุ่มคนส่วนใหญ่กลุ่มหลัง (Late majority) เป็นกลุ่มคนที่ไม่ชอบเปลี่ยนแปลง มีการศึกษาน้อย ติดต่อสื่อสารน้อย ใช้จ่ายน้อย ไม่มีความเป็นผู้นำ คิดเป็นร้อยละ 34 โดยกลุ่มที่รับนวัตกรรมท้ายสุดคือ (Laggards) เป็นกลุ่มที่ยอมรับนวัตกรรมช้า คิดเป็นร้อยละ 16 เป็นกลุ่มคนที่ไม่ชอบยึดติดกับแบบแผน ไม่ค่อยใช้จ่าย ไม่ชอบติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้ Roger (1995) ได้อธิบายกระบวนการแพร่กระจายของนวัตกรรม เป็นการอธิบายวงจรการเกิด การได้รับความนิยม และเสื่อมความนิยมของนวัตกรรม

ในการยอมรับนวัตกรรมนั้น ผู้คิดค้นนวัตกรรม หรือนวัตกรรม (Innovators) จะต้องผ่านการยอมรับโดยกลุ่มคนที่ 2 ซึ่งเป็นกลุ่มที่รับนวัตกรรมกลุ่มแรก (Early adopters) ดังนั้น Moore (1991) ได้นำทฤษฎีของ Roger มาพัฒนาต่อยอดเป็นทฤษฎี The Chasm หรือ หุบเหวแห่งการยอมรับนวัตกรรม โดย Moore จะให้ความสำคัญต่อก่อนกลุ่มที่รับนวัตกรรมกลุ่มแรก (Early adopters) มากที่สุด เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ให้คำตอบว่านวัตกรรมนี้ จะสามารถอยู่ต่อหรือสิ้นสุดลง จึงเปรียบเสมือนหุบเหวที่คอยตัดกั้นนวัตกรรม ทั้งนี้หากนวัตกรรมผ่านหุบเหวนี้ได้จะเกิดการยอมรับจากกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

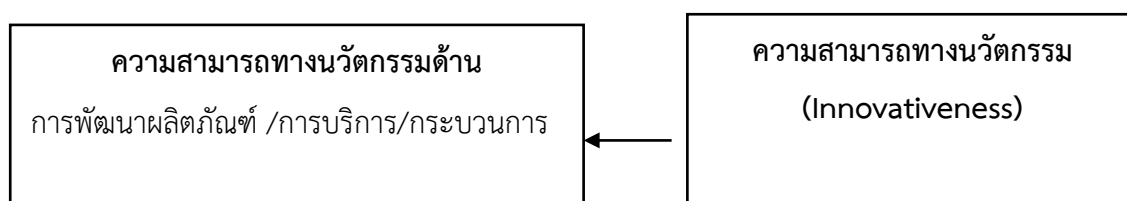
#### 2.4 แนวคิดความสามารถทางนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นความสามารถที่เกิดจากการนำความคิดใหม่มาใช้ในการพัฒนาองค์กรโดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ และกระบวนการทำงาน (Damanpour, 1991) หรือเป็นการใช้ความคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเกิดขึ้นได้เร็วกว่าคู่แข่ง (Rogers, 1995) โดย Calantone และคณะ (2002) อธิบายว่าเป็นวัฒนธรรมใหม่ในการเปิดรับความคิดใหม่ขององค์กร ซึ่งเกิดจากความเต็มใจ แสดงความคิดเห็น การทำงานแบบใหม่ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ในการทำงาน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สอดคล้องกับ Hult และคณะ (2004) ที่อธิบายว่าเป็นความสามารถของธุรกิจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการใหม่ขององค์กร ในขณะที่ Matsuo (2006) ได้อธิบายว่าเป็นการโน้มเอียงขององค์กรต่อการสนับสนุนนวัตกรรม ซึ่งการศึกษาความสามารถทางนวัตกรรม ที่อธิบายโดย Rutherford & Holt (2007) สามารถจำแนกได้ 2 ระดับ คือความสามารถทางนวัตกรรมระดับบุคคล และความสามารถทางนวัตกรรมในระดับองค์กร แต่การศึกษาของ Avlonitis และคณะ (1994) ได้จำแนกความสามารถทางนวัตกรรมออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) 2) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) 3) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และ 4) ความสามารถทางนวัตกรรมกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) โดยการศึกษาของ Wang & Ahmed (2004) ได้จำแนกออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) 2) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านตลาด (Market Innovativeness) 3) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) 4) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) และ 5) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness)

นักวิชาการของไทยหลายท่านได้ให้ความหมายของคำว่าความสามารถทางนวัตกรรมซึ่งประกอบด้วย สมนึก เอื้อจิระพันธ์ และคณะ (2553) กล่าวว่า เป็นความสามารถเชิงบวกกับธุรกิจในการพัฒนาสิ่งใหม่ ซึ่งเกิดจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์

โดยพยัต วุฒิมรงค์ (2552) กล่าวว่า เป็นการใช้ความคิดในการพัฒนาเครื่องมือ กระบวนการ โปรแกรม สินค้าและบริการที่มีความใหม่ จนทำให้องค์กรได้รับประโยชน์

ดังนั้นการศึกษาการวัดความสามารถทางนวัตกรรมมีการศึกษาไว้มากมายซึ่ง Subramanian & Nilakanta (1996) ได้มีการวัดออกมาใน 3 มิติ ได้แก่ 1) จำนวนเฉลี่ยของการยอมรับนวัตกรรมเป็นการคำนวณจากปริมาณการยอมรับนวัตกรรมทั้งหมดหารด้วยจำนวนปีที่มีการยอมรับนวัตกรรม 2) เวลาเฉลี่ยของการยอมรับนวัตกรรมเป็นเวลาเฉลี่ยที่แต่ละองค์กรมีการยอมรับในนวัตกรรมนั้น ๆ 3) ความสม่ำเสมอในการยอมรับนวัตกรรม นอกจากนี้มีนักวิชาการอื่น ๆ มีการวัดนวัตกรรมไว้อย่างหลากหลาย โดยการวัดนวัตกรรมที่เป็นที่นิยมคือ 1) วัดจากเวลาในการยอมรับนวัตกรรม 2) วัดจากการยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม 3) วัดจากรายจ่ายในการพัฒนานวัตกรรมของฝ่ายวิจัย 4) วัดจากมูลค่าของนวัตกรรม 5) วัดจากจำนวนนวัตกรรมที่ได้รับการยอมรับจากองค์กร และ 6) วัดจากความคิดเห็นส่วนบุคคล (Salavou, 2004) โดย Tompson (1965) เสนอแนะว่าในการวัดความสามารถทางนวัตกรรมนั้นให้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเนื้องาน เพราะยังไม่มีตัววัดใดที่เหมาะสมที่สุดในการวัดความสามารถทางนวัตกรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ ประรณนา หลีกภัย (2555) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย



ภาพประกอบ 2.3 องค์ประกอบของความสามารถทางนวัตกรรม

## 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการนวัตกรรม

Balita (2015) ได้คำนิยามของคำว่าผู้ประกอบการนวัตกรรม ด้วยการรวมกันของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) เป็นคำว่า INNOPRENEUR ซึ่งสามารถสรุปนิยามได้ดังนี้

I: Instill the entrepreneurial quality คือ ปลุกฝังให้ผู้ประกอบการมีความคิดเรื่องคุณภาพ จะทำให้มีการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

N: Nurture the dream with passion คือ มุ่งมั่นทำตามความฝันโดยไม่หยุดนิ่ง เพื่อให้ประสบความสำเร็จ

N: Network with prospective allies คือ สร้างเครือข่ายทางธุรกิจเพื่อให้เกิดพันธมิตร จะทำให้มีอำนาจทางการค้า มีศักยภาพในการแข่งขัน

O: Open self to creative experiences คือ การทำตัวเองให้มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้มีการผลิตสินค้าและบริการเชิงนวัตกรรม

P: Prepare for war คือ มีการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์เพื่อเตรียมความพร้อมในการทำสงครามทางธุรกิจ

R: Remember the lessons คือ การจดจำความล้มเหลวและความสำเร็จที่ผ่านมาเพื่อให้เรียนรู้และป้องกันในอนาคต

E: Engage people in development คือ การพัฒนาคนให้เป็นทุนมนุษย์ขององค์กร

N: Navigate with customer needs คือ ใช้ความต้องการของลูกค้าในการนำทางธุรกิจเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

E: Examine Operations คือ การทดสอบการดำเนินงานเพื่อหาวิธีที่ดีที่สุดในการทำธุรกิจ โดยให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด

U: Unlock the code of finances คือ การข้ามขีดจำกัดทางการเงินด้วยการวางแผนทางการเงิน มีวินัยทางการเงิน มีแหล่งสนับสนุนทางการเงิน และหาผู้ร่วมลงทุน

R: Reinvent for quality improvement คือ มีการบูรณาการด้วยการสร้างความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม เพื่อให้งานมีคุณภาพ ด้วยการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแนวคิดของ Drucker (1985) ยังแสดงให้เห็นอีกว่าผู้ประกอบการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม เพราะมีความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการใหม่ วิธีการผลิตใหม่ เทคโนโลยีแบบใหม่ รูปแบบการบริหารจัดการองค์กรแบบใหม่ จึงทำให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญ เพราะนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความคิดสร้างสรรค์ (दनชนก เปื่อนอย, 2559) จนทำให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งผลต่อโครงสร้างอุตสาหกรรมทั้งภาคการผลิตและการบริการ ทำให้โครงสร้างทางสังคมเปลี่ยนแปลงไปด้วย สอดคล้องกับสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553) ที่พบว่า นวัตกรรมและเทคโนโลยีคือเครื่องมือที่เปิดโอกาสทางการตลาดให้กับผู้ประกอบการ ในการสร้างความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่ความสำเร็จในการประกอบการ และการที่ผู้ประกอบการมีการขับเคลื่อนการประกอบการด้วยนวัตกรรม หรือใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจในการผลิตหรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคโดยมาจากความคิดสร้างสรรค์ มีการศึกษาวิจัยก่อนออกจำหน่ายสู่ตลาด เราเรียกว่ากิจกรรมนี้ว่า Innovation Driven Entrepreneurship หรือ IDE ซึ่งเป็นกระบวนการทางความคิด (Mindset) ที่ต้องการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการแบบใหม่ โดยมุ่งที่การค้นหา (Explore) ทดลอง (Experiment) และ ทำจริง (Execute) ทำให้เกิดผลกระทบ (Impact) ในวงกว้าง (เสนห์ จุ้ยโต, 2548) โดยความเป็นเลิศของบุคคล (Individual

Excellence) ความคิดของบุคคลสามารถก่อให้เกิดนวัตกรรมได้เสมอ ด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้ให้มีกระบวนการคิดและพัฒนากระบวนการคิดในตัวบุคคลที่ถูกต้อง แบบมีวิจารณ์ญาณและการคิดแบบสร้างสรรค์

การพัฒนานวัตกรรมในระดับบุคคลและองค์การต้องอาศัยปัจจัยหลายประการ เพราะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่ง Crossan & Apaydin (2010) ศึกษาสิ่งที่กำหนดนวัตกรรมในองค์กรแบ่งเป็น 3 ระดับ 1) ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม (innovation leadership) เป็นผู้ที่มองเห็นความสำคัญและสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรม 2) การยกระดับทางการจัดการ (managerial leveraging) เป็นสิ่งที่สัมพันธ์กับภาวะผู้นำเพราะเป็นผู้ที่ตัดสินใจและปฏิบัติตามกลยุทธ์หรือแนวคิดที่วางไว้ โดยมีการจัดโครงสร้าง ระบบการจัดการ การจัดสรรทรัพยากร ที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม 3) กระบวนการทางธุรกิจ (business process) การเปลี่ยนแปลงที่ทำให้เป็นปัจจัยในการเป็นนวัตกรรม โดยทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเป็นธุรกิจในระดับองค์การได้

## 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ในแต่ละประเทศมีการให้นิยามที่แตกต่างกันไป ในประเทศไทยได้อธิบายความหมายของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยกรมสรรพากร ซึ่งพิจารณาจากจำนวนการจ้างงาน และจำนวนทุนจดทะเบียนที่ชำระแล้วหรือสินทรัพย์ถาวรตามที่กำหนดในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ.2543 มีหลักเกณฑ์กำหนดลักษณะธุรกิจ SMEs ดังนี้

### วิสาหกิจขนาดย่อม ได้แก่

- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการผลิตสินค้ามีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท
- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการค้าส่งมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 25 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท
- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการค้าปลีกมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 15 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 30 ล้านบาท
- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการให้บริการมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 50 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 50 ล้านบาท

### วิสาหกิจขนาดกลาง ได้แก่

- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการผลิตสินค้ามีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 51-200 ล้านบาท

- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการค้าส่งมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 26-50 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 51-100 ล้านบาท
- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการค้าปลีกมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 16-30 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 31-60 ล้านบาท
- ลักษณะวิสาหกิจที่มีกิจการให้บริการมีจำนวนการจ้างงานไม่เกิน 51-200 คน และมีจำนวนสินทรัพย์ถาวรไม่เกิน 51-200 ล้านบาท

หากกิจการที่มีจำนวนการจ้างงานเข้าวิสาหกิจขนาดย่อมแต่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะวิสาหกิจขนาดกลาง หรือกิจการที่มีการจ้างงานเข้าวิสาหกิจขนาดกลางแต่มีมูลค่าสินทรัพย์ถาวรเข้าลักษณะวิสาหกิจขนาดย่อม ให้ถือจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรที่น้อยกว่าในการพิจารณา (กรมสรรพากร, 2018) โดย วิมลวิภา เกตุเทียน (2556) ได้ให้ความหมายของแต่ละกิจการ มีดังนี้

1. กิจการผลิตสินค้า หมายถึง อุตสาหกรรมทุกประเภทที่มีการผลิตซึ่งตามความหมายของหลักสากลคือการเปลี่ยนรูปของวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์โดยใช้เคมีภัณฑ์ เครื่องจักร รวมไปถึงการแปรรูปสินค้าเกษตร

2. กิจการให้บริการ หมายถึง กิจการที่ไม่มีสินค้าที่จับต้องได้ ได้แก่ การบริการทางด้านสุขภาพ การขนส่ง การศึกษา การบันเทิง การโรงแรม หอพัก การก่อสร้าง การขายอาหาร เครื่องดื่ม การให้บริการเช่า การบริการในครัวเรือน การซ่อมแซม การท่องเที่ยว

3. กิจการค้าส่ง หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า เป็นการขายสินค้าให้แก่ผู้ค้าปลีก หน่วยงาน องค์กร รวมไปถึงการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยกัน

4. กิจการค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยไม่มีการแปรรูปสินค้า เป็นเสมือนตัวแทนหรือนายหน้าในการซื้อขายระหว่างผู้ค้าส่งกับลูกค้า

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีลักษณะการดำเนินงานดังนี้ (สุธาสินี จำดวง, 2554)

1. มีการพึ่งพาตัวเองสูง เป็นกิจการที่มีความสามารถในการจัดหาวัตถุดิบและมองหาดตลาดได้ด้วยตนเอง

2. มีความสามารถในการปรับตัวสูง เพราะกิจการมีจำนวนพนักงานไม่มาก จึงปรับเปลี่ยนธุรกิจให้เข้ากับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

3. เป็นกิจการที่ใช้เงินในการลงทุนในตอนเริ่มต้นต่ำ ทำให้มีภาระหนี้สินต่ำ การบริหารทางการเงินได้สะดวกกว่าธุรกิจขนาดใหญ่

4. การทำธุรกิจโดยการใช้ทักษะในการผลิต เพราะสินค้าส่วนใหญ่เป็นงานฝีมือ ต้องใช้ความชำนาญเป็นพิเศษ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์สินค้าให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

5. ใช้วัตถุดิบในประเทศ เป็นธุรกิจที่ใช้วัตถุดิบจากภายในประเทศ

6. ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ เพราะงานส่วนใหญ่เป็นงานที่ใช้ฝีมือจึงเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ

7. ใช้ประสบการณ์ชีวิตในการทำงาน มีการปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจ

8. กิจกรรมเป็นส่วนหนึ่งของท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่จะกระจายอยู่ตามแหล่งชุมชน ทุกภูมิภาคของประเทศจึงเกิดการสร้างรายได้และอาชีพอย่างทั่วถึง

ในการทำธุรกิจอาจจะมีการดำเนินงานตั้งแต่คนเดียวขึ้นไป หากมีหุ้นส่วนหลายคน จะมีการจัดตั้งเป็นนิติบุคคลซึ่งมีรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันไป

## ตารางที่ 2.2 รูปแบบธุรกิจ

รูปแบบ	ลักษณะ
บุคคลธรรมดา	บุคคลทั่วไปที่มีชีวิตอยู่ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (มาตรา 15)
คณะบุคคลที่มีชื่อนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตาม มาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่มีชื่อนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ตกลงเข้ากันเพื่อการทำกิจการร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์แบ่งปันกำไรที่ได้จากกิจการที่ทำ (หน่วยภาษีตาม มาตรา 56 แห่งประมวลรัษฎากร)
ห้างหุ้นส่วนสามัญที่จดทะเบียนนิติบุคคล	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน โดยหุ้นส่วนทุกคนไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียน เป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
ห้างหุ้นส่วนจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน หุ้นส่วนมีทั้งที่จำกัดความรับผิดและไม่จำกัดความรับผิดและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์



ตารางที่ 2.2 รูปแบบธุรกิจ (ต่อ)

รูปแบบ	ลักษณะ
บริษัทจำกัด	บุคคลตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป มาลงทุนและเป็นเจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นรับผิดชอบในหนี้ต่าง ๆ ไม่เกินจำนวนเงินที่ผู้ถือหุ้นแต่ละคนลงทุนและต้องจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์
วิสาหกิจชุมชน	กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่นที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน โดยมีการยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนชุมชน 2548 กับกรมส่งเสริมการเกษตร

ที่มา: ดัดแปลงจากกรมสรรพากร (2018 : ออนไลน์)

ตารางที่ 2.3 ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2559

	SMEs			รวม	ทั้งประเทศ
	ขนาดใหญ่ (LE)	ขนาดย่อม (SE)	ขนาดกลาง (ME)		
มูลค่า GDP (ล้านล้านบาท)	6.23	4.27	1.79	6.06	14.37
สัดส่วนต่อ GDP รวม (ร้อยละ)	43.4	29.7	12.5	42.2	100.0

ตารางที่ 2.3 ภาพรวมมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปี 2559 (ต่อ)

	SMEs			รวม	ทั้งประเทศ
	ขนาดใหญ่ (LE)	ขนาดย่อม (SE)	ขนาดกลาง (ME)		
อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	2.8	5.1	4.3	4.8	3.2

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560)

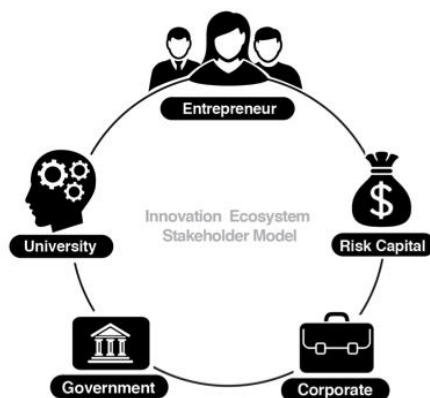
สถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง จะส่งผลกระทบต่อการทำธุรกิจ ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ต้องเจอปัญหาและการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเป็นการก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีด้านข่าวสารและโทรคมนาคม (Information and Communication Technology: ICT) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information System) มาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการธุรกิจ การก้าวสู่กระแสของโลกาภิวัตน์ที่ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับการลดกฎระเบียบทางการค้าและการลงทุนใหม่ ๆ ของโลก วงจรของสินค้าและบริการ (Life Cycle) มีระยะเวลาสั้นลง มีหลายบริษัทต้องติดพันกับเครือข่ายแห่งคุณค่าของโลก (Global Value Chain) ที่เจ้าของธุรกิจเข้าไปควบคุมได้เพียงบางส่วน ทำให้อำนาจในการต่อรองน้อยลง ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ต้องพัฒนาความสามารถในการแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับธุรกิจ สิ่งสำคัญที่สุดคือการพัฒนาแนวคิดและสร้างทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) หรือทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) มีการจัดการองค์ความรู้ (Knowledge Management) (พิริยะ ผลวิรุพ, 2556).

## 2.7 ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ประกอบการ

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจขอในยุค 4.0 ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับตัวและเรียนรู้การพัฒนานวัตกรรม โดยการใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน เพื่อให้องค์กรอยู่รอด และเติบโตได้ ซึ่งไม่ใช่เพียงการผลักดันจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง สอดคล้องกับการศึกษาของ วิเลิศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษญากร (2559) พบว่า ปัจจัยที่เกื้อหนุนในการสร้างสังคมผู้ประกอบการได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ด้านนโยบายภาครัฐ การสนับสนุนจากภาครัฐ การถ่ายโอนความรู้ในการวิจัยและพัฒนา และการจัดระบบโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ในขณะที่ ณ์ฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และณ์ฐสิทธิ์ เกิดศิริ (2557) พบว่าปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนานวัตกรรมของผู้ประกอบการ ได้แก่ การสนับสนุนจากภาครัฐไม่มากพอ ค่าใช้จ่ายในการพัฒนานวัตกรรม งบประมาณในการการทำวิจัยและ

พัฒนาที่สูงเกินไป และความลำบากในการหาแหล่งเงินทุน ดังนั้นจึงต้องอาศัยความร่วมมือในแต่ละภาคส่วนเพื่อสร้างสิ่งที่เรียกว่า Innovation Ecosystem หรือ ระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรม ที่มาจากรอบแนวคิด 3 S ได้แก่ Stakeholders, System และ Strategy ที่ช่วยสร้างบรรยากาศและประสานให้ผู้ประกอบการขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม ทั้งนี้เกิดเป็นเครือข่ายพันธมิตรและทำให้เกิดระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรมในการขับเคลื่อน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจขนาดใหญ่ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และผู้ประกอบการ ที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์ธุรกิจในรูปแบบใหม่ มีผลิตภัณฑ์ การบริการใหม่ โดยการนำนวัตกรรมมาขับเคลื่อน โดยในมุมมองของ วิรไท สันติประภพ ผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้กล่าวไว้ว่า ภาครัฐควรสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างและถ่ายทอดนวัตกรรม โดยสร้างแรงจูงใจให้ธุรกิจนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ ทั้งนี้ ภาครัฐควรมีการทบทวนและประเมินผลกระทบของกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และควรมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในนวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนที่มีความต่อเนื่อง โดยในระยะยาว ภาครัฐสามารถร่วมมือกับภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา และสถาบันวิจัยในการสนับสนุนแหล่งเงินทุนดังกล่าวได้ จะทำให้ภาคธุรกิจเห็นโอกาสที่สามารถเกิดขึ้นได้จากนวัตกรรมต่าง ๆ โดยรัฐต้องเพิ่มบทบาทในการแก้ปัญหาการกระจุกตัวของโอกาสทางธุรกิจ ผ่านการถ่ายทอดนวัตกรรมเพื่อให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจเกิดใหม่ ๆ และประชาชนฐานราก มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและได้รับประโยชน์จากนวัตกรรม (dailynews, 2561) สอดคล้องกับ ดร. ศักดิ์พิพล เจือศรีกุล ผู้อำนวยการ ศูนย์การสร้างผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรม (Innovation-Driven Entrepreneurship) ที่กล่าวว่า

“เราไม่สามารถบังคับผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการประกอบธุรกิจได้ แต่สิ่งที่เราสร้างได้คือบรรยากาศเพื่อให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นเกิดแนวคิดในเรื่องการนำนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ของธุรกิจมาใช้ นั่นก็คือ การสร้าง Ecosystem ที่จะเอื้อกับผู้ประกอบการ โดยในการสร้าง Ecosystem ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) จากทั้ง 5 ภาคส่วน ที่จะมาสร้างสรรค์บรรยากาศในการสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในธุรกิจเพื่อที่จะสามารถสร้างความเข้มแข็งและมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจไทยต่อไป” (marketeer, 2018)



ภาพประกอบ 2.4 innovation ecosystem Stakeholders Model

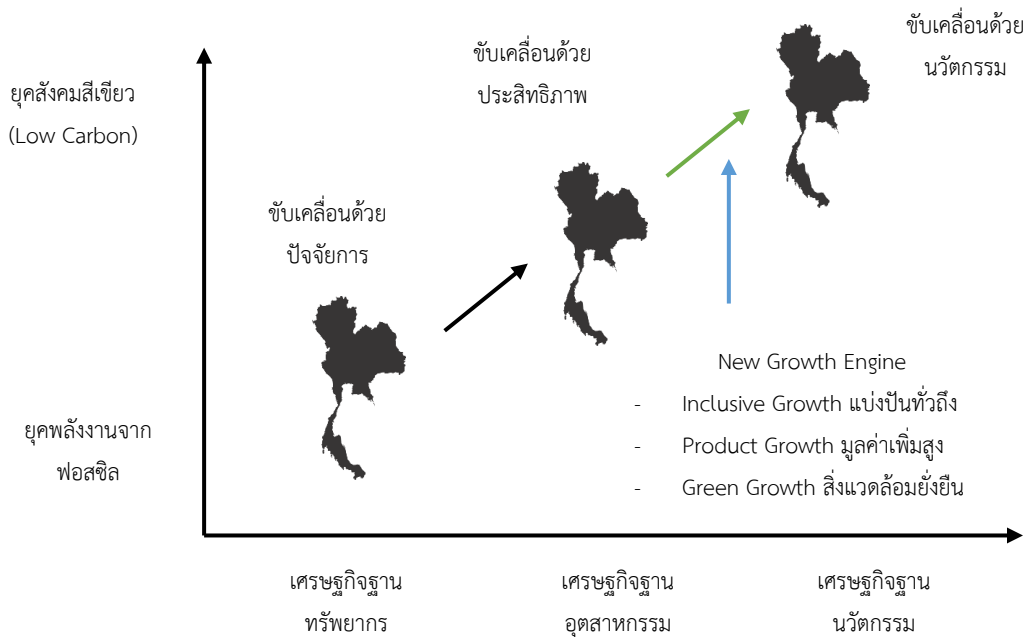
ที่มา : MIT SLOAN EXECUTIVE EDUCATION (2016)

การส่งเสริมให้เกิดระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรมในประเทศไทยจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยให้ธุรกิจสร้างความเข้มแข็งและมูลค่าเพิ่มให้แก่ประเทศไทย เนื่องจากการเพิ่มผลผลิตทางเศรษฐกิจ ได้แก่ การเพิ่มปริมาณในการผลิต และการคิดค้นเพื่อให้ได้ผลผลิตที่มากกว่าเดิม สอดคล้องกับ แนวคิดของ Schumpeter ที่อธิบายว่า นวัตกรรมคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการผลิต วิธีการทางการตลาด และกระบวนการจัดการภายใน (Deborah J., 2015) ดังนั้นจึงต้องอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งขับเคลื่อน โดยอาศัยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 ภาคส่วน ดังนี้

1. **ภาครัฐ** หรือรัฐบาลเรียกว่าเป็นการรวมตัวกันของตัวแทนภาครัฐ (Link & Scott, 2010) ยังคงมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพราะนวัตกรรมยังคงเป็นรากฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหน่วยงานของรัฐสนับสนุนอย่างแข็งขันและมีประสิทธิภาพ รัฐบาลสามารถสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนและเป้าหมายด้านนโยบายในขณะเดียวกันก็มีความยืดหยุ่นในการช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถใช้วิธีต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Ashford, 2000) นอกจากนี้การสนับสนุนโดยตรงจากการวิจัยและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ด้านอาชีพสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีที่ยั่งยืนและโครงการด้านความช่วยเหลือด้านเทคนิคอื่น ๆ ภายใต้นโยบายอุตสาหกรรมสามารถสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดีได้ สิ่งนี้สามารถช่วยส่งเสริมและรักษา นวัตกรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม (Nelson & Rosenberg, 1993) ทั้งนี้ Fox, Ward และ Howard (2002) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าบทบาทของภาครัฐในปัจจุบันประกอบไปด้วย 4 บทบาท ได้แก่ 1) การใช้อำนาจ (mandating) หมายถึงการใช้กฎหมายในการควบคุมและบังคับ โดยเป็นผู้วางกฎระเบียบ และก่อตั้งหน่วยงานในการตรวจตราเพื่อให้เป็นไปตามระเบียบ ซึ่งมีการใช้รางวัลจูงใจ

และบทลงโทษทางการเงินและทางกฎหมาย ในขณะที่ Osborne และ Gaebler (1992) ได้กล่าวว่า ในการขับเคลื่อนหรือวางกฎระเบียบใด ๆ ภาครัฐควรเน้นภารกิจเป็นหลักมากกว่าการขับเคลื่อน ด้วยกฎระเบียบที่มีอยู่ 2) การอำนวยความสะดวก (facilitating) เป็นการใช้งบประมาณในการเอื้ออำนาจพิเศษให้กับภาคเอกชนในการจัดหาเงินทุนสนับสนุน การสร้างแรงจูงใจ การสร้างเสริมทักษะ การกระตุ้นเหตุการณ์เพื่อเป็นการกระตุ้นตลาด หรือแม้กระทั่งการเป็นพี่เลี้ยงสำหรับภาคธุรกิจ โดยที่รัฐไม่ได้ลงมือดำเนินงานเอง แต่มอบอำนาจให้กับภาคเอกชน หรือภาคประชาชนดำเนินการเองโดยมีภาครัฐคอยให้คำแนะนำและสนับสนุน 3) การเป็นหุ้นส่วน (partnering) เป็นการรวมทรัพยากรเพื่อใช้ในการดำเนินงานซึ่งเป็นการสร้างสัมพันธ์ภาพกับผู้มีส่วนได้เสีย เช่นเดียวกับการที่ส่งเสริมให้มุ่งแข่งขันในการให้บริการสาธารณะ หรือคล้ายกับการดำเนินงานของรัฐวิสาหกิจมุ่งการแสวงหารายได้ มากกว่าการใช้จ่าย โดยที่ดำเนินงานต้องมีการกระจายอำนาจจากข้างบนลงไปสู่ข้างล่าง ตามลำดับขั้น เพื่อให้ราชการระดับปฏิบัติงานหลักมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการทำงานเป็นทีม และ 4) การสนับสนุน (endorsing) เป็นการสนับสนุนทางการเมือง หรือมอบรางวัลประกาศเกียรติคุณต่อสาธารณชน

การกำหนดนโยบายสนับสนุนของภาครัฐ เพื่อเปลี่ยนผ่านประเทศไทยสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เป็นวิสัยทัศน์ของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) มอบต่อที่ประชุมคณะกรรมการที่ปรึกษาการพัฒนาระบบนวัตกรรมของประเทศ เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2558 โดยมีทิศทางการเปลี่ยนแปลงดังนี้



ภาพประกอบ 2.5 แสดงทิศทางการเปลี่ยนผ่านประเทศไทย  
ที่มา : พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ (2015)

ตารางที่ 2.4 แสดงเป้าหมายในการพัฒนาประเทศโดยใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อน

ปี	ค่าใช้จ่ายวิจัย	เป้าหมายประเทศ
2559	1% ของ GDP	ประชาชนและเยาวชนทุกภูมิภาคของประเทศสามารถเข้าถึง
2564	2% ของ GDP	แหล่งเรียนรู้และบริการทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างทั่วถึง
2569		รายได้เฉลี่ย 400,000 ต่อคนบาทต่อปี GDP ต่อประชากรของทุกจังหวัดแตกต่างจากค่าเฉลี่ยไม่เกิน 30% อัตราการเติบโตของการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าอัตราการเติบโตของ GDP
ปลายทาง		ออกจากกลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง ลดความเหลื่อมล้ำ
2569		กระจายโอกาสอย่างทั่วถึง เติบโตอย่างเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ที่มา : พิเชฐ ดุรงคเวโรจน์ (2015)

ตามนโยบายรัฐบาลที่ได้มีการแถลงต่อรัฐสภา ที่คาดหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงปฏิรูป โดยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเปลี่ยนแปลงประเทศไทยด้วยนโยบายนวัตกรรมทำให้ประเทศหลุดพ้นจากกับดักรายได้ปานกลาง ผ่านการดำเนินการด้านการวิจัย และนวัตกรรม ที่มุ่งเน้นสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาของประเทศร้อยละ 1 ของ GDP โดยมีสัดส่วนรัฐต่อเอกชน 30:70 เร่งเสริมสร้างสังคมนวัตกรรม ส่งเสริมให้มีการเรียนการสอนที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมเชิงนวัตกรรม ความคิดเชิงนวัตกรรม เช่น ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ และคณิตศาสตร์ มุ่งการพัฒนากำลังคนในสาขาที่ขาดแคลน ให้บุคลากรของรัฐที่มีความรู้เรื่องการวิจัยและพัฒนาไปทำงานร่วมกับเอกชน เกิดความร่วมมือจากหน่วยงานและสถานศึกษาภาครัฐที่คอยสนับสนุน SMEs ทั้งนี้ ภาครัฐมีการปฏิรูประเบียบ กฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการนำผลงานวิจัยไปต่อยอด ส่งเสริมการลงทุนขนาดใหญ่ มีการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐเพื่อสนับสนุนงานวิจัยของไทย ทั้งนี้ มีการปรับปรุงและจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์ และนวัตกรรม

มาตรการภาครัฐที่ส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและสร้างนวัตกรรม

1. ลดหย่อนภาษีแก่ภาคเอกชนเมื่อภาคเอกชนลงมือทำวิจัย จาก 200% เป็น 300% โดยขยายขอบเขตกิจกรรมที่สามารถหักภาษีให้ครอบคลุมกิจกรรมนวัตกรรม

2. ทดลองใช้ระบบ Self-Declaration ให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนสามารถใช้สิทธิยกเว้นภาษี 300% ได้ด้วยตนเองโดยเป็นโครงการวิจัยฯ ที่มีมูลค่าโครงการไม่เกิน 3 ล้านบาท มีการรับรองระบบบริหารการวิจัยฯ เป็นรายบริษัท แทนการรับรองโครงการวิจัยฯ เป็นรายโครงการแบบเดิม (Pre-approval) มีผู้ที่ทำหน้าที่ตรวจประเมินระบบบริหารการวิจัยฯ คือ สวทช. และ วว. จะ ก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ประกอบการเกิดในการขอใช้สิทธิยกเว้นภาษี 300% จึงสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนลงทุนทำวิจัยมากขึ้น ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมและยกระดับความสามารถการแข่งขันของประเทศต่อไป

3. ส่วนลดภาษีแก่บริษัทเอกชนที่บริจาคเงินแก่กองทุนวิจัย

4. พระราชบัญญัติว่าด้วยการส่งเสริมงานวิจัยเชิงพาณิชย์

โดยการประชุม คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ ครั้งที่ 3/2560 เมื่อวันที่ 4 กันยายน 2560 (สำนักนโยบายการออมและการลงทุน สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, 2560) ได้มีการติดตามความคืบหน้าการดำเนินการตามแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นของประเทศไทย (พ.ศ. 2559 – 2564) มีการพิจารณาการขับเคลื่อนแผนการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น (Startup) ของประเทศไทย ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1. ร่างพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มีการแก้ไขประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เพื่อให้เอื้อต่อการประกอบธุรกิจของ Startup ในประเทศไทยมากขึ้นใน 4 ประเด็น ได้แก่ การออกหุ้นกู้แปลงสภาพ (Convertible Debt) การทยอยให้หุ้น (Reverse Vesting) สิทธิที่จะซื้อหุ้นในราคาที่กำหนด (Employee Stock Option Plan) และหุ้นบุริมสิทธิ (Preferred Shares)

2. ร่างพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้น ที่มุ่งสนับสนุน แก้ไขข้อจำกัดและอุปสรรคต่าง ๆ ที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาของระบบนิเวศเพื่อสนับสนุน Startup (Startup Ecosystem) โดยมีการกำหนดขอบเขตคำนิยามของ Startup กำหนดให้มีคณะกรรมการเพื่อทำหน้าที่ศึกษา จัดทำ และเสนอแนะนโยบายส่งเสริมและพัฒนา Startup มีการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ แก่ Startup และนักลงทุนใน Startup และกำหนดให้มีศูนย์ทดสอบและพัฒนานวัตกรรมสำหรับ Startup ด้วย

3. การปรับปรุงสิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ Startup และนักลงทุนใน Startup ในระยะเริ่มต้น (Angel Investor) และที่ให้แก่ Startup เพื่อให้สิทธิประโยชน์สอดคล้องกับความต้องการของ Startup อย่างแท้จริง

4. โครงการนำร่องการจัดตั้ง Startup Club ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษาคณะกรรมการฯ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมให้เด็กนักเรียนในระดับมัธยมศึกษาและอาชีวศึกษารู้จักเข้าใจ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์อย่างผู้ประกอบการ

5. หลักสูตรด้านความเป็นผู้ประกอบการรุ่นเยาว์สำหรับนักเรียนในระดับมัธยมศึกษา มีการสร้างหลักสูตรผู้ประกอบการรุ่นเยาว์ โดยจะมีการสอดแทรกเรื่องเล่าจากประสบการณ์จริง (Story Study) ของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อสร้างความน่าสนใจและให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงกับตัวเองได้

6. โครงการ Startup Mobile เป็นหน่วยเคลื่อนที่ให้คำแนะนำ และความรู้เกี่ยวกับ Startup เพื่อสร้างความเข้าใจในธุรกิจ Startup อันจะส่งผลให้เกิดแรงบันดาลใจ และสนับสนุนให้เกิดผู้ประกอบการ Startup รายใหม่ในประชาชนทุกกลุ่ม

มาตรการเหล่านี้ล้วนเป็นแรงกระตุ้นและอำนวยความสะดวกให้ภาคเอกชนหันมาสนใจ และลงทุนในนวัตกรรม ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นระบบเศรษฐกิจของชาติต่อไป (smethail & club, 2016) โดยการศึกษาของ Patanakul & Pinto (2014) ได้กล่าวว่า การกำหนดนโยบายของภาครัฐทำให้เกิดการพัฒนาแรงงานทำให้องค์กรขับเคลื่อนตัวเองให้มีการเปลี่ยนแปลงโดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยการออกกฎหมายของรัฐบาลจะสามารถส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมที่เสริมสร้างการแข่งขัน และการช่วยเหลืออื่น ๆ เช่น การอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนเงินทุน เป็นต้น สอดคล้องกับ Jue Wang (2018) ที่อธิบายว่า รัฐบาลเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแม้ว่าบทบาทและระดับของการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมจะเป็นที่ถกเถียงกัน การแทรกแซงของรัฐบาลสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน R & D และนวัตกรรมเนื่องจากตลาดเพียงอย่างเดียวไม่สามารถให้สิ่งจูงใจที่เพียงพอสำหรับการสร้างความรู้ จึงทำให้การสนับสนุนจากรัฐบาลทำให้ภาคเอกชนมีการปรับปรุงนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความเข้มข้นของทรัพยากร

**2. ภาคการศึกษา** เป็นหนึ่งในระบบวิจัยของประเทศ ดังนั้นจึงเป็นแหล่งพัฒนาและรวบรวมองค์ความรู้ใหม่ ที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศ โดยมีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สังคม เพื่อให้ผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้ มีการส่งเสริม พัฒนา ให้คณาจารย์ นักวิจัย ให้มีคุณสมบัติและมีสมรรถนะด้านการทำวิจัยและงานสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพ ตามกรอบแผนอุดมศึกษาระยะยาว 15 ปี ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561 – 2562) ให้สถาบันอุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยใช้กระบวนการวิจัยในการสร้างความรู้และนวัตกรรมใหม่ และสร้างความเชื่อมโยงระหว่างอุดมศึกษาและภาคการผลิต เพื่อให้อุดมศึกษาทำภารกิจจากภาคการผลิต (Demand Side) มีการทำงานร่วมกันในลักษณะพหุภาคีระหว่างสถาบันอุดมศึกษา เครือข่ายอุดมศึกษา ภาคอุตสาหกรรมในและต่างประเทศ ภาคสังคมและชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศต่อไป (กำจร ตติยกวี, 2558) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา มีจุดมุ่งหมายในการส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยให้กับสถาบันอุดมศึกษา ดังนี้

1. เสริมสร้างศักยภาพของสถาบันอุดมศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานระดับนานาชาติ
2. สร้างความเป็นเลิศทางวิชาการโดยการบริหารจัดการทรัพยากรที่ดี
3. ส่งเสริมการวิจัยในระดับบัณฑิตศึกษา
4. ผลิตบัณฑิตโดยการสอนและการวิจัยพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน



5. ส่งเสริมการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นส่วนส่งเสริมการวางแผนและผลิตกำลังคนทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้เพียงพอับความต้องการของประเทศ

6. สร้างช่องทางสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจดลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เป็นผลการวิจัยหรือการค้นคว้าของอาจารย์และนักวิจัย

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาดำเนินโครงการวิจัยและพัฒนาภาครัฐร่วมเอกชนในเชิงพาณิชย์ เพื่อสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัย และสร้างกลไกความร่วมมือ ๓ ฝ่ายระหว่างสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา สถาบันอุดมศึกษา และภาคอุตสาหกรรม โดยเน้นการวิจัยที่เกิดจากความต้องการของภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้น้องค์ความรู้จากสถาบันอุดมศึกษามาวิจัยและพัฒนา ร่วมกับกลุ่มอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งทุนและวัตถุดิบที่มีศักยภาพสูงในการแข่งขัน เพื่อให้ผู้ประกอบการ (ภาคอุตสาหกรรม) พัฒนาความสามารถในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ เทคโนโลยีใหม่ หรือระบบการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากกระบวนการผลิต เป็นต้น นอกจากนี้โครงการวิจัยยังแสดงถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม และส่งเสริมการนำทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ทำให้การบริหารโครงการวิจัยและพัฒนาภาครัฐร่วมเอกชนในเชิงพาณิชย์มีความคล่องตัว และเพิ่มประสิทธิภาพสูงขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2558)

Zeng et al. (2010) ในเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายองค์กรและประสิทธิภาพของนวัตกรรม ได้อธิบายว่า ความสัมพันธ์ของสถานศึกษาหรือสถาบันวิจัยและองค์กรนั้นส่งผลให้ประสิทธิภาพของนวัตกรรมสูงขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการควรร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือสถาบันวิจัย เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับเครือข่ายความสัมพันธ์ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ สอดคล้องกับ นภัส แดงบุหงา (2559) การสนับสนุนของภาคการศึกษาผ่านทางวิธีการ ต่าง ๆ ทั้งการทำวิจัยและพัฒนา ร่วมกันเพื่อให้เกิดการบูรณาการความรู้ระหว่างภาคเอกชนและภาคการศึกษาให้เกิดนวัตกรรมสู่ตลาด มีกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มทักษะ การใช้ประโยชน์จากการให้เข้าถึงเทคโนโลยีของภาคการศึกษา เช่น โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ในการออกแบบรูปทรงดีไซน์ของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น เพราะเครือข่ายความสัมพันธ์ที่ดีกับสถาบันวิจัยและสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถได้รับประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การเข้าถึงเครื่องมือที่ใช้ในการทำการวิจัยในห้องทดลองที่สามารถเข้าถึงได้ยากเพราะเครื่องมือราคาแพง ต้องใช้การลงทุนสูงในการติดตั้ง จึงเป็นการบูรณาการความรู้จากทั้งฝ่ายธุรกิจและภาคการศึกษาเพื่อให้เกิดการพัฒนา นวัตกรรมทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ และกระบวนการใหม่ ๆ (Aziz & Samad, 2016)

**3. ภาคเงินทุน** ประเทศไทยต้องพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของ SMEs ด้วยการสร้างคุณค่า (value creation) หรือสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) เพื่อให้ SMEs มีการพัฒนาแบบก้าวกระโดดทำให้ประเทศหลุดพ้นจากกลุ่มประเทศรายได้ปานกลาง แต่เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถของ SMEs คือต้องช่วยเพิ่มช่องทางระดมทุนที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่ายขึ้น จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในเอกสารเผยแพร่ เรื่องทำไมต้องทำแผนส่งเสริม SME ฉบับที่ 4 อธิบายว่า จากการสำรวจภายใต้โครงการจัดทำข้อมูลเชิงเปรียบเทียบ เพื่อการพัฒนาประจำปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) พบว่า SMEs ใช้เงินออมในการจัดตั้งธุรกิจใหม่ ร้อยละ 59.3 รองลงมาคือยืมจากคนในครอบครัวที่ร้อยละ 24.1 จากสินเชื่อธนาคารหรือสถาบันการเงิน ร้อยละ 14.1 และกู้ยืมจากเพื่อน ร้อยละ 2.5 แต่ในส่วนของเงินทุนในระบบ พบว่า SMEs เข้าถึงไม่มาก โดยมีสินเชื่อคงค้าง 4.4 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนสินเชื่อ SME ต่อสินเชื่อคงค้างรวม ที่ร้อยละ 32.3 - 34.5 โดยปัญหาที่ทำให้ SMEs ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนมาจาก 3 ปัจจัย หลักคือ 1) ปัญหาจากผู้ประกอบการ SME ไม่มีระบบบัญชี ไม่มีประวัติกับสถาบันการเงิน ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีหลักทรัพย์ไม่เพียงพอ 2) ปัญหาของสถาบันการเงิน เช่น กฎระเบียบที่ขาดความยืดหยุ่นข้อจำกัดด้านเงินทุน และ 3) ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่ปรึกษาด้านการเงินที่เข้าถึงยาก และระบบพี่เลี้ยงที่อยู่กระจัดกระจายไม่เป็นระบบ และไม่เพียงพอต่อความต้องการของ SME เป็นต้น ทั้งนี้มีเงินทุนในรูปแบบอื่น ๆ ที่อยู่ในรูปเงินทุน (Equity Financing) อาทิเช่น การร่วมลงทุนของภาครัฐ (Venture Capital) ที่มีการจัดตั้งกองทุนร่วมลงทุนในกิจการ SME (SME Private Equity Trust Fund) และการระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นต้น พบว่าเป็นการดำเนินการที่อยู่ในช่วงเริ่มต้น ยังไม่แพร่หลายในแวดวงธุรกิจ SME เท่าที่ควร ภาครัฐจึงต้องส่งเสริมให้แหล่งทุนเหล่านี้มีบทบาทในการสนับสนุน SMEs

จันทวรรณ สุจริตกุล (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แหล่งทุน SMEs เพื่อยกระดับการแข่งขันไทย (Financing SMEs to Enhance Thailand's Competitiveness) ได้เสนอแนวทางส่งเสริมให้ SMEs ให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้สะดวกขึ้น และส่งเสริมให้มีผู้ลงทุนในกิจการ SMEs มากยิ่งขึ้นโดยมีแนวทาง ดังนี้

**ระบบธนาคารพาณิชย์** มีแนวทางการส่งเสริมให้ SMEs เข้าถึงสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์ ดังนี้

1. การเพิ่มช่องทางการระดมทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดย่อม ภาครัฐได้มีมาตรการส่งเสริมการให้สินเชื่อแก่รายย่อย เช่น สินเชื่อไมโครไฟแนนซ์ภายใต้วงเงินไม่เกิน 200,000 บาทในอัตราดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมไม่เกินร้อยละ 28 ต่อปี ของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เพิ่มความยืดหยุ่นในการพิจารณาสินเชื่อ เช่น ไม่กำหนดรายได้ขั้นต่ำ การกำหนดรูปแบบเอกสารทางการเงินโดยธนาคารพาณิชย์เอง นอกจากนี้ยังมีการพิจารณาให้ผู้ประกอบการที่มีธนาคารพาณิชย์ (Non-

bank) ให้สินเชื่อแก่ผู้ประกอบการรายย่อย (สินเชื่อนาโนไฟแนนซ์) ภายใต้วงเงินไม่เกิน 100,000 บาท โดยดอกเบี้ยรวมค่าธรรมเนียมไม่เกินร้อยละ 36

2. การลดปัญหาข้อมูลไม่เพียงพอต่อการประเมินความเสี่ยงด้านเครดิต ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลด้านสินเชื่อ SMEs เพื่อกำหนดกลยุทธ์สินเชื่อ SMEs ให้ครอบคลุมมากขึ้น โดยการเชื่อมโยงกับ ฐานข้อมูลงบการเงินของ SMEs จากกระทรวงพาณิชย์ เป็นการติดตามคุณภาพสินเชื่อ SMEs เพื่อสนับสนุนธนาคารพาณิชย์ในการพิจารณาสินเชื่อแก่ SMEs ต่อไปในอนาคต

3. การลดข้อจำกัดทางด้านหลักประกัน ภาครัฐอยู่ระหว่างผลักดันมาตรการที่สำคัญ 2 เรื่อง คือ 1) ร่างพระราชบัญญัติหลักประกันทางธุรกิจ ซึ่งมีเป้าหมายในการขยายขอบเขตประเภททรัพย์สินที่สามารถนำมาใช้เป็นหลักประกัน ให้ครอบคลุมสินทรัพย์ที่มีข้อจำกัด เช่น สินค้าคงคลัง วัตถุดิบ เป็นต้น 2) โครงการค้ำประกันสินเชื่อ SMEs ของ บริษัทประกันสินเชื่ออุตสาหกรรมขนาดย่อม (บสย.) ที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งที่ผ่านมาช่วยให้ SMEs เข้าถึงสินเชื่อและเติบโตทางธุรกิจได้เร็วขึ้น

**ระบบตลาดทุน** ตลาดทุนเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของแหล่งเงินทุนสำหรับ SMEs ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกในการจัดสรรทรัพยากรด้านเงินทุน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ระดมเงินทุนและ ผู้ลงทุน เพราะตลาดทุนมีเครื่องมือทางการเงินที่หลากหลาย อยู่ในเงื่อนไขของความต้องการของ ผู้ระดมทุน เงื่อนไขเวลา และต้นทุนที่เหมาะสมมีการเปิดเผยข้อมูลทำให้ SMEs สามารถระดมเงินทุนและเลือกเครื่องมือที่เหมาะสมในแต่ละช่วงของธุรกิจ ดังนี้

1. กิจการเงินร่วมลงทุน มีการจัดตั้งกิจการเงินร่วมลงทุนในรูปแบบทรัสต์ เป็นเครื่องมือระดมทุนที่มีความเป็นกลางทางภาษีเพราะกองทุนทรัสต์ไม่มีภาระภาษีเงินได้ ซึ่งเป็นช่องทางระดมทุนที่มีความคล่องตัวในการคืนเงินลงทุนมากกว่าการจัดตั้งในรูปแบบบริษัท ให้เป็นทางเลือกในการระดมทุนในวงจำกัดจากผู้ลงทุนสถาบันและผู้ลงทุนรายใหญ่ไม่เกิน 10 ราย ไปลงทุนในหุ้นของกิจการใด ๆ ก็ได้รวมถึง SMEs ด้วย หากกิจการเงินร่วมลงทุนไปลงทุน ในกิจการที่รัฐมีนโยบายให้การส่งเสริมอยู่ในอุตสาหกรรม ที่ใช้เทคโนโลยีในการผลิตเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม (กลุ่ม strategic industries) ผู้ลงทุนในกองทุนจะได้รับยกเว้นภาษีเงินได้จากผลประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนด้วย

2. กองทุนรวมที่เสนอขายต่อผู้ลงทุนที่มีใช้รายย่อย (Accredited Investor Fund: AI Fund) ให้บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนจัดตั้งกองทุนรวมเพื่อนำเงินไปลงทุนในตราสารหนี้ที่ไม่มี การจัดอันดับความน่าเชื่อถือ หรือจัดอันดับแล้วอยู่ในอันดับต่ำกว่าระดับการลงทุนได้ แต่ต้องขายให้กับผู้ที่มีความสามารถในการดูแลตนเองโดย มีความรู้ในการลงทุน และมีฐานะการเงินที่รับความเสี่ยงจากการลงทุนได้

3. โครงการเสริมสร้างความรู้และเตรียมความพร้อมด้านการระดมทุนในตลาดทุน เป็นนโยบายที่ให้ธุรกิจต่างจังหวัดเตรียมความพร้อมในการเข้าถึงแหล่งทุนระยะยาว ให้ผู้ประกอบการมีความรู้เกี่ยวกับตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นทางเลือกในการระดมทุน

4. การระดมทุนผ่าน equity crowdfunding เป็นการระดมทุนจากคนจำนวนมาก โดย สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ได้ให้ความหมายของ Crowdfunding ไว้ว่า เป็นการระดมทุนจากคนจำนวนมากที่สนใจในธุรกิจซึ่งเป็นธุรกิจประเภทสร้างสรรค์เกิดนวัตกรรมใหม่ ซึ่งเป็นสิทธิ์ของนักลงทุนในการเลือกลงทุนเป็นจำนวนเท่าไร โดยการทำธุรกรรมผ่าน Internet Portal สอดคล้องกับ VELDHUIZEN-KOEMAN (2015) ได้ให้คำนิยามว่าเป็นแนวปฏิบัติในการระดมทุนในโครงการหรือธุรกิจ ซึ่งเป็นความพยายามในการระดมทุนโดยได้มาจากการบริจาคของกลุ่มคนซึ่งมาจากคนจำนวนมากผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Cohn, 2012) และจากการศึกษาของ Kuppuswamy & Bayus (2018) เรื่อง “Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers.” พบว่า ผู้ประกอบการเลือกใช้ Crowdfunding ในการจัดหาทุน เป็นการสนับสนุนเพียงเล็กน้อยจากกลุ่มลูกค้าหรือนักลงทุนจำนวนมากซึ่งอยู่ในช่วงเวลาที่จำกัด

ผู้วิจัยจึงสรุปว่า Crowdfunding คือแหล่งเงินทุนที่ระดมมาโดยการสนับสนุนจากบุคคลจำนวนมากทั่วโลกที่เห็นด้วยกับธุรกิจ ซึ่งเป็นการระดมทุนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยผู้ลงทุนสามารถเลือกการลงทุนได้มากน้อยตามความต้องการ และมีเงื่อนไขในการลงทุนที่ชัดเจน

#### 4. ภาคธุรกิจ

ในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีพันธมิตรทางธุรกิจ (Business Alliance) เนื่องจากพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้ธุรกิจเติบโตได้เร็วขึ้นโดยจะมีการแลกเปลี่ยนความสามารถ ความเห็น และทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจซึ่งก่อให้เกิดความแข็งแกร่งของธุรกิจมากขึ้น โดยปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจเกิดการสร้างสรรค์ด้านพันธมิตร จนประสบความสำเร็จในการใช้กลยุทธ์ของพันธมิตรทางธุรกิจ มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ ความไว้วางใจ ความผูกพัน (Cullen & Johnson, 2000) และความร่วมมือของพันธมิตร (Wong, Tjosvold & Zhang, 2005) การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร ในขณะที่ Anand & Khanna (2000) เชื่อว่า การมีประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร (Alliance Experience) และการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร (Alliance Function) จะทำให้เพิ่มขีดความสามารถและความสัมพันธ์ของพันธมิตรทางธุรกิจมากขึ้นด้วย เพราะการใช้กลยุทธ์สร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจจะเป็นการสร้างคุณค่าที่เกิดจากความร่วมมือ ทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันจนประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่ง Dyer & Singh (2002) ทั้งนี้ความสำเร็จในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจยังมีหลายองค์ประกอบ และหลายลักษณะดังที่ Ireland, Hoskinsson & Hitt (2013) ได้อธิบายว่า ลักษณะของพันธมิตรทางธุรกิจประกอบด้วย

พันธมิตรแบบสัญญา (Contractual Agreement Alliance) หมายถึง ข้อตกลงในการแบ่งปันทรัพยากร องค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน เช่น การร่วมลงทุนในการวิจัยและพัฒนา การใช้และความรู้เรื่องเทคโนโลยี การใช้ทรัพยากรร่วมกัน เช่น การขนส่งวัตถุดิบหรือสินค้า การร่วมซื้อวัตถุดิบเหมือนกันเพื่อลดต้นทุน เกิดจากความร่วมมือของธุรกิจตั้งแต่ 2 ธุรกิจขึ้นไป แต่ความผูกพันของธุรกิจน้อย เพราะมีความร่วมมือเป็นบางเรื่องที่ตกลงกันเท่านั้น

พันธมิตรแบบถือหุ้นระหว่างกัน (Equity Alliance) หมายถึง เป็นพันธมิตรที่มีการร่วมลงทุน โดยใช้สินทรัพย์ที่จับต้องได้ เช่น อุปกรณ์ อาคาร เครื่องจักร ที่ดิน และเงินทุน รวมไปถึงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ เช่น เครื่องหมายการค้า ทรัพย์สินทางปัญญา แบรินต์ จนทำให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและเกิดความสัมพันธ์ที่ดีกว่าแบบพันธมิตรสัญญา

พันธมิตรธุรกิจร่วมทุน (Joint Venture Alliance) หมายถึงการร่วมลงทุนในการจัดตั้งธุรกิจใหม่ตั้งแต่ 2 ธุรกิจเป็นต้นไป โดยไม่เกี่ยวกับธุรกิจเดิมที่มีอยู่ ทั้งนี้ธุรกิจใหม่จะมีการกำหนดสัดส่วนการถือหุ้น เป็นความร่วมมือที่เน้นการบริหารและการดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้ธุรกิจเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

### ประโยชน์ของพันธมิตรทางธุรกิจ

การร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกันและนำพาธุรกิจสู่ความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยสามารถทำให้เกิดประโยชน์ไว้มากมาย ดังนี้ (เจษฎา พงศ์พิริยะกาญจน์, 2553)

1. ขยายฐานลูกค้าและตลาดให้กับธุรกิจ เป็นการรวมอำนาจทำให้เกิดความแข็งแกร่งมากขึ้นในการเข้าสู่ตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยอาศัยกำลังของทั้งสองฝ่ายในการขยายฐานลูกค้าเพราะหากเป็นตลาดที่ใหญ่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนสูงซึ่งจะเกิดความเสียหายหากไม่มีความชำนาญ หรือคุ้นเคยกับลูกค้ากลุ่มใหม่ ทั้งนี้รวมถึงข้อจำกัดด้านกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการขยายฐานลูกค้าด้วย

2. การแบ่งปันความเสี่ยงในการลงทุน ในการคิดค้น ต่อยอด หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนซึ่งมีความเสี่ยงเกิดขึ้นกับธุรกิจ ดังนั้น เพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงดังกล่าว การรวมพันธมิตรทางธุรกิจจึงเป็นวิธีการที่ทำให้ธุรกิจลดภาระและข้อกังวลในเรื่องความเสี่ยงในการลงทุน จนทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อได้อย่างรวดเร็วโดยความเสี่ยงน้อยลงด้วย

3. การนำสินทรัพย์และทักษะที่มีมารวมกัน เพื่อต่อยอดและสร้างโครงการใหม่ ๆ ของธุรกิจ เนื่องจากความชำนาญของแต่ละฝ่ายไม่เหมือนกันจึงส่งผลให้โครงการหรือกิจกรรมที่ทำร่วมกันมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพราะต่างฝ่ายต่างมีทรัพยากรที่เหมาะสมกับการดำเนินงานทำให้ลดต้นทุนได้มากขึ้น

4. การกำหนดมาตรฐานร่วมกัน เป็นการกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เช่น การบริการ การผลิต ที่มีคุณภาพและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ ซึ่งทำให้อุตสาหกรรมเกิดความก้าวหน้ามากยิ่งขึ้น

5. ปกป้องสถานะผู้นำทางการตลาด พันธมิตรที่มีศักยภาพซึ่งสามารถให้การสนับสนุนด้านกระบวนการผลิต การขนส่ง การจัดจำหน่าย การขายและการตลาด จนทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันโดยเกิดยอดขายที่สูงขึ้นและสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด

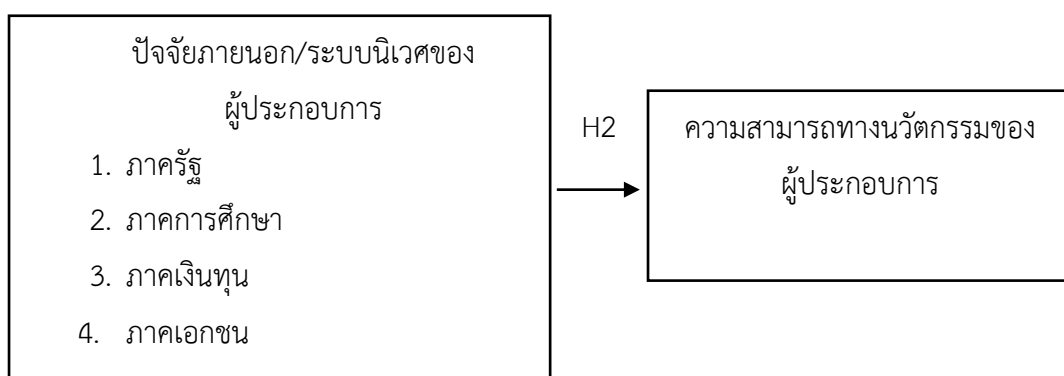
6. ธุรกิจก้าวทันคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน เป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจเกิดการพัฒนาตนเองตลอดเวลา หากคู่แข่งมีการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์จนประสบความสำเร็จ ดังนั้นพันธมิตรทางธุรกิจจะช่วยให้ธุรกิจสามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงและรับมือกับคู่แข่งได้จนสามารถรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดได้

การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจสำหรับ SMEs เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากต้องมีการแลกเปลี่ยนทรัพยากร และหาความรู้ใหม่เพื่อให้สามารถพัฒนาความรู้แล้วนำไปพัฒนาธุรกิจด้วยการเรียนรู้จากภายนอกหรือสร้างพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น ในประเทศฝรั่งเศส และเนเธอร์แลนด์ ที่มีการสร้างความร่วมมือในธุรกิจขนาดย่อมและขนาดเล็กจนทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ดีขึ้นจนเกิดประสิทธิภาพและส่งเสริมให้เกิดแนวคิดด้านนวัตกรรมเกิดขึ้น (Antikainen, Makipaa, & Ahonen, 2010) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nugroho (2015) ที่กล่าวว่า แรงผลักดันที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและนำเทคโนโลยีมาใช้ และเกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ เกิดจากผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง รวมไปถึงความร่วมมือในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันของธุรกิจ และจากผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ ในการสร้างกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของ Wong, Tjosvold & Zhang (2005) พบว่า การที่องค์กรใช้ประโยชน์จากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่างๆ เช่น ด้านต้นทุน คุณภาพสินค้า ด้านการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งสิ่งที่จะต้องพิจารณาจากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจคือต้องการมีส่วนร่วมในการเป็นหุ้นส่วนเพื่อให้มีการพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาว เช่นเดียวกับ รัตนา สีสี่ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับธุรกิจสปาและนวดไทย ซึ่งพบว่า ธุรกิจ สปาและนวดไทยที่มีพันธมิตรทางธุรกิจ ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้ง 4 ด้าน คือ การกำหนดความรู้ที่ชัดเจน การประมวลความรู้ การแบ่งปันความรู้ และกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งเป็นเป็นประโยชน์และสร้างเสริมประสิทธิภาพในการเป็นพันธมิตรให้ดียิ่งขึ้น และยังเป็นกระบวนการที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาคความรู้ใหม่ภายในธุรกิจด้วย

จากการศึกษาเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ว่าระบบนิเวศของผู้ประกอบการนวัตกรรมประกอบด้วย 5 ภาคส่วนซึ่งได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ 2) ภาครัฐ 3) ภาค

การศึกษา 4) ภาคเงินทุน และ 5) ภาคเอกชน ซึ่งในส่วนของผู้ประกอบการผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาไว้ในส่วนของคุณลักษณะของผู้ประกอบการหรือการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการไว้แล้ว ดังนั้นจึงเหลือเพียง 4 ภาคส่วนซึ่งจัดเป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่ได้เกิดจากความสามารถของผู้ประกอบการได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคเอกชน นำมาสู่สมมติฐานดังนี้

H2: ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ



ภาพประกอบ 2.6 องค์ประกอบของระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรม

## 2.8 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

กฤตกร จิรภาณุเมศ สมณี ก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และพนิดา แซ่มช้าง (2554) ทำการศึกษาเรื่องผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานการศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร ที่ส่งผลต่อการเกิดความสามารถทางนวัตกรรมในองค์กร และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอไอ จำนวน 63 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรหรือผู้บริหาร และยังทำให้ส่งผลทางตรงและทางอ้อมไปยังผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารทำให้ความสามารถทางนวัตกรรมเพิ่มขึ้น

ปรารธนา หลีกภัย (2555) ทำการศึกษาเรื่องความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประเภทของนวัตกรรมธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ ศึกษาระดับความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม และนำเสนอแนวทางในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ โรงแรมจำนวน 600 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ความมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมมากที่สุด

พนิดา สัตโยภาส, บุญชนิด วิงวอน และบุญทวารณ วิงวอน (2555) ทำการศึกษาเรื่อง ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพผู้ประกอบการ นวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการแข่งขัน และศึกษา ศักยภาพผู้ประกอบการ นวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดลำปางลำพูน เชียงใหม่ จำนวน 300 ราย ตอบกลับมา 268 ราย ผลการศึกษาพบว่า นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะศักยภาพผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร ถ้าผู้ประกอบการไม่มีศักยภาพขาดประสบการณ์ จะส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมองค์กร



สมร ดีสมเลิศ และสุดาพร สาวม่วง (2558) ทำการศึกษาเรื่อง รูปแบบปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการ ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมการบริการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ วิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย และเพื่อค้นหา รูปแบบปัจจัยที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริหารของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ จำนวน 410 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการ ปัจจัยด้านองค์กรมีอิทธิพลโดยตรงต่อปัจจัยนวัตกรรมการบริการ และมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพซึ่งจะส่งผ่านปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ทั้งนี้รูปแบบปัจจัยการจัดการธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพที่สำคัญที่สุดคือ ปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด รองลงมาได้แก่ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการ ปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมการบริการ ตามลำดับ โดยส่งผลต่อผลประกอบการด้านยอดขายมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลกำไร ลูกค้า และภาพลักษณ์คุณภาพการบริการตามลำดับ

ธนกร แก้วมณี และจิรพล จิยะจันทน์ (2018) ทำการศึกษาเรื่อง บทบาทของนวัตกรรมต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา นวัตกรรม การออกแบบที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน 400 คน และผู้ประกอบการ 270 คน ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีเจตคติที่ดีต่อ นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน โดยผู้ประกอบการเป็นผู้ที่มีความสามารถรอบด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยใช้ นวัตกรรม เป็นเครื่องมือในการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในขณะเดียวกันผู้ประกอบการก็เป็นกลไกสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

ไพโรจน์ บุตรชิวิน (2559) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการนำรูปแบบการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (IKITIS Model) ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทาง และข้อเสนอแนะในการนำรูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ให้ข้อมูล 4 คน จากแหล่งข้อมูล 3 แหล่ง คือ 1) แหล่งนโยบาย ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี 2) แหล่งผู้ให้ทุน ได้แก่ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จำนวน 1 คน และ 3) แหล่งจากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารโครงการนวัตกรรมที่

ได้รับทุนสนับสนุนโครงการนวัตกรรมรายสาขา จำนวน 2 คน ผลการศึกษาพบว่า กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีควรกำหนดนโยบายในการพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ(องค์การมหาชน) ควรกำหนดเป็นตัวชี้วัด และเกณฑ์ในการประเมินเพื่อให้ทุนสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการ และผู้ประกอบการควรนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาตนเอง รวมทั้งนำไปขยายต่อบุคลากรเพื่อร่วมกันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เอื้อต่อการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมต่อไป

นภัส แดงบุหงา (2559) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในบริบทวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เจ้าของกิจการและผู้บริหารระดับสูงในกลุ่มอุตสาหกรรมอัญมณีและ เครื่องประดับจำนวน 500 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ (1) ผู้จัดหาวัตถุดิบ (2) ภาคการศึกษา (3) ภาครัฐ (4) ภาคอุตสาหกรรม (5) ลูกค้า

ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี (2557) ทำการศึกษาเรื่องความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้แก่ ผู้บริหารระดับสูงของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำนวน 9 บริษัท ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาในนวัตกรรมของผู้ประกอบการได้แก่ การสนับสนุนจากรัฐ เงินทุนในการพัฒนานวัตกรรมและการวิจัยและพัฒนา และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

Liang (2007) ได้ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนา SMEs ในสิงคโปร์ของยุทธศาสตร์การเป็นผู้ประกอบการและ SMEs มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของนโยบาย SME ในสิงคโปร์ และนโยบายเหล่านี้พัฒนาขึ้นอย่างไร ผลการศึกษาพบว่าประเทศสิงคโปร์แบ่งกลยุทธ์เป็น 3 ระดับ ดังนี้ 1) กลยุทธ์ระดับองค์กร การพัฒนาผู้ประกอบการ และพนักงาน เพื่อให้มีการบริหารธุรกิจให้ดีขึ้น โดยมีการใช้เทคโนโลยี และส่งเสริมความรู้สำหรับธุรกิจใหม่ให้ได้เปรียบการแข่งขัน 2) กลยุทธ์ระดับกลุ่มให้ความสะดวกด้านความร่วมมือกับพันธมิตร ยกระดับกลุ่มบริการภายในประเทศ 3) กลยุทธ์ที่หลากหลาย สนับสนุนความเป็นผู้ประกอบการ ให้การก้ำกั้มเพื่อการเจริญเติบโต

### 2.3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าใน

ตลาดน้ำดอนหวายจังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะและความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้า เพื่อเปรียบเทียบคุณลักษณะของผู้ประกอบการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการร้านค้า และเพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการร้านค้าที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบการ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ 200 ร้านค้า โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการศึกษาโดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการประกอบธุรกิจ ส่วนที่ 3 ใช้เก็บข้อมูลที่วัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ส่วนที่ 4 เป็นการวัดระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลความสำเร็จในการประกอบการ (Rating Scale) และส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ผลการศึกษาพบว่าด้านความเป็นตัวของตัวเองและด้านความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ ของผู้ประกอบการร้านค้าที่มีอายุต่างกัน มีคุณลักษณะของผู้ประกอบการต่างกัน ผู้ประกอบการที่มีข้อมูลระดับการศึกษาแตกต่างกันจะมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่แตกต่างกันคุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันและด้านความใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบการ

ฝนทิพย์ ฆารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และไว จามรมาน (2555) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ สถานประกอบการโรงแรมในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย จำนวน 95 แห่ง และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพคือผู้ประกอบการโรงแรมในจังหวัดพิษณุโลกจำนวน 9 คน ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 9 องค์ประกอบคือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และด้านความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย และ ความเห็นของผู้ประกอบการในการทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือความตั้งใจและกล้าลงมือทำ มองในรอบด้านทั้งคู่แข่งและตัวเอง มองหาตลาดใหม่ ตรวจสอบความพึงพอใจของลูกค้าเสมอ ต้องพัฒนาธุรกิจตลอดเวลา มีพนักงานที่เชี่ยวชาญในงานที่ทำ สามารถเห็นโอกาสได้ก่อนผู้อื่นและทำให้สำเร็จได้ตามเป้าที่วางไว้

สุธีรา อะทะวงษา และสมบุญวัลย์ สัตยารักษ์วิทย์ (2014) ทำการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงสาเหตุของคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถานประกอบการที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศ

ไทย กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวน 752 ราย ผลการศึกษาพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ และพบว่าลักษณะของสถานประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญเติบโตโดยมีลักษณะของสถานประกอบการที่สำคัญ คือ กลยุทธ์การตลาด องค์กรมีการทำงานเชิงรุก และมีนวัตกรรมองค์การ สรุปได้ว่าการที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการจะส่งผลให้การทำงานในสถานประกอบการมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาผลประกอบการและเกิดการเติบโตในของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

หงใหม่ เหนอ (2557) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อ สืบค้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปยังประเทศจีน และเพื่อสำรวจระดับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปยังประเทศจีน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน จำนวน 107 ตัวอย่าง ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านความรับผิดชอบส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

วิมลวิภา เกตุเทียน (2556) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างทั้ง 4 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดชัยภูมิ นครราชสีมา บุรีรัมย์ และสุรินทร์จำนวน 167 ราย ผลการศึกษาพบว่า ความเป็นตัวเอง ความมีนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การบริหารจัดการ และความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง

อาทิว แซ่ลี และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (2558) ทำการศึกษาเรื่องศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่สำปะหลังอำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ความสำเร็จของผู้ประกอบการ อิทธิพลศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และศึกษาอิทธิพลคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร่สำปะหลัง อำเภอปอพลอย จังหวัดกาญจนบุรี กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการไร่มันสำปะหลัง จำนวน 250 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการไร่มันสำปะหลังมีศักยภาพการจัดการธุรกิจ โดยศักยภาพการจัดการธุรกิจมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจไร่มันสำปะหลัง การบริหารด้านการเงิน การจัดการด้านการตลาด ความมุ่งมั่นใน

ความสำเร็จ ความเชื่อมั่นในตนเอง ความกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

ชลิตา บุญญา (2557) ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจก่อสร้างในจังหวัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจก่อสร้าง และอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 270 ราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ด้านความสามารถในการโน้มน้าว ด้านการวางแผนเพื่ออนาคต ด้านอำนาจการตัดสินใจ ด้านการเข้าใจตนเอง และโอกาสของธุรกิจ

จันทิมา จตุพรเสถียรกุล (2554) ทำการศึกษาเรื่อง บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาลักษณะบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ ความสัมพันธ์ของบุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ และสร้างสมการทำนายความสำเร็จของผู้ประกอบธุรกิจ โดยใช้บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการร้านยาคุณภาพในเขตกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 33 ราย ผลการศึกษาศิลปะด้านความมีวินัยธรรมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จผู้ประกอบการ บุคลิกด้านความมีวินัยธรรมมีความสัมพันธ์กับกับกลยุทธ์ด้านการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์ บุคลิกด้านความมีวินัยธรรมมีความสัมพันธ์กับกับกลยุทธ์ด้านการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ บุคลิกด้านความมีวินัยธรรมมีความสัมพันธ์กับกับกลยุทธ์ด้านการแสวงหาโอกาส บุคลิกด้านความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านการวางแผนเฉพาะสิ่งสำคัญ บุคลิกด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ด้านการตั้งรับ กลยุทธ์ด้านการวางแผนล่วงหน้าอย่างสมบูรณ์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

### 2.3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

#### 2.7.3.1 ภาครัฐ

Patanakul & Pinto (2014) ได้ทำการศึกษาเรื่องการตรวจสอบบทบาทของนโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับนวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาบทบาทของนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมและคงไว้ซึ่งนวัตกรรม ผลการศึกษาพบว่านโยบายและระเบียบของรัฐบาลสามารถส่งเสริมหรือขัดขวางนวัตกรรมได้ โดยนโยบายและระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดและมุ่งเน้นอาจกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและพื้นฐานของเทคโนโลยีทั้งผลิตภัณฑ์และกระบวนการ อย่างไรก็ตาม นโยบายและระเบียบข้อบังคับอาจสร้างอุปสรรคและข้อจำกัด ที่อาจก่อให้เกิดอุปสรรคต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรม

สุภานี นวกุล และ ศาสตราจารย์ เพงแพ (2559) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทภาครัฐในการสร้างความเข้มแข็งให้ป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของอาเซียน ผลการศึกษาพบว่ารัฐบาลควรมีบทบาทในการส่งเสริมความเข้มแข็งให้ไทยเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของอาเซียนโดยใช้ 3 บทบาท ได้แก่ การใช้อำนาจ การอำนวยความสะดวก และการเป็นหุ้นซึ่งควรให้ภาครัฐไทยให้ความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ชุตินันต์ สะสอง (2560) ได้ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์(1) ศึกษาสภาพการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดแม่ฮ่องสอน (2) ศึกษาบริบทความเหมือนและความแตกต่างของโครงการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมวิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจรายย่อย ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และ (3) ศึกษาหาความสัมพันธ์ของรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ระดับ 1-3 ดาวจำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีส่วนร่วมกับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP โดยมีการผลิตผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการทางความคิดที่ต่อยอดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทั้งนี้ผู้ประกอบการต่างมุ่งเน้นนำนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เข้ามาใช้ในการผลิตสินค้าของตนเพื่อให้กิจการสามารถขายสินค้ามีกำไร และดำรงอยู่รอดได้ในธุรกิจ และรูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอนมีความสัมพันธ์กัน

นิออน ศรีสมยง (2559). ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกรณีศึกษาผู้ประกอบการการแพทย์ทางเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพโดยการวิเคราะห์ SWOT (SWOT analysis) ได้แก่ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค โดยมีการวิเคราะห์ภาวะการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการบริการการแพทย์ และเพื่อศึกษาการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการบริการการแพทย์ทางเลือกของผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านการบริการแพทย์ทางเลือก กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการที่เปิดดำเนินการในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 26 ราย ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งของการดำเนินงานคือการสร้างนวัตกรรม ความเชี่ยวชาญของแพทย์ มาตรฐานการให้บริการ โดยมีจุดอ่อนคือราคาค่าบริการและระยะเวลาการรักษา การสื่อสารในภาษาอังกฤษ โอกาสคือ การสนับสนุนจากภาครัฐ การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุ และอุปสรรคคือความต่อเนื่องของการสนับสนุนจากภาครัฐ

Jue Wang (2018) ได้ทำการศึกษาเรื่องนวัตกรรมและการแทรกแซงของรัฐบาล: การเปรียบเทียบของสิงคโปร์และฮ่องกง มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจอิทธิพลของการแทรกแซงของรัฐบาลต่อประสิทธิภาพของนวัตกรรมในสิงคโปร์และฮ่องกง ผลการศึกษาพบว่ารัฐบาลเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแม้ว่าบทบาทและระดับของการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมจะเป็นที่ถกเถียงกัน การแทรกแซงของรัฐบาลสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน R & D และนวัตกรรมเนื่องจากตลาดเพียงอย่างเดียวไม่สามารถให้สิ่งจูงใจที่เพียงพอสำหรับการผลิตความรู้ ซึ่งเป็นรู้ที่ตีว่าในในสิงคโปร์มีการแทรกแซงของรัฐบาลที่รุนแรง ในขณะที่ฮ่องกงมีชื่อเสียงด้านนโยบายการแทรกแซงที่ไม่ได้แทรกแซงโดยตรงซึ่งช่วยลดอำนาจของรัฐบาลในการมีอิทธิพลต่อตลาด การเปรียบเทียบแสดงให้เห็นว่ากิจกรรมนวัตกรรมในสิงคโปร์ส่วนใหญ่เป็นนโยบายขับเคลื่อนและครอบงำโดยภาครัฐกิจรายใหญ่ในขณะที่นวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรมรายใหญ่ของฮ่องกงมีน้อยลง แต่มีการสร้างสรรค์แบบ ไตนามิกที่มีส่วนร่วมโดยภาครัฐกิจขนาดเล็ก

Weiqi & Steven (2018) ได้ศึกษาเรื่องนโยบายของรัฐบาลและการปฐมนิเทศผู้ประกอบการของบริษัท: ทางเลือกเชิงกลยุทธ์และมุมมองของสถาบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการบริษัทเอกชนของจีนเพื่อแจ้งกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับนโยบายทางธุรกิจที่ดำเนินการโดยรัฐบาลกลาง กลุ่มตัวอย่างคือ บริษัทเอกชน 2,112 รายในประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า นโยบายของรัฐบาลในระดับประเทศจะนำไปสู่การปรับตัวของผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้น ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าความมีประสิทธิภาพของนโยบายใหม่มีความเป็นไปได้มากขึ้น

### 2.7.3.2 ภาคการศึกษา

ดวงทิพย์ วิบูลย์ศักดิ์ชัย (2555) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนา รูปแบบความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงาน และปัญหาของความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม การพัฒนา รูปแบบความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมของประเทศไทย และการ ตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำรูปแบบความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่าง มหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมไปปฏิบัติ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมี 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน และกลุ่ม 2 ได้แก่ คณะผู้บริหารมหาวิทยาลัยจำนวน 42 คน และ ผู้บริหารภาคอุตสาหกรรม จำนวน 10 คน ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินงานร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมยังไม่เห็นความสำคัญและขาดแรงจูงใจในการดำเนินงานร่วมมือด้าน การวิจัย ซึ่งเมื่อนำรูปแบบการดำเนินงานร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับ ภาคอุตสาหกรรมพบว่ามีความเป็นไปได้ในการนำไปสู่การปฏิบัติ

ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรมในการพัฒนานวัตกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุปัจจัยที่ช่วยเพิ่ม โอกาสความสำเร็จในการร่วมมือวิจัยและพัฒนา ผลการศึกษาพบว่า ความเข้าใจเป็นปัจจัยสำคัญต่อ การเข้าร่วมโครงการ ความร่วมมือ ทั้งนี้รูปแบบโครงการต้องรักษาผลประโยชน์ร่วมกันและสามารถ บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ซึ่งการร่วมมือกันจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งสองฝ่าย แต่ต้อง อาศัยนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนและอำนวยความสะดวก เช่น ด้านกฎหมาย การลงทุน เป็นต้น

Yong (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่องความยั่งยืนในการร่วมมือระหว่างองค์กร โดยมุ่ง ที่ผลของการได้รับและให้ประโยชน์ระหว่างสมาชิกทั้งในมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม กลุ่ม ตัวอย่างได้แก่ คณาจารย์มหาวิทยาลัยและผู้จัดการในบริษัทด้านเทคโนโลยี ผลการศึกษาพบว่า สิ่ง ที่ทำให้ความร่วมมือเกิดความยั่งยืนคือ การได้รับประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย ซึ่งฝ่ายเอกชนต้องการ การค้นพบใหม่จากงานวิจัย และการเพิ่มขึ้นของงานวิจัย ในขณะที่มหาวิทยาลัยต้องการศึกษาวิจัย พัฒนาองค์ความรู้ใหม่โดยได้รับเงินสนับสนุน และมีพื้นที่สำหรับการวิจัยของนักศึกษาปริญญาโท

Saez & Arribus (2002) ได้ทำการศึกษาเรื่องลักษณะความร่วมมือระหว่าง มหาวิทยาลัยและศูนย์วิจัยต่างๆ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เครือข่ายความร่วมมือด้านงานวิจัยจากบริษัทใน ประเทศสเปน จำนวน 747 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ให้ทุนวิจัยส่วนใหญ่ให้ทุนการวิจัยด้านการวิจัย พื้นฐานที่เกี่ยวกับการบริหารงานวิจัยทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ความร่วมมือระหว่างองค์กรที่



แตกต่างกันจะมีข้อตกลงที่เป็นทางการ และร่วมวิจัยที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มคู่แข่ง กลุ่มส่งสินค้า กลุ่มลูกค้า ซึ่งกำหนดเป้าหมายของความสำเร็จที่แตกต่างกัน

### 2.7.3.3 ภาคเงินทุน

สุรศักดิ์ อานวยประวิทย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่องกลยุทธ์การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบที่สำคัญและหลักการในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs ศึกษานโยบายของภาครัฐในการสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และพัฒนากลยุทธ์ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยแบ่งเป็น 2 กลุ่มได้แก่ งานวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ SMEs 2) ผู้บริหารระดับสูงด้านสินเชื่อของธนาคารพาณิชย์ 3) ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ จำนวน 9 คน และงานวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 400 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการขนาดเล็ก ขนาดกลาง และขนาดใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ต้องมีการปรับปรุงระบบบัญชีและทางเงินให้เป็นมาตรฐาน และเชื่อมสัมพันธ์กับสถาบันทางการเงินเพื่อสร้างความคุ้นเคยในการประสานงานในอนาคต ทั้งนี้ต้องมีวินัยทางการเงินและไม่ใช้เงินผิดวัตถุประสงค์ ในด้านธนาคารพาณิชย์ ต้องมีการวิธีการดำเนินงานให้มีความสะดวก รวดเร็ว และลดขั้นตอนการทำงาน ทั้งนี้ต้องร่วมมือกับโครงการของภาครัฐเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้กับผู้ประกอบการ SMEs นอกจากนี้ต้องมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเงินและบัญชีแก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้วย เพื่อให้มีระบบที่ถูกต้องและเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น หน่วยงานของรัฐ ได้แก่ ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (ธพว.) เป็นหน่วยงานของรัฐที่ทำหน้าที่สนับสนุนทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs ต้องเข้าถึง SMEs ทุกระดับและหาแนวทางป้องกันปัญหาการเกิดหนี้เสียที่จะเกิดขึ้นกับ SMEs

ปฐมพร ทรงสุโรจน์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการกู้เงินของผู้ประกอบการ SMEs ผลกระทบของเศรษฐกิจต่อการดำเนินงาน SMEs และความคิดเห็นของผู้ประกอบการในมาตรการของรัฐบาลที่ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการ SMEs จำนวน 10 ราย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีพฤติกรรมการลงทุนโดยการใช้เงินทุนส่วนตัวและกู้จากธนาคารพาณิชย์ ซึ่งปัญหาที่เกิดขึ้นมากที่สุดในการประกอบการคือสภาพคล่องทางการเงิน โดยมีการกู้ยืมและสินเชื่อเบิกเกินบัญชี โดยความเห็นต่อมาตรการรัฐบาลในการให้ความช่วยเหลือ SMEs พบว่า ผู้ประกอบการได้รับความช่วยเหลือในเรื่องเงินกู้ วงเงินค้ำประกัน และอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ สามารถลดวงเงินค้ำประกันซึ่งยังไม่พื่อต่อความต้องการของผู้ประกอบการ

เร่งรัต สุทธิสน และคณะ (2558) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชร 2) พัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชร และ 3) ประเมินกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดกำแพงเพชรจำนวน 50 คน และการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 22 คน ผลการศึกษาพบว่า สภาพการดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชรผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองในการดำเนินธุรกิจโดยปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินธุรกิจคือการที่รัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินธุรกิจขนาดย่อม สถาบันการเงินสนับสนุนสินเชื่อให้กับผู้ประกอบการ โดยมีแนวทางในการแก้ไขปัญหาคือ ต้องมีการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงิน ปรับโครงสร้างการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และแสวงหากลุ่มเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ

ชื่นจิตร อังวรารวงศ์ และนงคินี จันทร์จรัส (2553) ได้ศึกษาเรื่องปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย กลุ่มประชากรได้แก่ ผู้ประกอบการหรือตัวแทนของสถานประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และเจ้าหน้าที่ของสถาบันทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งต้องกำหนดกฎระเบียบและมอบนโยบายให้ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้โดยตรง ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องสร้างความเชื่อมั่นกันเองเพื่อสร้างความไว้วางใจและปลูกฝังเรื่องการออมและการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

#### 2.7.3.4 ภาคธุรกิจ

รัตนา สีสี่ (2559) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สำหรับธุรกิจสปาและนวดไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแนวทางการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจของธุรกิจสปาและนวดไทย 2) ศึกษาองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ และ ประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย 3) ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ

กับการจัดการพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย จำนวน 10 ท่าน ผลการศึกษาพบว่า การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจของธุรกิจสปาและนวดไทย มีการจัดหา และเริ่มต้นติดต่อคู่พันธมิตรจากคู่ค้าของธุรกิจเดิมที่มีอยู่ โดยอาศัยความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ของธุรกิจ ในการทำความร่วมมือเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ โดยมีองค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรของธุรกิจสปาและนวดไทย จำนวน 5 องค์ประกอบคือ ความผูกพัน หน้าที่ด้านพันธมิตร ความร่วมมือ การมีประสบการณ์ด้านพันธมิตร และความไว้วางใจ กระบวนการ เรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตรของธุรกิจ พบว่า ภาพรวมขององค์ประกอบของการสร้างพันธมิตรที่มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยกระทำผ่าน กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรทางธุรกิจไปยังประสิทธิภาพการดำเนินงานด้านพันธมิตร

พิสิฐุ เจือไทย (2550) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและสภาวะของลักษณะการดำเนินการในเครือข่ายวิสาหกิจ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของเครือข่ายวิสาหกิจ และเพื่อพัฒนาแนวทางการร่วมมือระหว่างกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เครือข่ายวิสาหกิจอิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ เครือข่ายฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์เป็นต้นแบบและวิเคราะห์กลุ่มความร่วมมือผู้ประกอบการชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งยังไม่มีการจัดตั้งเครือข่ายวิสาหกิจ ผลการศึกษาพบว่า สามารถวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จได้ 2 ส่วน คือ ปัจจัยแห่งความสำเร็จภายในและภายนอกเครือข่าย ซึ่งความสำเร็จภายในมีความสำคัญต่อสมาชิกในเครือข่ายวิสาหกิจโดยต้องมีจิตสำนึกที่จะรวมกลุ่ม มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน ทั้งนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จภายนอกคือการสนับสนุนจากองค์กรทางการศึกษา

เจษฎา พงศพริยะกาญจน์ (2553) ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อคุณค่าของตราสินค้า กรณีศึกษาการจัดการจัดทำพันธมิตรทางธุรกิจของภัตตาคารร่วมกับร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ประชากรที่เป็นผู้บริหารที่ชำระค่าอาหารด้วยบัตรเครดิต ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ตามศูนย์การค้าเซ็นทรัล จำนวน 8 สาขาจำนวน 400 ตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านพันธมิตรธุรกิจ (Business Alliance) รูปแบบโครงการร่วมทุน (Project-based Joint Venture) มีปัจจัยส่งผลกระทบต่อคุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) คือการร่วมสร้างโครงการภัตตาคารกับร้านอาหารทำให้ลูกค้าได้รับข่าวสารและเข้าถึงการบริการของร้านอาหารได้เป็นอย่างดี และสามารถสร้างความแตกต่างและความน่าสนใจให้กับร้านอาหารได้

พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น, วิโรจน์ เกษภูาลักษณ์ และนันทนา อุ้นเจริญ (2559) ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย : หลักฐานเชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมในประเทศไทย 263

แห่ง ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ถึงความรุนแรงในการแข่งขัน และการใส่ใจถึงพันธมิตรทางธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย 4 มิติ ได้แก่ ความสามารถในการแบ่งปันความรู้ การร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน การรักษาสีทธิประโยชน์ร่วมกันด้วยความไว้วางใจ และการร่วมสร้างคุณค่าวัฒนธรรมต่างองค์กร ทั้งนี้ศักยภาพกลยุทธ์เครือข่ายมีผลกระทบต่อเชิงบวกกับโอกาสทางการตลาด และความได้เปรียบทางการแข่งขัน 3 มิติ ยกเว้นการร่วมมือในการดำเนินงานร่วมกัน ไม่ส่งผลกระทบต่อโอกาสทางการตลาด และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Mohr & Spekman (1994) ได้ทำการศึกษาเรื่องคุณลักษณะสำคัญของผลสำเร็จในการเป็นหุ้นส่วน มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุถึงลักษณะของความร่วมมือที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างรูปแบบของความเป็นหุ้นส่วน ผลการศึกษาพบว่า การทดสอบรูปแบบในบริบทของความเป็นหุ้นส่วนในอุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์ ข้อเสนอสำหรับผู้บริหารและนักวิจัยพบว่า ความไว้วางใจ ความผูกพัน และการให้ ความร่วมมือ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ

Kingshott (2006) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของความไว้วางใจและความผูกพัน ที่มีต่อสมัพันธ์ภาพระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ซื้อ มีวัตถุประสงค์เพื่อการตรวจสอบผลกระทบของความไว้วางใจและความผูกพันที่มีต่อสมัพันธ์ภาพระหว่างผู้ขายวัตถุดิบกับผู้ซื้อ เพื่อช่วยให้ผู้จัดการเข้าใจถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องนำมาพิจารณาในขณะที่พยายามสร้างและรักษาความสัมพันธ์ระยะยาวกับบริษัทลูกค้าจากมุมมองของการแลกเปลี่ยนทางสังคม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างตัวอย่างจาก บริษัทผู้จัดจำหน่ายออสเตรเลีย 343 รายจากภายในอุตสาหกรรมยานยนต์ พบว่าแนวคิดในการมุ่งเน้นด้านความสัมพันธ์ อันได้แก่ ความไว้วางใจและความผูกพันเป็นสิ่งสำคัญ ในการพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งมิตรภาพระหว่างผู้ซื้อ และผู้ขาย

Kale, Dyer & Singh (2002) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการสร้างและประสบความสำเร็จจากการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ มีการศึกษา 2 ปัจจัย คือ ประสบการณ์ทางด้านพันธมิตร และการทุ่มเทให้กับหน้าที่ด้านพันธมิตร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บริษัทที่มียอดขายประจำปี 2541 เป็นจำนวนมากกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่ให้ความสำคัญกับการเป็นพันธมิตร ผลการศึกษาพบว่าบริษัทมีหน้าที่ในการสร้างพันธมิตรโดยเฉพาะ ซึ่งต้องดูแลและประสานงานกิจกรรมพันธมิตรทั้งหมดของบริษัท เพื่อให้เกิดความสำเร็จในการเป็นพันธมิตรมากขึ้น กระบวนการเรียนรู้จากพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับการแบ่งปันและการให้ความรู้ความเข้าใจด้านการบริหารพันธมิตรมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จของพันธมิตร

Nugroho (2015) ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบจากการสนับสนุนจากรัฐบาลและแรงกดดันจากคู่แข่งต่อความพร้อมของ SMEs ในประเทศอินโดนีเซียในการนำเทคโนโลยีมาใช้ โดยมีคำถามวิจัย 5 ข้อดังนี้ 1) ผู้ร่วมให้ข้อมูลมีผลต่อความพร้อมในด้านเทคโนโลยีหรือไม่ 2) การยับยั้งมี

ผลต่อการเตรียมพร้อมด้านเทคโนโลยีหรือไม่ 3) การสนับสนุนจากรัฐบาลมีผลต่อความพร้อมด้านเทคโนโลยีหรือไม่ 4) ความรุนแรงของคู่แข่งมีผลต่อความพร้อมของเทคโนโลยีหรือไม่ 5) การเตรียมพร้อมในการเตรียมพร้อมของเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการใช้หรือไม่ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ SMEs จำนวน 446 รายในอุตสาหกรรมหัตถกรรมและผ่านการทดสอบใช้เทคนิค Partial Least Square (PLS) ผลการศึกษาพบว่า แรงผลักดันที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและนำเทคโนโลยีมาใช้ และเกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ เกิดจากผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง รวมไปถึงความร่วมมือในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันของธุรกิจ และจากผลจากการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาความสัมพันธ์ ในการสร้างกลยุทธ์การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจของ

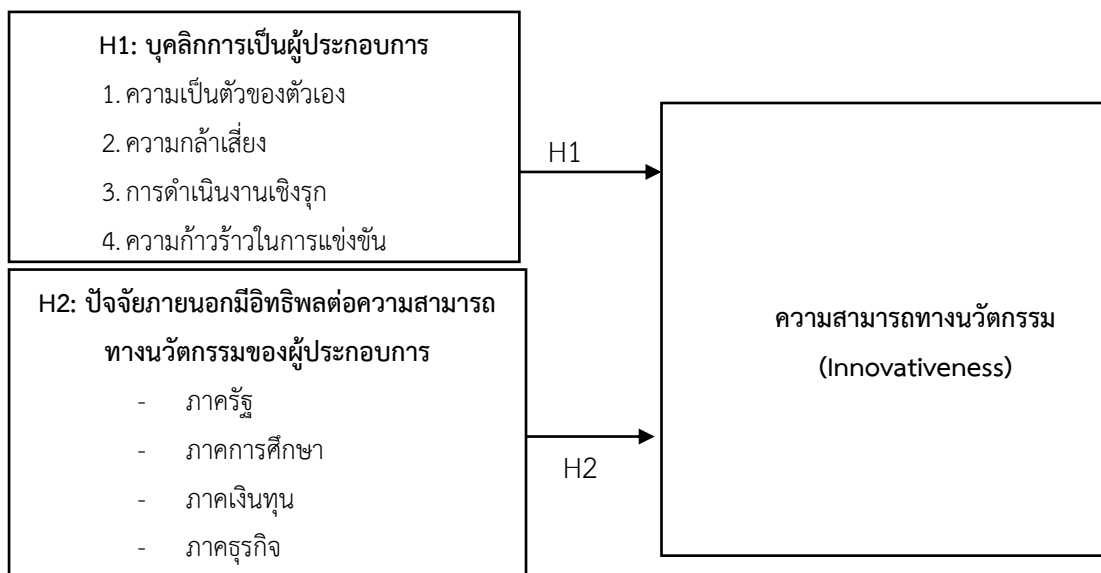
Wong, Tjosvold & Zhang (2005) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาความสัมพันธ์ในพันธมิตรเชิงกลยุทธ์: ความผูกพันต่อคุณภาพและการพึ่งพาซึ่งกันและกัน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ องค์กรซัพพลายเออร์และองค์กรลูกค้ารายใหญ่ 30 รายในเมืองเซียน ประเทศจีน ผลการศึกษาพบว่า การที่องค์กรใช้ประโยชน์จากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านต้นทุน คุณภาพสินค้า ด้านการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งสิ่งนี้ที่องค์กรต้องการจากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจคือต้องการมีส่วนร่วมในการเป็นหุ้นส่วนเพื่อให้มีการพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาว

## 2.9 กรอบแนวคิดงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่าธุรกิจ SMEs มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยเป็นกลไกหลักในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ และเสริมสร้างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเป็นกลไกในการแก้ไขปัญหาความยากจน ทั้งนี้ผู้ประกอบการในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วต้องมีการปรับตัวและใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนธุรกิจ แต่ด้วยศักยภาพของผู้ประกอบการฝ่ายเดียวจึงไม่สามารถขับเคลื่อนธุรกิจด้วยนวัตกรรมได้ ดังนั้นการสร้างสังคมแห่งนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการซึ่งเรียกว่า Innovation Ecosystem หรือ ระบบนิเวศผู้ประกอบการนวัตกรรม เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับผู้ประกอบการหรือวิสาหกิจเริ่มต้นในการสร้างบรรยากาศให้ผู้ประกอบการเกิดแนวคิดในเรื่องการนำนวัตกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ ซึ่งเอื้อให้ผู้ประกอบการมีความคิดสร้างสรรค์ มีแรงบันดาลใจในการพัฒนานวัตกรรม มีเงินทุนในการสนับสนุนความคิด และมีพี่เลี้ยงในการให้คำแนะนำ มาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้ง 5 ภาคส่วนได้แก่ ภาครัฐ ภาคธุรกิจขนาดใหญ่ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และผู้ประกอบการ โดยในแต่ละภาคส่วนมีความสำคัญและความจำเป็นแตกต่างกันโดยมีการช่วยเหลือกัน ในบางช่วงเวลาจะมีบทบาทที่โดดเด่นแตกต่างกัน

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงสนใจและต้องการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วย ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดงานวิจัยได้ดังนี้



**ภาพประกอบ 2.7** กรอบแนวคิดงานวิจัย

ภาพประกอบ 2.7 แสดงถึงสมมติฐานของงานวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

H1: คุณลักษณะของผู้ประกอบการซึ่งประกอบด้วย ความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสหรือไม่

H2: ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสหรือไม่

### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทั้ง 5 ภาคส่วน ซึ่งได้แก่ ผู้ประกอบการ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจขนาดใหญ่ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา : ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง (M) และขนาดย่อม (S) ในเขตพื้นที่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 54,175 กิจการ ซึ่งสามารถแบ่งตามขนาดและจังหวัด ดังนี้ ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามจังหวัด และขนาดวิสาหกิจ

จังหวัด	S	M	L	SME	รวม
ยะลา	13,174	36	9	13,210	13,219
ปัตตานี	18,086	39	12	18,125	18,137
นราธิวาส	22,773	40	6	22,813	22,819
รวม	54,033	115	27	54,148	54,175

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2561)

ตารางที่ 3.2 แสดงจำนวนผู้ประกอบการ จำแนกตามภาคธุรกิจ และขนาดวิสาหกิจของจังหวัดยะลา

จังหวัด		S	M	L	SME	รวม
ยะลา	การค้า	7,606	17	8	7,623	7,631
	การบริการ	4,207	8	1	4,215	4,216
	การผลิต	1,361	11	-	1,372	1,372
	<b>รวม</b>	<b>13,174</b>	<b>36</b>	<b>9</b>	<b>13,210</b>	<b>13,219</b>
ปัตตานี	การค้า	8,966	16	12	8,982	8,994
	การบริการ	5,212	11	-	5,223	5,223
	การผลิต	3,908	12	-	3,920	3,920
	<b>รวม</b>	<b>18,086</b>	<b>39</b>	<b>12</b>	<b>18,125</b>	<b>18,137</b>
นราธิวาส	การค้า	12,269	25	5	12,294	12,299
	การบริการ	7,532	5	-	7,537	7,537
	การผลิต	2,972	10	1	2,982	2,983
	<b>รวม</b>	<b>22,773</b>	<b>40</b>	<b>6</b>	<b>21,813</b>	<b>22,819</b>
3 จังหวัด	การค้า	28,841	58	25	28,899	28,924
	การบริการ	16,951	24	1	16,975	16,976
	การผลิต	8,241	33	1	8,274	8,275
	<b>รวม</b>	<b>54,033</b>	<b>115</b>	<b>27</b>	<b>53,148</b>	<b>54,175</b>

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2561)

ตามที่รัฐบาลได้ประกาศนโยบายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในโครงการเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ที่มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนอุตสาหกรรมเกษตรแนวใหม่ที่เน้นคุณภาพและปริมาณ เป็นประเภทอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับพื้นที่โดยเป็นต้นทุนในการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพและอาหารฮาลาลสู่เวทีโลก รวมไปถึงอุตสาหกรรมฮาลาลอื่นๆ เนื่องจากมีโอกาสเจริญเติบโตเพราะประชากรมุสลิมมีจำนวนประมาณ 1.6 พันล้านคน หรือร้อยละ 23 ของประชากรโลก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 26.4 (เรวัตี แก้วมณ, 2560) ในขณะที่ประเทศอินโดนีเซีย และมาเลเซียซึ่งเป็นประเทศคู่ค้า FTA มีการลดภาษีนำเข้าและมีความต้องการสินค้าฮาลาล รวมถึงตลาดใหม่ที่กระทรวงพาณิชย์กำลังเจรจาทำ FTA เช่น ปากีสถาน และตุรกี เป็นต้น โดยในปี 2560 (ม.ค.-ก.ย.) ไทยมีการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศสมาชิกองค์การความร่วมมืออิสลาม เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ อิหร่าน ซาอุดีอาระเบีย และปากีสถาน ซึ่งเป็นสินค้าอาหารฮาลาล เช่น ข้าว น้ำตาล อาหาร



ทะเลาะป้องกันและแปรรูป ผลไม้กระป๋องและแปรรูป รวมมูลค่ากว่า 4 ล้านเหรียญสหรัฐ (อาร์วายที ไนน์, 2560) สอดคล้องกับการศึกษาของ อิดริส ดาราไก์ และคณะ (2556) พบว่ากลุ่มจังหวัดชายแดนใต้มีศักยภาพในการลงทุนธุรกิจฮาลาลสูง โดยปัจจัยการลงทุนของผู้ประกอบการในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มาจากทรัพยากรที่หลากหลาย มีสถานประกอบการฮาลาลในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 269 ราย มีผลิตภัณฑ์ทั้งหมด 625 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีอุปสรรคต่อการลงทุนคือเหตุการณ์ความไม่สงบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความร่วมมือ หากผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนในทิศทางเดียว จะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้จึงเลือกกลุ่มธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง (M) และขนาดย่อม (S) หรือ SME ซึ่งประกอบด้วยของภาคการผลิตในเขตพื้นที่ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 7,274 ราย (นิติบุคคล บุคคลธรรมดา และวิสาหกิจชุมชน) เลือกจากประชากรซึ่งด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) จากตารางที่ 3.2 พบว่า ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง (M) และขนาดย่อม (S) ของภาคการผลิตมีทั้งหมด 8,274 ราย อยู่ในจังหวัดยะลา 1,372 ราย (16.58 %) จังหวัดปัตตานี 3,920 ราย (47.38 %) และจังหวัดนราธิวาส 2,982 ราย (36.04 %)

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้โปรแกรม G\*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1997) ผ่านการตรวจสอบและรับรองคุณภาพจากนักวิจัยจำนวนมาก (นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2555) จากการประมาณค่าตัวอย่างโดยมี ค่าขนาดอิทธิพล (Effect Size) เท่ากับ 0.15 ความน่าจะเป็นของความคลาดเคลื่อนในการทดสอบประเภทหนึ่ง ( $\alpha$ ) เท่ากับ 0.01 จำนวนตัวแปรทำนายเท่ากับ 2 อำนาจการทดสอบ ( $1-\beta$ ) เท่ากับ 0.99 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ตัวอย่าง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้เมื่อจำแนกตามจังหวัดจะได้ผู้ประกอบการภาคการผลิตในจังหวัดยะลาอย่างน้อย 32 ราย จังหวัดปัตตานีอย่างน้อย 89 ราย และจังหวัดนราธิวาสอย่างน้อย 67 ราย

ผลลัพธ์จากโปรแกรม G\* Power 3.1.9.2

F tests - Linear multiple regression: Fixed model, R2 deviation from zero

Analysis: A priori: Compute required sample size

Input: Effect size  $f^2 = 0.20$ ,  $\alpha$  err prob = 0.01 Power, ( $1-\beta$  err prob) = 0.99, Number of predictors = 2

Output: Noncentrality parameter  $\lambda = 35.0000000$ , Critical F = 3.1266628, Numerator df = 2, Denominator df = 170, Total sample size = 188, Actual power = 0.9903642

### 3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคใต้ของประเทศไทย ขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลมี ดังนี้

#### 3.2.1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการดังนี้

1. จัดทำแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์
2. เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามออนไลน์ ไปยังผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
3. ติดตามแบบสอบถาม แล้วทำการรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด เพื่อดำเนินการต่อไป

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส” ผู้วิจัยอาศัยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถาม (Questionnaire) รูปแบบคำถามลักษณะปลายปิด (Close Ended Questions) จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสร้าง และพัฒนาข้อคำถามของแบบสอบถามให้สอดคล้องตามกรอบของงานวิจัยนี้ และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัยได้ครบถ้วนสมบูรณ์ ซึ่งประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ลักษณะข้อคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close Ended Questions) โดยให้เลือกตอบหรือกรอกข้อมูลจำนวน 8 ข้อ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลเบื้องต้นของผู้ประกอบการ ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งในองค์กร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งกิจการ ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จำนวน 13 ข้อ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในเรื่อง คุณลักษณะ

ของผู้ประกอบการ ในด้านความเป็นตัวของตัวเอง ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (นภัส แดงบุหงา, 2559, ปรรายนา หลีกภัย, 2555 และสุธาทิพย์ จันทร์เจริญผล, 2557)

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จำนวน 12 ข้อ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับระดับความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ (Zeng และคณะ, 2010)

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จำนวน 5 ข้อ เป็นการสอบถามเกี่ยวกับระดับความเห็นในด้านนวัตกรรมของกิจการ (Halit Keskin, 2006)

โดยส่วนที่ 2 – 4 เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ประเมินคำตอบ โดยทำการเลือกได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งมีการกำหนดให้แต่ละข้อมีคำตอบ 5 ระดับ ดังนี้ (ธนากร ภัทรพูนสิน , 2556)

5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการคำนวณพิสัย (Range) เพื่อจัดระยะห่างของแต่ละช่วงชั้น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ระดับสูงมาก ระดับสูง ระดับปานกลาง ระดับต่ำ และระดับต่ำมาก ตามสูตร ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราภาคชั้น} &= \text{พิสัย/จำนวนชั้น} \\ &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}) / \text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ซึ่งในการพิจารณาคะแนนของแต่ละอันตรภาคชั้นดังกล่าว ทำให้สามารถจัดทำการแบ่งระดับคะแนน ดังนี้

คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก

คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง

คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำมาก

หลังจากนั้น คำนวณหาค่าคะแนนเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ของความสามารถทางนวัตกรรมว่าตกอยู่ในระดับ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### ตารางที่ 3.3 แสดงแหล่งอ้างอิงของข้อคำถาม

หัวข้อ	ข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	1) ความเป็นตัวของตัวเอง จำนวน 3 ข้อ	นภัส แดงบุหงา (2559)
	2) ความกล้าเสี่ยง จำนวน 3 ข้อ	ปรารธนา หลีกภัย (2555)
	3) การดำเนินงานเชิงรุก จำนวน 4 ข้อ	สุธาทิพย์ จันทร์เจริญผล (2557)
	4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน จำนวน 3 ข้อ	
ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	1) ภาครัฐ จำนวน 3 ข้อ	Zeng และคณะ (2010)
	2) ภาคศึกษา จำนวน 3 ข้อ	
	3) ภาคเงินทุน จำนวน 3 ข้อ	
	4) ภาคธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ	
การวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	ความเห็นในด้านนวัตกรรมของกิจการ จำนวน 5 ข้อ	Halit Keskin (2006)

### 3.4 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดรูปแบบการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เพื่อความถูกต้องและความเชื่อมั่น โดยมีวิธีการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ได้พัฒนาเสร็จแล้ว ไปตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา โดยอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

2. นำแบบสอบถามเชิงสำรวจ (Pilot Test) ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปสำรวจกับกลุ่มประชากรตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อนำไปหาค่าความเชื่อมั่น

3. นำผลคะแนนที่ได้จากแบบสอบถามเชิงสำรวจ (Pilot Test) มาวัดความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบ (Internal Consistency Method)

ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ ( $\alpha$  - coefficient) ค่า  $\alpha$  ที่ได้จะแสดงถึงความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง  $0 \leq \alpha \leq 1$  ค่าที่ใกล้เคียงกับ 1 มากแสดงว่ามีค่าความเชื่อมั่นสูง สามารถนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงได้โดยกำหนดระดับความน่าเชื่อถือไม่ต่ำกว่า 0.7 (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ซานีประศาสน์, 2547) และยุทธ ไกรนวรรณ (2550) เพื่อตรวจสอบความแม่นยำและความเหมาะสมของแบบสอบถามจะสามารถสื่อสารให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเข้าใจตรงกันโดยใช้สูตรของ Cronbach' Alpha (1970) ดังนี้ ซึ่งการเปรียบเทียบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแสดงได้ ดังตารางที่ 3.4

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left( 1 - \frac{\sum_{i=1}^n s_i^2}{s_t^2} \right)$$

$\alpha$	แทนค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
$n$	แทนจำนวนข้อของแบบสอบถาม
$s_i^2$	แทนค่าความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ
$s_t^2$	แทนค่าความแปรปรวนของคะแนนทั้งฉบับ

ตารางที่ 3.4 การเปรียบเทียบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	การทดสอบนัร่อง	
	จำนวนคำถาม (ข้อ)	Cronbach's Alpha
1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	12	0.81
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ	12	0.94
3. ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	5	0.86

จากผลของค่าความเชื่อมั่นของครอนบาค ในการทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้นของแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ มีค่าความเชื่อมั่นของครอนบาคที่ 0.81, 0.94, และ 0.86 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 ที่เป็นระดับมาตรฐานในการใช้พิจารณา ส่งผลให้สามารถเกิดการยอมรับในแบบสอบถามครั้งนี้ได้

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนทั้งหมดมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติที่ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนาสำหรับการอธิบายผลการศึกษาเพื่ออธิบายค่าของข้อมูล โดยนำเสนอในรูปแบบดังนี้ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่ามัธยฐาน (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) (ธนภุต แซ่ไคว้, 2557)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ซึ่งใช้การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของแต่ละองค์ประกอบ (Factor) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบหาความสัมพันธ์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีสมการดังนี้

$$Y = a + (b_1X_1) + (b_2X_2) + \text{error}$$

โดย

Y = ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

X1 = คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

X2 = ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

Error = ความคลาดเคลื่อน

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ประกอบการในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ราย ตามสัดส่วนที่ได้รับมอบหมายโดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Sampling) โดยได้รับการตอบกลับของแบบสอบถามทั้งสิ้น 223 ชุด ทั้งนี้มีแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามไม่ได้ใส่ข้อมูลให้ครบทุกข้อ และมีผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยนี้ซึ่งได้จากการระบุตำแหน่งที่รับผิดชอบในองค์กร ส่วนของข้อมูลทั่วไปในแบบสอบถามนี้ จำนวน 17 ชุด ทำให้มีแบบสอบถามที่ผู้ตอบเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการซึ่งเป็นผู้ประกอบการภาคการผลิตในในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ทั้งหมด จำนวน 206 ชุด ทั้งนี้การตอบกลับของแบบสอบถามมีมากกว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ เนื่องจากการเก็บแบบสอบถามเป็นรูปแบบของออนไลน์ ทำให้อาจมีการกระจายแบบสอบถามต่อ ๆ กันให้กับผู้ตอบแบบสอบถามท่านอื่น ๆ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำการคัดกรองแบบสอบถามที่มีลักษณะการตอบแบบสุ่ม คือ ตอบทุกข้อคำถามด้วยระดับเดียวกันทั้งหมด ซึ่งมีทั้งหมด 3 ชุดออกจากกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ ทำให้มีแบบสอบถามที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมด 203 ชุด จำนวนการตอบกลับของแบบสอบถามที่ผ่านการคัดกรองแยกตามจังหวัดแสดงได้ดังนี้

**ตารางที่ 4.1** จำนวนกลุ่มตัวอย่างและการตอบกลับของแบบสอบถามที่ผ่านการคัดกรองจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	กลุ่มตัวอย่าง	การตอบกลับที่ผ่านการคัดกรอง
ปัตตานี	32	49
ยะลา	89	91
นราธิวาส	61	69
<b>รวม</b>	<b>188</b>	<b>203</b>

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแบ่งออกเป็น 4 หัวข้อดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของสถานประกอบการของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความเห็นต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ เกี่ยวกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ

4.4 ผลการวิเคราะห์ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ (Innovativeness)

**4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส**

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) จำแนกตามเพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งในองค์กร ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ และสถานที่ตั้งกิจการ แสดงได้ดังตารางที่ 4.2

**ตารางที่ 4.2** แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

(N = 203)		
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนคน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	58	28.6
หญิง	145	71.4
2. อายุ		
21 – 30 ปี	71	35.0
31 – 40 ปี	75	36.9
41 – 50 ปี	41	20.2
51 ปีขึ้นไป	16	7.9



ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด (ต่อ)

(N = 203)		
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนคน	ร้อยละ
3. ศาสนา		
พุทธ	35	17.2
อิสลาม	168	82.8
คริสต์	0	0.0
อื่น ๆ	0	0.0
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	48.3
ปริญญาตรี	89	43.8
ปริญญาโท	9	4.4
ปริญญาเอก	0	0.0
ไม่ได้ศึกษา	7	3.4
อื่น ๆ	0	0.0
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	73	36.0
6 – 10 ปี	78	38.4
11 – 15 ปี	36	17.7
16 – 20 ปี	7	3.4
มากกว่า 21 ปี	9	4.4
6. ตำแหน่งงานในองค์กร		
ผู้ก่อตั้ง	86	42.4
ผู้บริหารระดับสูง	14	6.9
ผู้จัดการ	17	8.4
ผู้ช่วยผู้จัดการ	59	29.1
อื่น ๆ	27	13.3
7. ระยะเวลาดำเนินกิจการ		
น้อยกว่า 5 ปี	93	45.8
5 – 10 ปี	67	33.0
11 – 15 ปี	43	21.2

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวนคน	ร้อยละ
3. ศาสนา		
พุทธ	35	17.2
อิสลาม	168	82.8
คริสต์	0	0.0
อื่น ๆ	0	0.0
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	98	48.3
ปริญญาตรี	89	43.8
ปริญญาโท	9	4.4
ปริญญาเอก	0	0.0
ไม่ได้ศึกษา	7	3.4
อื่น ๆ	0	0.0
5. ประสบการณ์ในการทำงาน		
น้อยกว่า 5 ปี	73	36.0
6 – 10 ปี	78	38.4
11 – 15 ปี	36	17.7
16 – 20 ปี	7	3.4
มากกว่า 21 ปี	9	4.4
มากกว่า 15 ปี	0	0.0
8.สถานที่ตั้งกิจการ		
ยะลา	43	21.2
ปัตตานี	91	44.8
นราธิวาส	69	34.0
<b>รวมจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม</b>	<b>203</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากการเก็บข้อมูลทั้งหมด 203 คน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. เพศ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเป็นเพศชาย 58 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6

## 2. อายุ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 36.9 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21 – 30 ปี จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 20.2 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9 ตามลำดับ

## 3. ศาสนา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 82.8 และศาสนาพุทธ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ

## 4. ระดับการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมา เป็นระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 43.8 ระดับปริญญาโท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และไม่ได้ศึกษา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

## 5. ประสบการณ์ในการทำงาน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 6 – 10 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 รองลงมา มีประสบการณ์ในการทำงานน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 ประสบการณ์ในการทำงาน 11 – 15 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 21 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และประสบการณ์ในการทำงาน 16 – 20 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ

## 6. ตำแหน่งงานในองค์กร

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้ก่อตั้ง จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา เป็นผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 ดำรงตำแหน่งอื่น ๆ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เป็นผู้จัดการ จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และเป็นผู้บริหารระดับสูง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ

## 7. ระยะเวลาดำเนินกิจการ

กิจการส่วนใหญ่ของผู้ตอบแบบสอบถามมีระยะเวลาดำเนินกิจการ น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินกิจการ 5 – 10 ปี จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีระยะเวลาดำเนินกิจการ 11 – 15 ปี จำนวน 43 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามลำดับ

## 8. สถานที่ตั้งกิจการ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานที่ตั้งกิจการอยู่ที่จังหวัดปัตตานี จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา มีสถานที่ตั้งกิจการอยู่ที่จังหวัดนราธิวาส จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 และมีสถานที่ตั้งกิจการอยู่ที่จังหวัดยะลา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามลำดับ

## 4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยการคำนวณค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

(N=203)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation)</b>			
1.1 ผลสำเร็จของธุรกิจเกิดได้จากความสามารถของท่าน มิใช่โชคหรือดวง	4.18	0.76	สูง
1.2 ท่านผ่านภาวะวิกฤติต่าง ๆ มาได้ด้วยความสามารถของตนเอง	4.13	0.71	สูง
1.3 ท่านสามารถบริหารจัดการชีวิตของตนเอง ให้เจริญก้าวหน้าตามที่ท่านได้วางแผน	4.07	0.73	สูง
<b>รวมความเป็นตัวของตัวเอง</b>	<b>4.13</b>	<b>0.58</b>	<b>สูง</b>

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ (ต่อ)

(N=203)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผล ต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ความกล้าเสี่ยง</b>			
2.1 ท่านมีแนวคิดในการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างสม่ำเสมอ	3.97	0.72	สูง
2.2 ท่านมีแนวคิดในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแปลกใหม่ตลอดเวลา	4.10	0.73	สูง
2.3 ท่านมีแนวคิดในการเพิ่มจำนวนพนักงานที่เหมาะสมเมื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น	3.97	0.78	สูง
<b>รวมความกล้าเสี่ยง</b>	<b>4.01</b>	<b>0.58</b>	<b>สูง</b>
<b>การดำเนินงานเชิงรุก</b>			
3.1 ท่านมีแผนขยายกิจการในอนาคต	4.26	0.72	สูงมาก
3.2 ท่านมีแผนพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับการเจริญเติบโต	4.23	0.72	สูงมาก
3.3 ท่านมีการติดตามแนวโน้มความนิยมหรือพฤติกรรมของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา	4.26	0.72	สูงมาก
<b>รวมการดำเนินงานเชิงรุก</b>	<b>4.25</b>	<b>0.57</b>	<b>สูงมาก</b>

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ (ต่อ)

(N=203)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผล ต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ความก้าวร้าวในการแข่งขัน</b>			
4.1 ท่านทำให้ผลิตภัณฑ์ของท่านมี ยอดขายดีขึ้นโดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาเป็น การลดราคา	3.65	1.01	สูง
4.2 ท่านสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าด้วย การให้ข้อมูลที่แสดงถึงกิจการของท่าน เหนือกว่าคู่แข่ง	3.95	0.87	สูง
4.3 ท่านมักจะวิเคราะห์ความสามารถ คู่แข่งและนำกลยุทธ์ที่เหนือกว่ามาใช้ก่อน เสมอ	3.88	0.84	สูง
<b>รวมความก้าวร้าวในการแข่งขัน</b>	<b>3.83</b>	<b>0.73</b>	<b>สูง</b>
<b>รวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการ</b>	<b>4.05</b>	<b>0.80</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 203 คน พบว่า ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.80 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการดำเนินงานเชิงรุกมีระดับที่สูงมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.57 รองลงมาเป็นความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 ด้านความกล้าเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58 และอันดับสุดท้ายคือ ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 และเมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่ามีข้อที่ผู้ประกอบการให้ความคิดเห็นในระดับที่สูง 3 อันดับแรก ได้แก่ ท่านมีแผนขยายกิจการในอนาคต ท่านมีการติดตามแนวโน้มความนิยมหรือพฤติกรรมของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา และท่านมีแผนพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับการเจริญเติบโต โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26, 4.26, และ 4.23 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการอยู่ในระดับสูง

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก

(N=203)			
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
<b>ภาครัฐ</b>			
1.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานพัฒนา นวัตกรรม เช่น กระทรวงวิทยาศาสตร์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจชุมชน ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาล เป็นต้น	2.75	1.27	ปานกลาง
1.2 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่จัดอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ	2.85	1.29	ปานกลาง
1.3 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่คอยสนับสนุนและกำกับดูแลกิจการของท่าน เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น	2.87	1.29	ปานกลาง
<b>รวมภาครัฐ</b>	<b>2.82</b>	<b>1.18</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก (ต่อ)

(N=203)			
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ของผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
<b>ภาคการศึกษา</b>			
2.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วย การศึกษาซึ่งเป็นตัวกลางด้านเทคโนโลยีและ นวัตกรรม เช่น มหาวิทยาลัยในพื้นที่ วิทยาลัย อาชีวศึกษา วิทยาลัยเทคนิค เป็นต้น	2.59	1.31	ต่ำ
2.2 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วย การศึกษาซึ่งเป็นตัวกลางด้านการวิจัยและ พัฒนา	2.65	1.25	ปานกลาง
2.3 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วย การศึกษาซึ่งเป็นตัวกลางด้านเครื่องมือ และองค์ ความรู้	2.70	1.33	ปานกลาง
<b>รวมภาคการศึกษา</b>	<b>2.65</b>	<b>1.21</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ภาคเงินทุน</b>			
3.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับองค์กร ร่วมทุน เช่น ธนาคารพาณิชย์ สหกรณ์ กองทุน ต่างๆ เป็นต้น	2.39	1.22	ต่ำ
3.2 กิจกรรมของท่านมีการกู้ยืมเงินจาก สถาบันทางการเงิน	2.37	1.28	ต่ำ
3.3 กิจกรรมของท่านได้รับการสนับสนุนจาก สถาบันทางการเงินเป็นอย่างดี	2.51	1.28	ต่ำ
<b>รวมภาคเงินทุน</b>	<b>2.42</b>	<b>1.13</b>	<b>ต่ำ</b>



ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก (ต่อ)

(N=203)			
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
<b>ภาคธุรกิจ</b>			
4.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับสมาคม อุตสาหกรรมหรือเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจ	2.54	1.19	ต่ำ
4.2 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับซัพพลายเออร์ เช่น เกษตรกร ชาวประมง ผู้นำเข้า เป็นต้น	2.77	1.20	ปานกลาง
4.3 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกันกับพันธมิตร ทางธุรกิจ เช่น คู่ค้า ผู้ส่งออก ตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น	2.60	1.23	ต่ำ
<b>รวมภาคธุรกิจ</b>	<b>2.63</b>	<b>1.08</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>รวมปัจจัยภายนอก</b>	<b>2.63</b>	<b>1.27</b>	<b>ปานกลาง</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นถึงระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 203 คน พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.27 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านภาครัฐมีระดับสูงที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.82 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.18 รองลงมาเป็นด้านภาคการศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.65 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.21 ด้านภาคธุรกิจมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.08 และอันดับสุดท้ายคือ ด้านภาคเงินทุน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.42 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.13 และเมื่อพิจารณารายข้อคำถาม พบว่ามีข้อที่ประกอบการให้ความคิดเห็นในระดับที่สูง 3 อันดับแรก ได้แก่ กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่คอยสนับสนุนและกำกับดูแลกิจการของท่าน เช่น กระทรวงพาณิชย์ กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่จัดอบรมและให้ความรู้ และกิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับซัพพลายเออร์ (ผู้จัดส่งวัตถุดิบ) เช่น เกษตรกร ชาวประมง ผู้นำเข้า เป็นต้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.87, 2.85 และ 2.77 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอกอยู่ในระดับปานกลาง

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์ระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รายละเอียด ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

(N=203)			
ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : นวัตกรรมของกิจการ	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับความ คิดเห็น
1. กิจการของท่านมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เป็นรายแรกๆ	3.26	1.11	ปานกลาง
2. กิจการของท่านพยายามคิดผลิตภัณฑ์หรือการบริการใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.97	0.81	สูง
3. กิจการของท่านมีการค้นหาวิธีใหม่ในการทำสิ่งต่าง ๆ	4.07	0.69	สูง
4. กิจการของท่านมีการพัฒนากระบวนการทำงานแบบใหม่	4.09	0.80	สูง
5. กิจการของท่านมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่เพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา	3.50	1.19	สูง
<b>รวมความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : นวัตกรรมของกิจการ</b>	<b>3.78</b>	<b>1.00</b>	<b>สูง</b>

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นถึงระดับความเห็นของผู้ประกอบการต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : นวัตกรรมของกิจการ จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 203 พบว่าผู้ประกอบการมีระดับความเห็นต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : นวัตกรรมของกิจการ ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่าข้อที่ผู้ประกอบการมีความเห็นอยู่ในระดับที่สูงที่สุด คือ กิจการของท่านมีการพัฒนากระบวนการทำงานแบบใหม่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และค่าส่วนเบี่ยงเบน

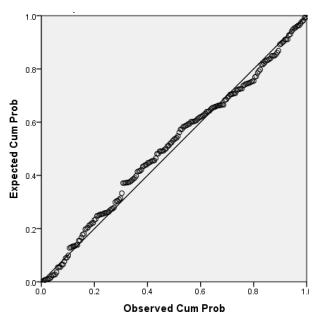
มาตรฐานเท่ากับ 0.80 รองลงมา คือ กิจการของท่านมีการค้นหาวิธีใหม่ในการทำสิ่งต่าง ๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.69 และอันดับสุดท้ายคือ กิจการของท่านมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เป็นรายแรกๆ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.11

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า ระดับความเห็นของผู้ประกอบการต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ : นวัตกรรมของกิจการอยู่ในระดับสูง

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

การวิเคราะห์เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบ Enter Method ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ ต้องมีการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนั้นผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐาน (Assumption test) เพื่อพิจารณาข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังต่อไปนี้



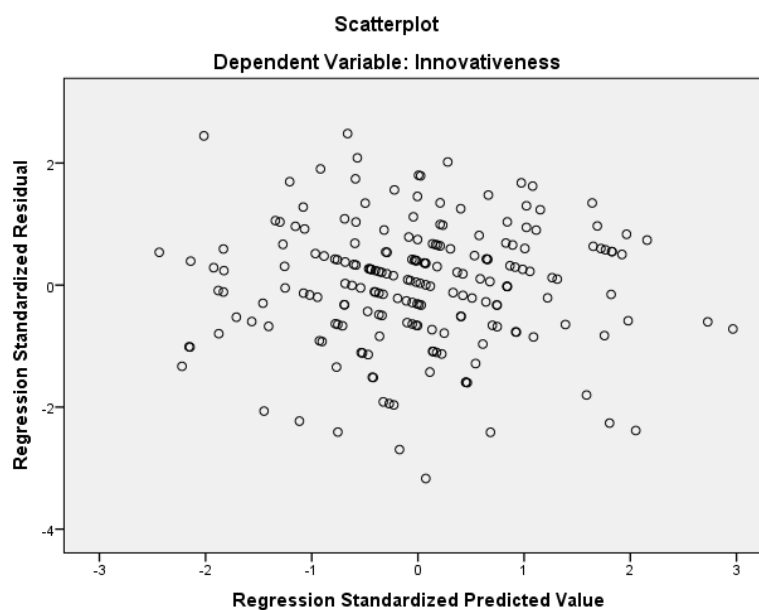
ภาพประกอบ 4.5 Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: ความสามารถทางนวัตกรรม

จากภาพประกอบ 4.5 แสดงให้เห็นถึงข้อมูลที่มีการกระจายตัวตามปกติ เรียงตัวเป็นแนวเส้นตรง แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์มีการแจกแจงแบบปกติ (Normality)

ตารางที่ 4.6 แสดงการตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล (Outlier)

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Cook's Distance	0.000	0.052	0.005	0.009	203

จากตารางที่ 4.6 แสดงการตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูล โดยสถิติที่ใช้ทดสอบคือ ค่า Cook's Distance ของชุดข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ถ้าหากมีค่า มากกว่า 1 แสดงให้เห็นว่าชุดข้อมูลนั้นมีความผิดปกติ ไม่ควรนำมาใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งจากการตรวจสอบค่า Cook's Distance ของข้อมูล อยู่ระหว่าง 0 – 0.052 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีความผิดปกติของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ (Field, 2012)



ภาพประกอบ 4.6 การกระจาย Scatter Plot ค่าความแปรปรวนของตัวแปรตาม

เมื่อพิจารณาจากแผนภาพการกระจาย Scatter Plot ดังภาพประกอบ 4.6 แสดงให้เห็นว่าค่าความคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่ กระจายอยู่ใกล้ระดับ 0 และการกระจายอยู่ในช่วงแคบ ดังนั้น แสดงให้เห็นว่า ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนมีค่าคงที่

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (Autocorrelation)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.445 <sup>a</sup>	.198	.190	.5671	1.671

a. Predictors: (Constant), คุณลักษณะของผู้ประกอบการ, ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

b. Dependent Variable: ความสามารถทางนวัตกรรม

จากตารางที่ 4.7 แสดงค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน โดยพิจารณาจากค่าสถิติ Durbin-Watson ซึ่งมีเกณฑ์ในการวัดคือ มีค่าอยู่ในช่วง ระหว่าง 1.5 - 2.50 แสดงว่า ค่าคลาดเคลื่อนแต่ละค่าเป็นอิสระกัน (ธวัชชัย วรพงศธร, 2561) จากการพิจารณาค่า Durbin-Watson ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.671 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบนั้นไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเอง

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน (Multicollinearity)

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	0.970	1.031
ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม	0.970	1.031

a. Dependent Variable: พฤติกรรมเชิงนวัตกรรม

จากตารางที่ 4.8 แสดงค่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีความสัมพันธ์กัน ในการตรวจสอบเงื่อนไขนี้ จะใช้ค่าสถิติ Tolerance ถ้าหากค่า Tolerance เข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน แต่ถ้าหากค่า Tolerance เข้าใกล้ 0 แสดงว่าตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กัน จะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity และพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) ถ้าหากมีค่ามากกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันมาก ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity เช่นกัน (ธวัชชัย วรพงศธร, 2561) ดังนั้นจากการพิจารณาค่า Tolerance ของตัว

แปรอิสระทุกตัวมีค่าเท่ากับ 0.970 และ 0.970 ตามลำดับ ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าเท่ากับ 1.031 และ 1.031 ตามลำดับ ซึ่งค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity เมื่อได้ทำการทดสอบเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ และผ่านเงื่อนไขทั้งหมด จึงสามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุต่อไป

**ตารางที่ 4.9** แสดงค่าสถิติพรรณนาและค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรม

ตัวแปร	ความสามารถทาง นวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ	คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ	ปัจจัยภายนอกที่ส่งผล ต่อความสามารถทาง นวัตกรรม
ความสามารถทางนวัตกรรม ของผู้ประกอบการ	1.000		
คุณลักษณะของ ผู้ประกอบการ	0.370*	1.000	
ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อ ความสามารถทางนวัตกรรม	0.307*	0.173*	1.000

\*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 4.9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการมากที่สุด คือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.370 และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.307 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการโดยใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.439	0.375		3.838	0.000
คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	0.471	0.093	0.327	5.083	0.000
ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม	0.163	0.042	0.250	3.886	0.000
R = 0.445    R Square = 0.198    Adjusted R Square = 0.190    S.E. = 0.5671    F = 24.631*					

\* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการพบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และสามารถสร้างสมการเชิงเส้นตรงได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมสามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการได้ ร้อยละ 19.0

จากผลการศึกษา พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมส่งผลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดระดับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน พบว่าตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมมากที่สุดคือ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.327 และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.250 ตามลำดับ

#### 4.5 สรุปสมมติฐานการศึกษา

การทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ตามสมมติฐาน 2 ข้อ สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการศึกษา	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม	
	ทิศทาง	ผลลัพธ์
1. คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	+	ยอมรับ
2. ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	+	ยอมรับ

จากตารางที่ 4.11 การทดสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ จึงยอมรับสมมติฐาน



## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษา อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ประการคือ

1. เพื่อศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

การศึกษาในครั้งนี้มุ่งเน้นความสามารถทางนวัตกรรม และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ โดยประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 54,175 กิจการ และอีก 40 คน ที่ใช้ในการทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้นของแบบสอบถาม (Pilot Test) กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาค้างนี้ เป็นตัวแทนของประชากร โดยการใช้โปรแกรม G\*Power ซึ่งเป็นโปรแกรมที่สร้างจากสูตรของ Cohen (1997) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 188 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ด้วยตนเองซึ่งใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืน จำนวน 223 ชุด และมีแบบสอบถามที่ผ่านการคัดกรองข้อมูลที่สามารถนำมาวิเคราะห์ได้ทั้งหมด 203 ชุด เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแล้วผู้วิจัยได้นำมาคำนวณ และวิเคราะห์ค่าสถิติ ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ ใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรม ใช้การทดสอบการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5.1 สรุปผลการวิจัย

### 5.1.1 การวิเคราะห์สถานการณ์ภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และคุณลักษณะของสถานประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.4 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 28.6 เมื่อแบ่งตามตำแหน่งงานพบว่าส่วนใหญ่เป็นผู้ก่อตั้ง คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมาเป็นผู้ช่วยผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 29.1 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 13.3 ผู้จัดการ คิดเป็นร้อยละ 8.4 และผู้บริหารระดับสูง คิดเป็นร้อยละ 6.9 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 43.8 รองลงมาเป็นระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 4.4 และไม่ได้ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 6 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.4 น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.0 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 17.7 มากกว่า 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ 16 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 3.4 ตามลำดับ ทั้งนี้กิจการส่วนใหญ่ตั้งอยู่ที่จังหวัดนราธิวาส คิดเป็นร้อยละ 34.0 รองลงมา ปัตตานี คิดเป็นร้อยละ 44.8 และยะลา คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามลำดับ และกิจการส่วนใหญ่ มีระยะเวลาดำเนินการ น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 45.8 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.0 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 21.2 ตามลำดับ

### 5.1.2 ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

จากผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การดำเนินงานเชิงรุกมีระดับสูงที่สุด คือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.25 รองลงมาเป็นความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 ด้านความกล้าเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01 อันดับสุดท้ายคือ ความก้าวร้าวในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.83 ซึ่งระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับสูง ส่งผลให้คุณลักษณะของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส อยู่ในระดับสูง

### 5.1.3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัย

#### ภายนอก

จากผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านภาครัฐมีระดับสูงสุดคือมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.82 รองลงมาเป็นด้านภาคการศึกษา มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.65 ด้านภาคธุรกิจมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 และอันดับสุดท้ายคือ ด้านภาคเงินทุน มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.42 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ: ปัจจัยภายนอก ทั้ง 4 ด้านอยู่ในระดับปานกลาง ส่งผลให้ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส อยู่ในระดับปานกลาง

### 5.1.4 อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

จากผลการศึกษาพบว่า อิทธิพลของคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรม สามารถอธิบายค่าความแปรปรวนของความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เท่ากับร้อยละ 19.0 โดยคุณลักษณะของผู้ประกอบการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.307 และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรม มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน เท่ากับ 0.250

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้แก่ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

### 5.2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการหรือไม่

การศึกษาคูณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่

ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งประกอบด้วย ความเป็นตัวเอง (Autonomy) ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) และความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ผลการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

การศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส พบว่า ระดับคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษกร จิรภานุเมศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และพินดา แซ่มซ้าง (2554) ที่กล่าวว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารทำให้ความสามารถทางนวัตกรรมเพิ่มขึ้น โดยปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม และยังทำให้ส่งผลทางตรงและทางอ้อมไปยังผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และเมื่อพิจารณารายข้อคำถามพบว่าข้อที่ผู้ประกอบการให้ความเห็นในระดับที่สูงที่สุด คือ การดำเนินงานเชิงรุก ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมมากที่สุด เนื่องจากผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้บริหารมีอำนาจในการตัดสินใจ ให้คำสั่ง รวมถึงบริหารจัดการ หรือใช้กลยุทธ์ในการดำเนินงาน ซึ่งมีความกล้าเสี่ยง มีการดำเนินงานเชิงรุก ก็จะทำให้มีความสามารถทางนวัตกรรมสูง (ปรารธนา หลีกภัย, 2555) สอดคล้องกับ Hult et al. (2004) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจะทำให้การดำเนินงานขององค์กรดีขึ้นและส่งผลต่อส่งผลกระทบต่อนวัตกรรมขององค์กรด้วย และ Rhee et al. (2010) ที่พบว่าการมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการเรียนรู้และความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้นต้องเป็นผู้บริหารที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ มีความสามารถในการบริหารจัดการเพื่อรับมือกับความท้าทาย (Dess, Lumpkin & Eisner, 2007) มีความสามารถในการมองหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเกิดกำไร (Cripe & Mansfield, 2001) ต้องคิดค้นสร้างสิ่งใหม่ ๆ และเพิ่มสร้างมูลค่า Wickham (2004) ซึ่งคนที่เป็นผู้ประกอบการนั้นต้องมีความเป็นเครื่องมือหลักในการทำธุรกิจ (Drucker, 1985) โดยผู้ประกอบการจะเป็นผู้ที่ทำการเปลี่ยนแปลงตลาด เป็นผู้ที่น่าทรัพยากรในท้องถิ่นมารวมกันเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ (resource combination) (Joseph Schumpeter, 1910) ซึ่ง Frese (2000) อธิบายว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่อยู่ในตัวและเป็นผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ประกอบไปด้วย 6 ด้าน ดังนี้ ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation) ความมีนวัตกรรม (Innovativeness Orientation) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking Orientation) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness Orientation) ความ

สม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability & Learning Orientation) ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation) หมายถึง เป็นผู้ที่ค้นหาหนทางไปสู่ความสำเร็จ ชอบงานที่ทำให้เกิดความท้าทาย โดยมีแรงจูงใจในการทำงานให้ดีกว่าเดิมและประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผนทิพย์ ฆารไสว, ณิชูเชษฐ พูลเจริญ และไว จามรมาน (2555) ที่กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้ง 9 องค์ประกอบคือ ด้านความเป็นตัวของตัวเอง ด้านความใส่ใจในความสำเร็จ ด้านความมีนวัตกรรม ด้านความมุ่งมั่นอดทน ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้านความมั่นใจในตนเอง ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด และด้านความรับผิดชอบมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 5.2.2 ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการหรือไม่

การศึกษาปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส ซึ่งประกอบด้วย ซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกส่งผลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสามารถอภิปรายได้ดังนี้

การศึกษาปัจจัยภายนอกส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส พบว่า ระดับปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.63 เมื่อพิจารณารายข้อคำถามพบว่าข้อที่ผู้ประกอบการให้ความเห็นในระดับที่สูงที่สุด คือ ภาครัฐ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jue Wang (2018) ซึ่งกล่าวว่า รัฐบาลเป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดขีดความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแม้ว่าบทบาทและระดับของการมีส่วนร่วมในนวัตกรรมจะเป็นที่ถกเถียงกัน การแทรกแซงของรัฐบาลสามารถมีส่วนสำคัญในการสนับสนุน R & D และนวัตกรรมเนื่องจากตลาดเพียงอย่างเดียวไม่สามารถให้สิ่งจูงใจที่เพียงพอ สอดคล้องกับ Patanakul & Pinto (2014) ได้กล่าวว่าการกำหนดนโยบายของภาครัฐทำให้เกิดการพัฒนาแรงงานทำให้องค์กรขับเคลื่อนตัวเองให้มีการเปลี่ยนแปลงโดยการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยการออกกฎหมายของรัฐบาลจะสามารถส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมที่เสริมสร้างการแข่งขัน และการช่วยเหลืออื่น ๆ เช่น การอบรมเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ การสนับสนุนเงินทุน เป็นต้น ) เพราะ รัฐบาลมีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง เพราะนวัตกรรมยังคงเป็นรากฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของ

ประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อหน่วยงานของรัฐสนับสนุนอย่างแข็งขันและมีประสิทธิภาพ รัฐบาลสามารถสร้างโอกาสในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจนและเป้าหมายด้านนโยบายในขณะเดียวกันก็มีความยืดหยุ่นในการช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถใช้วิธีต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย (Link & Scott, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Weiqi & Steven (2018) ที่อธิบายว่านโยบายของรัฐบาลในระดับประเทศจะนำไปสู่การปรับตัวของผู้ประกอบการในระดับสูงขึ้นไป ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มองว่าความมีประสิทธิภาพของนโยบายใหม่มีความเป็นไปได้มากขึ้น ในขณะที่ภาคการศึกษา ภาคธุรกิจ ภาคเงินทุน มีส่วนในการส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการรองลงมาตามลำดับ สอดคล้องกับ ตรีทศ เหล่าศิริ หงส์ทอง (2551) กล่าวว่าความร่วมมือกันจะทำให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทั้งสองฝ่าย แต่ต้องอาศัยนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนและอำนวยความสะดวก เช่น ด้านกฎหมาย การลงทุน เป็นต้น สอดคล้องกับ ชื่นจิตร อังวรารวงศ์ และนงคินี จันทร์จรัส (2553) ที่อธิบายว่ารัฐบาลควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งต้องกำหนดกฎระเบียบและมอบนโยบายให้ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้โดยตรง ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐต้องสร้างความเป็นกันเองเพื่อสร้างความไว้วางใจและปลูกฝังเรื่องการออมและการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สอดคล้องกับ Nugroho (2015) แรงผลักดันที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและนำเทคโนโลยีมาใช้ และเกิดการพัฒนานวัตกรรมใหม่ เกิดจากผลกระทบจากสภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง รวมไปถึงความร่วมมือในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันของธุรกิจ และสอดคล้องกับ Wong, Tjosvold & Zhang (2005) ซึ่งพบว่าการที่องค์กรใช้ประโยชน์จากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะทำให้องค์กรเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านต้นทุน คุณภาพสินค้า ด้านการพัฒนานวัตกรรม ซึ่งสิ่งที่จะต้องพิจารณาจากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจคือต้องการมีส่วนร่วมในการเป็นหุ้นส่วนเพื่อให้มีการพัฒนาความสัมพันธ์ในระยะยาว ดังนั้นการสนับสนุนโดยตรงจากการวิจัยและพัฒนาสิ่งประดิษฐ์ด้านอาชีพสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีที่ยั่งยืนและโครงการด้านความช่วยเหลือด้านเทคนิคอื่น ๆ ภายใต้นโยบายอุตสาหกรรมสามารถสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดีได้ สิ่งนี้สามารถช่วยส่งเสริมและรักษาวัฒนธรรมและการพัฒนาอุตสาหกรรม (Nelson & Rosenberg, 1993)

## 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาดังนี้

1. ผู้ประกอบซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจควรเป็นผู้บริหารที่มีคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการโดยเฉพาะการดำเนินงานเชิงรุกซึ่งเป็นการทำงานที่นำหน้าคู่แข่ง (First mover) ทำให้คู่แข่งเป็นฝ่ายตั้งรับ เพราะธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีและคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆตลอดเวลา มีการสำรวจตลาด คาดการณ์ความต้องการลูกค้าได้ เป็นผู้ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง จนเกิดการได้เปรียบและสร้างกำไร มีความสามารถในการบริหารจัดการ บริหารความเสี่ยง และรับมือกับความท้าทาย การดำเนินงานที่มีแผนกลยุทธ์ สามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจเกิดกำไรและเติบโต มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดสินค้าใหม่ การบริการใหม่ กระบวนการทำงานใหม่ หรือสิ่งแปลกใหม่อยู่เสมอ

2. ภาครัฐควรสร้างบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมที่ช่วยให้ผู้ประกอบการมีความคิด สร้างและถ่ายทอดนวัตกรรม ซึ่งอาจจะเริ่มจากการสร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน กระตุ้นให้มีการลงทุนในนวัตกรรม เป็นตัวกลางในการจับมือกับภาคการศึกษา ภาคเงินทุน ภาคธุรกิจ รวมไปถึงการทบทวนและประเมินผลกระทบจากกฎหมายต่างๆ ที่ได้กำหนดไว้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น และควรมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในนวัตกรรม ซึ่งจำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนที่มีความต่อเนื่อง จะทำให้ผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสจากนวัตกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ ภาครัฐควรกระจายโอกาสทางธุรกิจให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ธุรกิจเกิดใหม่ ๆ และประชาชนฐานราก ให้เท่าเทียมกัน จึงจะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและได้รับประโยชน์จากนวัตกรรม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้การรายงานตัวเองของผู้ประกอบการ ซึ่งอาจก่อให้เกิดความโน้มเอียงในการให้คำตอบของบุคคล (Social Desirability) การศึกษาครั้งต่อไปอาจมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากลูกค้าหรือผู้บริโภคด้วย เพื่อได้เห็นถึงมุมมองทั้งของผู้ประกอบการเองและผู้บริโภคเพื่อลดความลำเอียง (Bias) ในการให้คะแนน

2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ซึ่งอาจมีผู้ประกอบการบางรายไม่สะดวกในการตอบ และผู้วิจัยไม่ได้มีโอกาสเจอกับผู้ประกอบการเองอาจทำให้

ผู้ประกอบการมีความเข้าใจผิดในการตอบแบบสอบถามเนื่องจากผู้ประกอบการบางรายมีอายุมากกว่า 60 และบางรายไม่ได้ศึกษาเลย และการเก็บข้อมูลมีเพียงเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว จึงทำให้ไม่ทราบหรือเข้าใจถึงความรู้สึก ความต้องการ หรือปัญหาจริงที่นอกเหนือจากแบบสอบถาม ดังนั้นจึงควรเก็บควบคู่กันไปทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

3. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลเฉพาะสามจังหวัดชายแดนใต้ซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษที่รัฐบาลให้ความสำคัญ จึงมีนโยบาย กฎหมาย และสิทธิพิเศษที่แตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป ดังนั้นผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จึงไม่เหมาะที่จะนำไปอธิบายในพื้นที่อื่นได้



## บรรณานุกรม

- กรกฎ ทองชะโชค. (2562). การอยู่ร่วมกันในสังคมพหุวัฒนธรรมจังหวัดชายแดนภาคใต้. สืบค้นเมื่อ วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2562. จาก [https://www.matichon.co.th/article/news\\_1326494](https://www.matichon.co.th/article/news_1326494).
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2550). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2561, จาก <https://www.ryt9.com/s/ryt9/112106>
- กรมสรรพากร. (2018). ลักษณะของ SME. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>.
- กฤตกร จิรภานุเมศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และพนิดา แชม้ซ่าง. (2554). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน การศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. *วารสารวิทยาการจัดการ*. 28. 1-15.
- กำจร ตติยกวี. (2558). งานวิจัยกับการพัฒนาประเทศ. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*. 3(1), 1-4.
- จันทมา จตุพรเสถียรกุล. (2554). บุคลิกการเป็นผู้ประกอบการ ภูมิความรู้ความชำนาญ กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจร้านยาคุณภาพ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- จันทวรรณ สุจิตกุล, (2015), แหล่งทุน SMEs เพื่อยกระดับการแข่งขันไทย Financing SMEs to Enhance Thailand's Competitiveness. *รัฐธุรกิจ*, 57(1), 35-52.
- เจษฎา พงศปริยะกาญจน์ (2553). รูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจที่มีผลต่อคุณค่าของตราสินค้า กรณีศึกษาการจัดทำพันธมิตรทางธุรกิจของภัตตาคารร่วมกับร้านอาหาร ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (การศึกษาเฉพาะบุคคล, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชลิตา บุญญา. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและโอกาสของธุรกิจที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจวัสดุก่อสร้างในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ชื่นจิตร อังวรารงค์ และณรงค์นิตย์ จันทร์จรัส. (2553). ปัญหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ*, 1(1), 42-54.

- ชุติมันต์ สะสอง. (2560). การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี*, 6(1), 23-33.
- ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2557). ความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*, 37(1), 119-131.
- คนชนก เปื่อนอย. (2559). นวัตกรรมกับความคิดสร้างสรรค์. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 3(1), 1-12.
- ดวงทิพย์ วิบูลย์ศักดิ์ชัย. (2555). การพัฒนารูปแบบความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างมหาวิทยาลัยกับภาคอุตสาหกรรม. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- ตรีทศ เหล่าศิริหงส์ทอง. (2551). การศึกษาความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัย. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, วิทยาลัยมหาวิทยาลัยศิลปากร).
- ทิปดี ท้าพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). การสร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในยุคไทยแลนด์4.0. *RMUTT Global Business & Economics Review*. 12(2), 107-122.
- ธนกร แก้วมณี และจิรพล จิยะจันทน์ (2018). บทบาทของนวัตกรรมต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทเฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน. *Journal of MCU Peace Studies*, 6(2), 606 – 618.
- ธนกฤต แซ่โค้ว. (2557). ปัจจัยด้านองค์กรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมในการปฏิบัติงานเพื่อรองรับเศรษฐกิจอาเซียนของกลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปเนื้อสัตว์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- ธีรยุทธ วัฒนาศุภโชค. (2542). Entrepreneurship: ฤาจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายต่อระบบเศรษฐกิจไทย. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12(45), 65-75.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2555). การกำหนดขนาดตัวอย่างและสถิติวิเคราะห์ใหม่ๆ ที่น่าสนใจ. ในการนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2555. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- นภัส แดงบุหงา. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).

- นันทวัฒน์ พรเลิศกขกร, วาতিต อินทุลักษณะ และชาคริต ศรีสกุณ, (2561). ปัญหา อุปสรรค และความท้าทายของการระดมทุนสาธารณะ สำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12, 393-404.
- นืออน ศรีสมยง. (2559). ศักยภาพผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกรณีศึกษาผู้ประกอบการทางการแพทย์ทางเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ*, 7(2), 40-59.
- นุริฮัน สาและ. (2558). กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนราธิวาส. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ปฐมพร ทรงสุโรจน์. (2559). การศึกษาพฤติกรรมทางการเงินของผู้ประกอบการ SMEs. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ปรารธนา หลีกภัย. (2555). ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรมในภาคใต้ของประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์).
- ปัทมา เขียววิศิษฐ์สกุล. (2560). นวัตกรรมนำสู่อนาคตประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2561. จาก: [http://www.nesdb.go.th/download/document/Yearend/2017/PPT\\_Group2.pdf](http://www.nesdb.go.th/download/document/Yearend/2017/PPT_Group2.pdf).
- พนทิพย์ธารไสว, ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ และไว จามรมาน. (2555). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. *วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7 (1), 39-50.
- พงศ์สุภา เฉลิมกลิ่น, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และนันทนา อุณเจริญ. (2559). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของศักยภาพกลยุทธ์เครือข่าย : หลักฐานเชิงประจักษ์ ของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 9(2), 115-130.
- พนิดา สัตโยภาส, บุญชนิด วิงวอน และบุญทวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. *รายงานการประชุมวิชาการวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่ 6 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี*. 19-20 ธันวาคม 2555.
- พยัต วุฒิรงค์. (2552). นวัตกรรมและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย: ก้าวต่อไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 22(86), 43-67.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543. (2543, 17 กุมภาพันธ์). ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 117 ตอนที่ 9 ก. หน้า 1.
- พิเชฐ ดุรงค์เวโรจน์. (2015). ความร่วมมือภาครัฐและเอกชนสู่เป้าหมายการลงทุนวิจัยและพัฒนาร้อยละ 1 ของ GDP. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2561. จาก : [http://www.sti.or.th/uploads/news\\_pdf/CEO\\_Innovation\\_Forum\\_1.pdf](http://www.sti.or.th/uploads/news_pdf/CEO_Innovation_Forum_1.pdf).

- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). บทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนาศาสตร์*, 7(1), 205-250.
- พิสิฐ เจือไทย. (2550). *การวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมของประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ไพโรจน์ บุตรชีวิน (2559). แนวทางการนำ รูปแบบการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมเพื่อสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (IKITIS Model) ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 11(พิเศษ), 84 – 91.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2550). *หลักการทำวิจัยและการทำวิทยานิพนธ์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- รัตนา สีดี้. (2559). พันธมิตรทางธุรกิจ: องค์ประกอบของการสร้างพันธมิตร กระบวนการเรียนรู้ และประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านพันธมิตร. *Panyapiwat Journal*, 8(3), 254-264.
- เรังรัต สุทธิสน, ทวนทอง เขาวงกิตพงศ์ และ สมชัย วงษ์นายะ. (2558). การพัฒนากลยุทธ์การดำเนินธุรกิจขนาดย่อมของผู้ประกอบการในจังหวัดกำแพงเพชร. *วารสารวิชาการและวิจัย สังคมศาสตร์*, 10(28), 48-64.
- เรวดี แก้วมณ, (2560). *ศักยภาพอุตสาหกรรมในพื้นที่ด้ามขวานทอง..เมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยม มั่น คง มั่ง คั่ง ยั่งยืน ”*. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2562. จาก : [http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/wealth\\_triangle.pdf](http://www.oie.go.th/sites/default/files/attachments/article/wealth_triangle.pdf)
- ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชานิประศาสน์. 2547. *ระเบียบวิธีวิจัย*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี.
- วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2558). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหวายจังหวัดนครปฐม. *Slipakorn University*, 8(2), 967-988.
- วิชัย โถสุวรรณจินดา. (2546). *ครบเครื่องเรื่องบริหารธุรกิจขนาดย่อม (แนวปฏิบัติและกรณีศึกษา)*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- วิมลวิภา เกตุเทียน. (2556). *คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ ในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน).
- วิเลศ ภูริวัชร, สุชาติ ไตรภพสกุล และชาคริต พิษญาญกูร. (2559). การศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมเกื้อหนุนต่อการสร้างสังคมความเป็นผู้ประกอบการ: กรณีศึกษาประเทศไทย. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 30(95), 89-102.

- วุฒิชัย จงคำนึ่งศิลป์. (2547). *การศึกษาและพัฒนาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดย่อม*. (วิทยานิพนธ์, จิตวิทยาการให้คำปรึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ).
- สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม . (2547). *กฎแห่งความสำเร็จของ SMEs*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561. จาก <http://www.ismed.or.th>.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาวดี สมบูรณ์กุล, สมมาตร จุติกพงศ์. (2545). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร, จงพิศ ศิริรัตน์, ยุพาวดีสมบูรณ์กุล,เสาวณีจุลธิราชนิกร และสมมาตรจุติกพงศ์. (2553) *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จในภาคใต้ภาคการบริการ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561. จาก [http://www.ecba.tsu.ac.th/web/th/admin/journal\\_file/journaly2book1/3-Somkaew.pdf](http://www.ecba.tsu.ac.th/web/th/admin/journal_file/journaly2book1/3-Somkaew.pdf).
- สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พัทธพงษ์ วัฒนสินธุ์, อัจฉรา จันทร์ฉาย, และประกอบ คุปรัตน์. (2553). นวัตกรรม : ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ. *วารสารบริหารธุรกิจ*, 33, 49-65.
- สมร ดีสมเลิศ และสุดาพร สาวม่วง (2558). รูปแบบปัจจัยการมุ่งเน้นการตลาด ปัจจัยการมุ่งเน้นการบริการปัจจัยด้านองค์กร และปัจจัยนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในประเทศไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 7(14), 96 – 113.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, (2558), แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา . สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก [http://www.mua.go.th/2018/wp-content/uplond/ohec\\_plan58-61.pdf](http://www.mua.go.th/2018/wp-content/uplond/ohec_plan58-61.pdf).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). *บทสรุปผู้บริหาร รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561. จาก <http://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=215>.
- สำนักนโยบายการออมและการลงทุน สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง. (2560). *การประชุมคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเริ่มต้นแห่งชาติ ครั้งที่ 3/2560*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561. จาก : <http://www.thaigov.go.th/news/contents/details/6431> .
- สุชาติ ไตรภพสกุล และสัททยา ชูชาติพงษ์. (2557). แบบจำลองการพัฒนาสังคมความเป็นผู้ประกอบการและ นวัตกรรมในประเทศไทย. *วารสารนักบริหาร*. 34(2), 26-36.

- สุธาทิพย์ จันทรเจริญผล. (2557). อิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและการมุ่งเน้น การตลาดที่มีผลต่อการตอบรับจากลูกค้าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของกิจการร้าน ยาในจังหวัดนครปฐม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปกร).
- สุธาสินี จำดวง . (2554). แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ และคุณลักษณะผู้ประกอบการกับความสำเร็จของการ ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลากรณีศึกษา ภายใต้โครงการ เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ (NEC). สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ .
- สุธิดา เสถียรมาศ. (2555). การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลิกการเป็น ผู้ประกอบการและการให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนิน ธุรกิจ. ไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปกร).
- สุธีรา อะทะวงษา. (2556). คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ และลักษณะของสถาน ประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต).
- สุภาณี นวกุล และ ศาสวัต เพงแพ. (2559). บทบาทภาครัฐในการสร้างความเข้มแข็งให้ไทยเป้นศูนย์กลาง โลจิสติกส์ของอาเซียน. *วารสารจันทร์เกษมสาร*, 22, 42.
- สุรศักดิ์ อานวยประวิทย์. (2559). กลยุทธ์การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ RMUTT Global Business & Economics Review*, 11(1), 186-199.
- สุโรยา วานี และมะรอนิง สาแลมิง. (2557). การอยู่ร่วมกัน ของชุมชนในสังคมพหุวัฒนธรรม กรณีศึกษา ตำบลทรายขาว อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี. *วารสารการเมืองการปกครอง ประเด็นปัญหาปัจจุบันในอาเซียน*. 4(1), 204 – 219.
- เสนห์ จุ้ยโต. (2548). *การบริหารนวัตกรรมแนวใหม่*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- หงใหม่ เทอ. (2557). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมัน ลำปะหลังไทยไปจีน. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ).
- อนงค์ ภูวงษ์. (2548). *การพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 1 – 8 (พ.ศ. 2504 – 2544)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนคริน ทรวิโรฒ).
- อนุวัต สงสม. (2552). เศรษฐกิจของภาคครัวเรือนจังหวัดปัตตานี ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบใน พื้นที่ภาคใต้. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 5(2). 37-70.
- อาศิรา ราชเวียง. (2560). อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0. *วารสารวิจัยและพัฒนาวิจัยและพัฒนาลอยลงกรรม ใน พระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(2), 79-88.

- อาทิซ แซลลี และวิโรจน์เจษฎาลักษณ์. (2558). ศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร้สำปะหลังอำเภอปอพลอยจังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 4, 2.
- อาทิตย์ วุฒิศะโร. (2543). อุทมนศึกษากับการสร่างบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการ. *จุฬาลงกรณ์วารสาร*, 12(46), 39-48.
- อาร์วายทีไนน์. (2560). *พาณิชย์ ล่องใต้บุก 3 จังหวัดชายแดน ผลักดันฮาลาลไทยสู่ตลาด FTA*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม 2561. จาก : <https://www.ryt9.com/s/beco/2750995?fbclid=IwAR3DwfezDdZorc9p8tykfTZCCBfoYm7uiky8TkbH8nseij4Rzir4vR2LWE0>
- อิตรีส ดาราโก้, อับดุลเลาะ ยูโซะ, ก่อหรี บุตรหล้า, ยีตง ดอลี. (2556). การลงทุนธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย กรณีศึกษา: จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส. *วารสารปริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ*. 3. 145 – 157.
- Anand, B. & Khanna, T. (2000). Do firms learn to create value? The case of alliances. *Strategic Management Journal*, 21(3), 295-316.
- Antikainen, M., Makipaa, M., & Ahonen, M. (2010). Motivating and supporting collaboration in open innovation. *European Journal of Innovation Management*, 13(1), 100-119.
- Ashford, N. A. (2000). Government and environmental innovation in Europe and North America. *The American Behavioral Scientist*, 45(9), 1417–1434.
- Avlonitis, G. J., Kouremenos, A., & Tzokas, N. (1994). Assessing the innovativeness of organizations and its antecedents: Project innovstrat. *European Journal of Marketing*, 28(1), 5-28
- Awang, A., Khalid, S.A., Yusof, A.A., Kassim, K.M., Ismail, M., Zain, R.S., & Madar, A.R.S. (2009). Entrepreneurial orientation and performance relations of Malaysian Bumiputera SMEs: The impact of some perceived environmental factors. *International Journal of Business and Management*, 4(9), 84-96.
- Aziz, N. N. A., & Samad, S. (2016). Innovation and Competitive Advantage: Moderating Effects of Firm Age in Foods Manufacturing SMEs in Malaysia. *Procedia Economics and Finance*, 35, 256-266. doi: 10.1016/s2212-5671(16)00032-0.

- Balita, Carl E. (2015). *INNOPRENEUR above SEE level. Paper presented at the National and International Conference of Business and Management in Innovation 2015 (NICBMI2015)*, Khon Kaen, Thailand.
- Banfe, Charles. (1999). *Entrepreneur: From Zero to How to Be Blockbuster Entrepreneur*. Network: Van Nostrand Rein bold. Boston: McGraw-Hill.
- Bosma, N. (2012, August 9). The global entrepreneurship monitor (GEM) and its impact on entrepreneurship research. Retrieved June 1, 2014, from <http://www.gemconsortium.org/assets/uploads/1344606358GEMWP1201.pdf>
- Calantone, R.J., Cavusgil, S.T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Canthllon, R. (1931). *Essay Sur Nature du Commerce en General*. London: McMillan
- Cantillon, r. (1959). *Essay on the nature of trade in general*. (H. higgs, Ed.) London: Frank Cass & Co., Ltd.
- Casto, M. (2005). *Characteristics of Entrepreneur*. Retrieved 30 กันยายน 2561, from <https://www.4-small-businesses.com/characteristics-of-entrepreneur.html>.
- Catlin, K., & Matthews, J. (2001). *Leading at the Speed of Growth*. New York: Hungry Minds.
- Cohen, J. (1977). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. New York: Academic.
- Cohn, S. R. (2012). The new crowdfunding registration exemption: Good idea, bad execution. *Fla. L. Rev.*, 64, 1433.
- Cripe, E.J. & Mansfield, R.S. (2001). *The value-added employee: 31 competencies to make yourself irresistible to any company*. 2nd edition. U.S.A.: Butterworth Heinemann.
- Crossan, M. M., & Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. [Article]. *Journal of Management Studies*, 47 (6), 1154-1191.
- Cullen, B. J. & Johnson, L. J. (2000). Success through commitment & trust: The soft side of strategic alliance management. *Journal of World Business*, 35(3), 223-240.



- Cunningham, J. B. & Lischeron, J. (1991). Defining Entrepreneurship. *Journal of Small Business Management*, 29(1), 45.
- Dailynews, (2561), "วีรไท" แนะนำรัฐกระตุ้นลงทุนนวัตกรรมด่วน. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <https://www.dailynews.co.th/economic/599009>.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants & moderators. *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Deborah, J. Jackson, (2015), What is an Innovation Ecosystem? สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก [www.researchgate.net/publication/266414637\\_](http://www.researchgate.net/publication/266414637_)
- Dess, G. G., Lumpkin. G. T., & Eisner, A. B. (2007). Strategic management: Text & Case (3rd ed.)
- Diez, JD, (2000). Innovative networks in manufacturing: some empirical evidence from the metropolitan area of Barcelona. *Technovation*, 20 (3), 139–150.
- Doloreux, D., (2004). Regional networks of small & medium sized enterprises: evidence from the metropolitan area of Ottawa in Canada. *European Planning Studies*, 12 (2), 173–189.
- Drucker, P.F. (1985). Innovation & Entrepreneurship: Practice & Principles, *Harvard Business Review*.7(6), 149-157.
- Dyer, J., Kale, P. & Singh, H. (2001). How to make strategic alliances work. *Sloan Management Review*, 42(4), 37-43.
- Fort Worth: Thomson South-Western.
- Fox, T., Ward, H., & Howard, B. (2002). Public sector roles in strengthening corporate social responsibility: A Baseline Study. *The World Bank*, 3-7.
- Freeman, C. & Soete, L. (1997). The Economics of Industrial Innovation (Third edition). Cambridge.
- Frese, M. (2000). *Success & Failure of Micro Business Owners in Africa: A Psychological Approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, & innovation capabilities in SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 396-417.

- Hatten, T. (2006). *Small Business Management: Entrepreneurship & Beyond* (3 ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Hult, G.T.M., Hurley, R.F., & Knight, G.A. (2004). Innovativeness: Its antecedents & impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33, 429-438.
- Ireland, R. D., Hoskisson, R. E. & Hitt, M. A. (2013). *The management of strategy: Concepts & cases* (10th ed.). South-Western: Cengage learning.
- Schumpeter, J.A. (1996). *The Theory of Economic Development* Transaction Publishers, London, UK.
- Gans, J., Erin L. Scott & Stern, S. (2018). *Strategy for Start-ups*. harvard business review. สืบค้นเมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2562. จาก <https://hbr.org/2018/05/do-entrepreneurs-need-a-strategy#strategy-for-startups>.
- Wang, J. (2018), Innovation and government intervention: A comparison of Singapore and Hong Kong, *Research Policy*,47(2), 399-412. doi: <https://doi.org/10.1016/j.respol.2017.12.008>
- Just222. 2018. “IDE Ecosystem” เครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุค Thailand 4.0. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <https://marketeeronline.co/archives/10577>.
- Kabatire, S., Mutyaba, S.V. & McBay, B. W. (2007). *Entrepreneurship Skills*. Kampala Uganda: Netsoft Publishers.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Kuppuswamy, V., & Bayus, B. L. (2018). *Crowdfunding creative ideas: The dynamics of project backers*. In *the Economics of Crowdfunding* (pp. 151-182). Palgrave Macmillan, Cham.
- Kuratko, D. F., & Hodgetts, R. M. (1998). *Entrepreneurship: Theory, process, practice*.
- Li, Y.H., Huang, J.W. & Tsai, M.T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: The role of knowledge creation process. *Industrial Marketing Management*, 38(4), 440-449.
- Liang, T. W. (2007). *SME development in Singapore of entrepreneurship infrastructure and SME strategies*. Singapore: Singapore Management University.

- Link, A. N., & Scott, J. T. (2010). Government as entrepreneur: Evaluating the commercialization success of SBIR projects. *Research Policy*, 39, 589–601.
- Longenecker, J. G., Moore, C.W., Petty J. W., & Palich, L.E. (2006). *Small Business Management: An Entrepreneurial Emphasis*. NP: South Western.
- marketeer, (2018), “IDE Ecosystem” เครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุค Thailand 4.0, สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <https://marketeeronline.co/archives/10577>.
- Matsuo, M. (2006). Customer Orientation, Conflict, and Innovativeness in Japanese Sales Departments. *Journal of Business Research*, 59, 242-250.
- Miller, D. (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29(7), 770-791.
- MIT REAP. (2016). *Insights for GE as it relocates to Boston’s unique “innovation ecosystem”*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <http://reap.mit.edu/news-article/insights-for-ge-as-it-relocates-to-bostons-unique-innovation-ecosystem/>.
- Moore, G., Benbasat, I. (1991). “ Development of an instrument to measure the perception of adopting an information technology innovation,” *Information Systems Research*, vol.2, pp. 173-191.
- Nelson, R. R., & Rosenberg, N. (1993). *National innovation systems: A comparative analysis*. New York: Oxford University Press.
- Nugroho, M. A. (2015). Impact of Government Support and Competitor Pressure on the Readiness of SMEs in Indonesia in Adopting the Information Technology. *Procedia Computer Science*, 72, 102-111. doi: 10.1016/j.procs.2015.12.110.
- Osborne, D., & Gaebler, T., (1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector*. MA: Addison-Wesley Publ. Co.
- Patanakul, P., & Pinto, J. K. (2014). Examining the roles of government policy on innovation. *The Journal of High Technology Management Research*, 25(2), 97-107. doi: 10.1016/j.hitech.2014.07.003.
- Patanakul, p. & Jeffrey K. Pinto. (2014). Examining the roles of government policy on innovation, *Journal of High Technology Management Research*, 25. 97-107.
- Peng, C. H. (2008). The relationships between the antecedents of innovativeness and business performance. *International Symposium on Electronic Commerce and Security*, 805-809.

- Posttoday. 2559. ขยายเวลาลดภาษีธุรกิจลงทุนจังหวัดชายแดนใต้. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <https://www.posttoday.com/economy/442611>.
- Rhee, J., Park, T., & Lee, D.H. (2010). Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation. *Technovation*, 30, 65-75.
- Robert, A. Baron and Jintong Tang. (2011). The role of entrepreneurs in firm-level innovation: Joint effects of positive affect, creativity, and environmental dynamism. *Journal of Business Venturing* 26, 49-60.
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of innovations* (4th ed.). NY: Free Press.
- Rutherford, M. W., & Holt, D. T. (2007). Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at the Innovativeness Dimension and Its Antecedents. *Journal of Organizational Change*, 20(3), 429-446.
- Zeng, S.X., Xie, XM., & Tam, CM. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance. *Technovation*, 30 (2010), 181–194.
- Marco, s., & Arribus. (2002). Collaboration in R&D with University and Research Centre. *An Empirical Study of Spanish Films R&D Management*, 32, 321- 341.
- Salavou, H. (2004). The concept of innovativeness: Should we need to focus? *European Journal of Innovation Management*, 7(1), 33-44.
- Sanook. (2560). ชวพ.หนุนศักยภาพSMEจังหวัดชายแดนใต้. สืบค้นเมื่อ 18 ตุลาคม 2561. จาก: <https://www.sanook.com/money/478529/?fbclid=IwAR11YrpcUpgWE0mUAFx95vvgUifH4qRI-9HbFTvY91e7amWClfyg9UWoj0>
- Scarborough, Norman M., & Zimmerer. (2003). Thomas W. (2003). *Effective Small Business Management: An Entrepreneurial Approach*. 7 Ed. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Schumpeter, J., (1910). *Capitalism, socialism and democracy*, Harper and Row. New York.
- Schumpeter, J.A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press.
- Sexton, D.L., & Bowman, N. (1985). The Entrepreneur – A Capable Executive and more. *Journal of Business Venturing*, 1(1).

- Sharma, P., Chrisman, J., & Chua, J. H. (1997). Strategic Management of the Family Business: Past Research and Future Challenges. *Family Business Review*, 10 (1),1-35.
- smethailandclub. 2016. เปิดช่องทางใหม่ให้เอกชนรับรองโครงการวิจัยด้วยตนเองใช้สิทธิยกเว้นภาษี 300%. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก [www.smethailandclub.com/news-6453-id.html](http://www.smethailandclub.com/news-6453-id.html).
- Subramanian A. & Nilakanta S. (1996). Organizational Innovativeness: Exploring the Relationship between Organizational Determinants of Innovation Type of Innovations and Measures of Organizational Performance. *Omega*, 24(6), 631-647.
- thairath. 2561. MIT จับมือหอการค้า-รัฐบาลไทยสร้าง"นักรบ" เศรษฐกิจเงินใหม่: ชูนวัตกรรมขั้นสูงยกระดับการแข่งขันเวทีโลก. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2561. จาก <https://www.thairath.co.th/content/548421>.
- Tompson, V.A. (1965). Bureaucracy and Innovation. *Administrative Science Quarterly*, 10, 1-20.
- Veldhuizen-Koeman, K. M. (2015). *Financial Institutions and Crowdfunding*. Advancing Financial Crime Professionals Worldwide.
- Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.
- Daia, W., and Steven Sib,c. (2018). Government policies and firms' entrepreneurial orientation: Strategic choice and institutional perspectives. *Journal of Business Research*, 93, 23-36.
- What is an Innovation Ecosystem?
- Wickham, L. (2003). *An action research study on the effects of cooperative paired reading on learners with Special Educational needs*. *Dissertation Abstract International-A*, 63(10), 3519.
- Wong, A. S. H., Tjosvold, D. & Zhang, P. (2005). Developing relationships in strategic alliances: Commitment to quality and cooperative interdependence. *Industrial Marketing Management*, 34, 722-731.

- Yong, Lee S. (2000). The Sustainability of University-Industry Research Collaboration: An Assessment of Behavioral Outcome. *Journal of Technology Transfer*, 2(25), 11-133.
- Zeng, S. X., Xie, X. M., & Tam, C. M. (2010). Relationship between cooperation networks and innovation performance of SMEs. *Technovation*, 30(3), 181-194. doi: 10.1016/j.technovation.2009.08.003

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถาม



## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมใน  
จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

### คำชี้แจง

แบบสอบถามเพื่อการวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ภาครัฐ ภาคการศึกษา ภาคเงินทุน และภาคธุรกิจ ที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยการวิจัยและแบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่

แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับผลจากการเกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประกอบด้วย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมกระบวนการ

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ใช้สำหรับการวิจัยเท่านั้น ใช้วิเคราะห์ในภาพรวม จึงไม่มีผลกระทบใด ๆ ทั้งสิ้นต่อผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามฉบับนี้มีความสำคัญและจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้ และส่งแบบสอบถามกลับคืนให้คณะผู้วิจัย

อนึ่ง หากท่านมีข้อสงสัยประการใดที่เกี่ยวข้องกับแบบสอบถามฉบับนี้ โปรดติดต่อผู้วิจัยนางสาวนัสรี มะแน โทร.081-0985512 Email: nas\_802@hotmail.com



**ตอนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและกิจการ

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าคำตอบที่เลือก เพียงหนึ่งตัวเลือกเท่านั้น หรือกรอก  
ข้อมูลลงในช่องว่างตามความเป็นจริง

1. เพศ  
 ชาย                       หญิง
2. อายุ  
 21 – 30 ปี               31 – 40 ปี               41 – 50 ปี               51 ปีขึ้นไป
3. ศาสนา  
 พุทธ               อิสลาม               คริสต์               อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ระดับการศึกษา  
 มัธยมศึกษาตอนปลาย    ปริญญาตรี               ปริญญาโท  
 ปริญญาเอก               อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
5. ประสบการณ์ในการทำงาน  
 น้อยกว่า 5 ปี     6 – 10 ปี     11 – 15 ปี  
 16 – 20 ปี     มากกว่า 21 ปี
6. ตำแหน่งงานในองค์กร  
 ผู้ก่อตั้ง               ผู้บริหารระดับสูง               ผู้จัดการ  
 ผู้ช่วยของผู้จัดการ     อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ระยะเวลาดำเนินกิจการ  
 นอยกว่า 5 ป     5 – 10 ป               11 – 15 ป               มากกว่า 15 ปี
8. สถานที่ตั้งกิจการ  
 ยะลา               ปัตตานี               นราธิวาส

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวัดผลจากปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คำชี้แจง : โปรดแสดงเครื่องหมาย  $\checkmark$  เพียงหนึ่งข้อเท่านั้นในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยใช้เกณฑ์ น้อยที่สุด = 1 จนถึงมากที่สุด = 5)

ปัจจัยในด้านคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อ ความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. ความเป็นตัวของตัวเอง</b>					
1.1 ผลสำเร็จของธุรกิจเกิดได้เพราะตัวของท่าน มิใช่โชคหรือดวง					
1.2 ท่านผ่านภาวะวิกฤติต่าง ๆ มาได้ด้วยความสามารถของตนเอง					
1.3 ท่านสามารถบริหารจัดการชีวิตของตนเอง ให้เจริญก้าวหน้าตามที่ท่านปรารถนาได้					
<b>2. ความกล้าเสี่ยง</b>					
2.1 ท่านมีแนวคิดในการจัดโปรโมชันผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างสม่ำเสมอ					
2.2 ท่านมีแนวคิดในการใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการแปลกใหม่ตลอดเวลา					
2.3 ท่านมีแนวคิดในการเพิ่มจำนวนพนักงานเมื่อลูกค้าเพิ่มขึ้น					
<b>3. การดำเนินงานเชิงรุก</b>					
3.1 ท่านมีแผนขยายกิจการในอนาคต					
3.2 ท่านมีแผนพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับการเจริญเติบโต					
3.3 ท่านมีการติดตามแนวโน้มความนิยมของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา					
3.4 ท่านมีการปรับตัวเพื่อรองรับลูกค้าจากชาวต่างชาติ					
<b>4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน</b>					
4.1 ท่านทำให้ผลิตภัณฑ์ของท่านมียอดขายดีขึ้นโดยใช้วิธีการลดราคา					

4.2 ท่านสร้างสัมพันธ์กับลูกค้าด้วยการให้ข้อมูลที่แสดงถึง กิจการของท่านเหนือกว่าคู่แข่ง					
4.3 ท่านมักจะวิเคราะห์ความสามารถคู่แข่งและนำกลยุทธ์ที่ เหนือกว่ามาใช้ก่อนเสมอ					

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเพื่อวัดผลจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อความสามารถด้านนวัตกรรมของ  
ผู้ประกอบการ

คำชี้แจง : โปรดแสดงเครื่องหมาย  $\checkmark$  เพียงหนึ่งข้อเท่านั้นในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้อง  
กับ ความคิดเห็นของ ท่านมากที่สุด (โดยใช้เกณฑ์ น้อยที่สุด = 1 จนถึงมากที่สุด = 5)

ปัจจัยดังต่อไปนี้ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของ ผู้ประกอบการ : ปัจจัยภายนอก	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. ภาครัฐ</b>					
1.1 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานพัฒนา นวัตกรรม					
1.2 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่จัดอบรมและ ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริการ					
1.3 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยงานที่คอย สนับสนุนและกำกับดูแล					
<b>2. ภาคการศึกษา</b>					
2.1 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยการศึกษาซึ่งเป็น ตัวกลางด้านเทคโนโลยี					
2.2 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยการศึกษาซึ่งเป็น ตัวกลางด้านการวิจัยและพัฒนา					
2.3 กิจการของท่านมีการร่วมมือกับหน่วยการศึกษาซึ่งเป็น ตัวกลางด้านเครื่องมือ และองค์ความรู้					

<b>3. ภาคเงินทุน</b>					
3.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับองค์กรร่วมทุน					
3.2 กิจกรรมของท่านมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน					
3.3 กิจกรรมของท่านได้รับการสนับสนุนจากสถาบันทางการเงินเป็นอย่างดี					
<b>4. ภาคธุรกิจ</b>					
4.1 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรม					
4.2 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกับซัพพลายเออร์ (ผู้จัดส่งวัตถุดิบ)					
4.3 กิจกรรมของท่านมีการร่วมมือกันกับคู่แข่ง					

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเพื่อวัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

คำชี้แจง : โปรดแสดงเครื่องหมาย  $\checkmark$  เพียงหนึ่งข้อเท่านั้นในช่องระดับความคิดเห็นที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด (โดยใช้เกณฑ์ น้อยที่สุด = 1 จนถึงมากที่สุด = 5)

คำถามดังต่อไปนี้วัดความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
<b>1. นวัตกรรมของกิจการ</b>					
1.1 กิจกรรมของท่านมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เป็นรายแรก					
1.2 กิจกรรมของท่านพยายามคิดผลิตภัณฑ์หรือการบริการใหม่ๆ อยู่เสมอ					
1.3 กิจกรรมของท่านมีการค้นหาวิธีใหม่ในการทำสิ่งต่าง ๆ					
1.4 กิจกรรมของท่านมีการพัฒนากระบวนการทำงานแบบใหม่					
1.5 กิจกรรมของท่านมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์/ บริการใหม่เพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา					

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นางสาวนัสรี มะแน

รหัสประจำตัวนักศึกษา 6010521016

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาขา ฟิสิกส์)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	2554

ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน

พ.ศ. 2554 – 2555 ตำแหน่งครูอัตราจ้าง โรงเรียนคณะราษฎรบำรุง จังหวัดยะลา

พ.ศ. 2555 – ปัจจุบัน ตำแหน่งนักวิชาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา