

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SMEs)



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SMEs)

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

22 ตุลาคม พ.ศ.2564



นางสาวพัชรมณ พลายมี
ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ฐิติภูมิ พิมพา,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

สุเทพ นิมสาย,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

รองศาสตราจารย์ภคพล อนุฤทธิ์,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จากความอนุเคราะห์ของอาจารย์ที่ปรึกษา รศ.ดร. ณัฐวุฒิ พิมพา ที่ได้เสียสละเวลาเพื่อให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ความรู้ที่เกี่ยวข้องในการทำวิจัย ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องจนสารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์และถูกต้องมากยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณตัวแทนผู้ประกอบการ SME ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ที่ได้เสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม เพื่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณบิดา มารดา ครอบครัว หัวหน้า เพื่อนร่วมงาน และเพื่อนๆ ที่ให้การสนับสนุน ความช่วยเหลือเกื้อกูล รวมไปถึงคณาจารย์วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดลทุกท่าน ที่ได้ให้ความรู้ ความเมตตาและความกรุณา ตลอดจนให้คำปรึกษาที่ทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยดี

พัชรมณ พลายมี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
 FACTORS AFFECTING DECISION-MAKING IN THE IMPLEMENTATION OF INNOVATION
 IN THE THAI SMALL AND MEDIUM ENTERPRISES (SMES)

พัชรมณ พลายมี 6250362

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์ ณีรัฐวดี พิมพา, Ph.D., สุเทพ นิ่มสาย, Ph.D.,
 รองศาสตราจารย์ภคพล อนุฤทธิ์, Ph.D.

บทคัดย่อ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน และเพื่อให้สามารถพัฒนา SME และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการ SME จะต้องพัฒนาธุรกิจด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี แม้ว่าแนวโน้มผู้ประกอบการในประเทศไทยจะเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านการพัฒนานวัตกรรมและงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อเทียบสัดส่วนดังกล่าวกับจำนวน SME ที่มีอยู่ในประเทศไทยกว่า 3 ล้านรายแล้ว กลับพบว่าไม่ถึงร้อยละ 1 หรือไม่ถึง 30,000 ราย ที่มีการใช้งานวิจัยและนวัตกรรมเข้ามาเปลี่ยนแปลงธุรกิจ จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) การศึกษาในครั้งนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ทั้งปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของ SME ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอก โดยการวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ทั้งหมด 205 ราย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานในการตรวจสอบสมมติฐาน

พบว่า ปัจจัยด้านระยะเวลาดำเนินการ จำนวนพนักงานในองค์กร รายได้ต่อปี และรูปแบบการจดทะเบียนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านโครงสร้างองค์กร ความก้าวร้าวในการแข่งขันและความกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม และปัจจัยภายนอกด้านภาครัฐ ด้านเทคโนโลยี ด้านเงินทุนและด้านภาครัฐกิจ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมเช่นกัน ทั้งนี้เพื่อพัฒนาองค์กรให้ก้าวล้ำนำคู่แข่งอยู่เสมอ และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ยั่งยืน

คำสำคัญ : ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ/ ปัจจัยภายนอก/ ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูปภาพ	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	3
1.3 คำถามงานวิจัย	4
1.4 กรอบแนวคิดงานวิจัยและขอบเขตงานวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ของงานวิจัย	4
1.6 นิยามคำศัพท์	5
1.7 กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Conceptual Framework)	6
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	9
2.1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	9
2.1.2 นวัตกรรมในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Innovation of SMEs)	11
2.1.3 ประเภทของนวัตกรรม	15
2.1.4 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม	17
2.2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ	18
2.3 ปัจจัยภายนอก	20
2.4 ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	26

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	28
3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	36
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	37
4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ใน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	42
4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)	47
4.4 การทดสอบสมมติฐาน	51
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	71
5.1 สรุปผลการวิจัย	71
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	76
5.3 ข้อเสนอแนะ	78
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป	78
5.3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัย	78
5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย	79
บรรณานุกรม	81
ภาคผนวก	85
ภาคผนวก ก	85
ภาคผนวก ข	94
ภาคผนวก ค	102
ภาคผนวก ง	103
ประวัติผู้วิจัย	104

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
2.1 การกำหนดลักษณะธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	9
2.2 สรุปรูปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	22
4.1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภท กิจการ	38
4.2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภท ของนวัตกรรม	38
4.3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลา ดำเนินกิจการ	39
4.4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวน พนักงานในองค์กร	39
4.5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อปี	40
4.6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ถือหุ้น	40
4.7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ ดำเนินการ	41
4.8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบ การจัดทะเบียน	41
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็น ผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร	42
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็น ผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน	43
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็น ผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง	44
4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้าน ภาครัฐ	44

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี	45
4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน	46
4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านภาคธุรกิจ	46
4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นเกิดความรู้	47
4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการโน้มน้าว	48
4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการตัดสินใจ	49
4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการนำไปใช้	50
4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการยืนยัน	50
4.21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของกิจการ	51
4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของนวัตกรรม	52
4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ	53
4.24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร	54
4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรายได้ต่อปี	56

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า	
4.26	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามผู้ถือหุ้น	58
4.27	แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน	59
4.28	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ	60
4.29	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ	62
4.30	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ	63
4.31	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ	65
4.32	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี	67
4.33	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน	68
4.34	แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐกิจ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ	69

สารบัญรูปลูกภาพ

รูปลูกภาพ	หน้า
3.1 ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970)	28



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีบทบาทเป็นอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งด้านการผลิต การจ้างงาน การลงทุน รวมถึงการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ โดยในด้านการผลิตนั้นผู้ประกอบการ SME ถือเป็นกำลังการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าที่หลากหลายประเภท แม้ว่าจะไม่ใช่ธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็ทำให้เกิดความหลากหลายของสินค้าอุปโภคบริโภค อีกทั้งยังเป็นกำลังการผลิตที่สำคัญในการผลิตสินค้าชั้นกลางของห่วงโซ่การผลิต โดยในประเทศไทยมีผู้ประกอบการ SME จำนวนมากที่ทำการผลิตสินค้าชั้นกลางเพื่อขายให้กับบริษัทขนาดใหญ่ เพื่อส่งออกสินค้าในลำดับถัดไป และมีผู้ประกอบการ SME ส่วนน้อยที่จะผลิตและส่งออกโดยตรง ในด้านการจ้างงาน ผู้ประกอบการ SME ก็มีบทบาทที่สำคัญมากเช่นกันต่อการก่อให้เกิดการจ้างงาน เนื่องจากผู้ประกอบการ SME มีเป็นจำนวนมากและมีอยู่ในทุกๆ พื้นที่ของประเทศไทย ยังมีจำนวนผู้ประกอบการ SME มากเท่าใด ย่อมส่งผลให้อัตราการจ้างงานมีมากตามไปด้วย รวมถึงภาคธุรกิจ SME จะช่วยรองรับการเปลี่ยนงานของภาคการเกษตรได้เป็นอย่างดี ทำให้ภาคธุรกิจ SME มีผลกระทบโดยตรงต่อการถูกจ้างงานหรือการมีงานทำ และรายได้ของภาคครัวเรือน ในด้านการลงทุนผู้ประกอบการ SME ยังมีบทบาทสำคัญในการเข้าถึงเครื่องมือในการลงทุนเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ และในด้านการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ ภาคธุรกิจ SME ก็ยังมีบทบาทในการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการ เนื่องจากธุรกิจ SME สามารถเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็กไปถึงขนาดกลาง ก่อนที่จะขยายธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ในลำดับถัดไป (aBRIDGEd ; 2561) อย่างไรก็ตามธุรกิจ SMEs ยังมีอุปสรรคและความท้าทายที่ต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุงอีกมาก เพื่อให้สามารถพัฒนา SME และขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างยั่งยืน ทั้งการสนับสนุนทางการเงิน ที่เงื่อนไขการอนุมัติเงินยังไม่เอื้ออำนวยต่อภาคธุรกิจ SME ส่งผลให้วิสาหกิจขนาดใหญ่ได้เปรียบและมีโอกาสเข้าถึงสินเชื่อได้มากกว่า นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดใหญ่ยังมีอิทธิพลต่อการกำหนดต้นทุน ราคา และระบบโลจิสติกส์ด้วย รวมถึง SME ยังขาดความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และการขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ

จากข้อมูลในปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) พบว่าแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่สำหรับผู้ประกอบการ SME มาจากเงินออมของตนเองร้อยละ 59.3 เงินที่ยืมจากสมาชิกในครอบครัวร้อยละ 24.1 เงินที่มาจากสินเชื่อธนาคารหรือสถาบันการเงินร้อยละ 14.1 และกู้ยืมเงินจากเพื่อนร้อยละ 2.5 แต่สำหรับแหล่งเงินทุนเฉพาะกิจของรัฐทั้งธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินพบว่า SME ยังเข้าถึงได้ไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากปัจจัยหลัก 3 ประการ คือ 1.ผู้ประกอบการ SME ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีไม่เพียงพอ หรือไม่เคยมีประวัติกับสถาบันการเงิน 2.ข้อจำกัดด้านเงินทุนของสถาบันการเงินไม่เอื้ออำนวยต่อผู้ประกอบการ SME และ 3.ปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น องค์กร SME ไม่มีที่ปรึกษาด้านการเงิน ไม่มีที่ปรึกษาด้านเทคโนโลยี โดยปัญหาด้านไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน หรือมีหลักทรัพย์ค้ำประกันไม่เพียงพอ ถือเป็นปัญหาหลักที่สำคัญของ SME แม้ว่าภาครัฐจะมีมาตรการต่างๆ เพื่อแก้ปัญหานี้ แต่ก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ SME ที่มีจำนวนมากในประเทศไทย

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นที่ SME ไทยเผชิญ ผนวกกับภายใต้สภาวะการแข่งขันในตลาดโลกที่มีความรุนแรงมากขึ้น อาจทำให้ SME ไทยไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เนื่องจากผู้ประกอบการ SME ไม่ได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ และไม่ได้เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการสามารถทำได้โดยการส่งเสริมนวัตกรรม การใช้เทคโนโลยีและเทคโนโลยีสารสนเทศในระดับที่สูงขึ้น จากการสำรวจ SME ไทย ปี 2558 (Global Entrepreneurship Monitor: GEM) โดยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ร่วมกับ สสว. พบว่า SME กว่าร้อยละ 90 จำหน่ายสินค้าหรือให้บริการในรูปแบบเดิมๆ ที่เคยมีอยู่แล้วในตลาด มีเพียงส่วนน้อยที่มีนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ นอกจากนี้รายงาน The Global Innovation Index 2015 ได้จัดอันดับให้ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 55 จากจำนวนทั้งสิ้น 141 ประเทศ ในเรื่องความพร้อมและศักยภาพด้านนวัตกรรม เมื่อเทียบกับประเทศในแถบเอเชียอย่างมาเลเซีย (อันดับที่ 32) สิงคโปร์ (อันดับที่ 7) และเกาหลีใต้ (อันดับที่ 14) แล้ว ข้อมูลดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นถึงระดับการมีนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีของ SME ไทยที่อยู่ในระดับต่ำมาก และจากรายงาน The Global Competitiveness Report 2015-2016 ได้จัดอันดับประเทศไทยในเรื่องความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness) อยู่อันดับที่ 58 และอันดับในเรื่องนวัตกรรม (Innovation) อยู่ในอันดับที่ 57 จากจำนวนทั้งหมด 140 ประเทศ สาเหตุหลักมาจาก SME จำนวนมากแข่งขันความได้เปรียบด้านแรงงาน วัตถุดิบ และประสิทธิภาพในการผลิตเป็นหลัก ทำให้ต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งที่มีต้นทุนต่ำกว่า หรืออีกนัยสำคัญ SME ไทยยังไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของนวัตกรรมว่ามีส่วนช่วยให้ธุรกิจแข่งขันได้ในระยะยาวและอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) โดยสาเหตุหลักที่ทำให้ SME ยังไม่สามารถเข้าถึงนวัตกรรมได้ เป็นเพราะ

1. ขาดองค์ความรู้ เช่นองค์ความรู้ของผลงานวิจัยใหม่ๆ ผู้ประกอบการตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในการใช้นวัตกรรม และเทคโนโลยี เป็นต้น
2. ขาดเงินทุน เนื่องจากการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมในกระบวนการผลิตงานสินค้าและบริการมีต้นทุนค่อนข้างสูง
3. ขาดเครือข่ายเชื่อมโยงไปยังหน่วยงานต่างๆ (eco-system) เช่น สถาบันการเงิน สถาบันการศึกษา เป็นต้น จึงทำให้ไม่มีโอกาสนำผลงานวิจัยจากสถาบันการศึกษาไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้
4. ขาดกำลังคนและอุปกรณ์ ทั้งบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านต่างๆ เครื่องมือหรืออุปกรณ์สำหรับการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม
5. การกระจุกตัวของการพัฒนานวัตกรรม ที่ส่วนใหญ่ยังอยู่แค่ในระดับส่วนกลาง หรือระดับหัวเมือง จึงทำให้ผู้ประกอบการในระดับภูมิภาคไม่สามารถเข้าถึงการพัฒนานวัตกรรมได้ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม, 2562)

อย่างไรก็ตามการพัฒนาธุรกิจด้วยนวัตกรรม และเทคโนโลยี หรือ Innovation Driven Economy เป็นสิ่งสำคัญมากในการทำธุรกิจสำหรับยุคนี้ โดยจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ประกอบการ SME ไทยก้าวทันหรือก้าวนำคู่แข่ง ตอบ โจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นแนวทางให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้ภายใต้ภาวะการแข่งขันในตลาดที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น แม้ว่าแนวโน้มผู้ประกอบการในประเทศไทยจะเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านการพัฒนานวัตกรรมและงานวิจัยเพิ่มมากขึ้น แต่เมื่อเทียบสัดส่วนดังกล่าวกับจำนวน SME ที่มีอยู่ในประเทศไทยกว่า 3 ล้านรายแล้ว กลับพบว่าไม่ถึงร้อยละ 1 หรือไม่ถึง 30,000 ราย ที่มีการใช้งานวิจัย และนวัตกรรมเข้ามาเปลี่ยนแปลงธุรกิจ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม, 2562)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจให้กับผู้ประกอบการ SME นำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาคุณค่าสินค้าและบริการให้แก่ผู้บริโภค

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME)

1.3 คำถามงานวิจัย

- 1.อะไรคือปัจจัยที่ทำให้องค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนำนวัตกรรมไปใช้
- 2.ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยและขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เป็นอย่างไร

1.4 กรอบแนวคิดงานวิจัยและขอบเขตงานวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของงานวิจัยฉบับนี้ ต้องการศึกษปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ด้านการแข่งขันที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างองค์กร ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความกล้าเสี่ยง และปัจจัยมหภาคที่เกี่ยวข้องกับภาครัฐ เทคโนโลยี เงินทุน และภาคธุรกิจ ที่มีผลต่อการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ตามทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม (Everett M. B Rogers ,2003) ทั้ง 5 ขั้นตอน คือ 1.ขั้นความรู้ (Knowledge) 2.ขั้นจูงใจ (Persuasion) 3.ขั้นตัดสินใจ (Decision) 4.ขั้นนำไปใช้ (Implementation) และ 5.ขั้นยืนยัน (Confirmation)

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นการศึกษาจากผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล

1.5 ประโยชน์ของงานวิจัย

- 1.ช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ได้ง่ายขึ้น
- 2.ช่วยให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตระหนักถึงปัจจัยสำคัญก่อนนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร
- 3.ช่วยทำให้เกิดการพัฒนาองค์ความรู้ในระบบนิเวศของการยอมรับนวัตกรรมในบริบทประเทศไทย

1.6 นิยามคำศัพท์

1.6.1 นวัตกรรม

นวัตกรรม หมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ กระบวนการ หรือรูปแบบธุรกิจ เพื่อสร้างความแตกต่าง และเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

1.6.2 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการทุกประเภท ที่มีการจ้างงานและรายได้ไม่เกินตามที่กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ดังนี้

วิสาหกิจขนาดย่อม แบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 วิสาหกิจรายย่อย

- วิสาหกิจรายย่อยประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน

- วิสาหกิจรายย่อยประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน

1.2 วิสาหกิจขนาดย่อม

- วิสาหกิจขนาดย่อมประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

- วิสาหกิจขนาดย่อมประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน

1.3 วิสาหกิจขนาดกลาง

- วิสาหกิจขนาดกลางประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้เกิน 100-500 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานเกิน 50-200 คน

- วิสาหกิจขนาดกลางประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้เกิน 50-300 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานเกิน 30-100 คน

1.6.3 ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ตามสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560 ดังนี้ คือ

1. ผู้ประกอบการรายใหม่ หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่เริ่มต้นธุรกิจในระยะตั้งแต่ 3 เดือนขึ้นไป อยู่ในช่วงระยะตั้งไข่ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้างความเป็นที่รู้จัก สร้างฐานลูกค้า และสร้างรายได้เพื่อหล่อเลี้ยงธุรกิจตนเองให้ดำเนินต่อไปได้ โดยดำเนินธุรกิจมากกว่า 3 เดือน แต่ไม่เกิน 3.5 ปี (42 เดือน)
2. ผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3.5 ปี (42 เดือน) ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้สามารถผ่านพ้นช่วงการก่อตั้งธุรกิจใหม่ได้อย่างสมบูรณ์ และสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่อง

1.6.4 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)

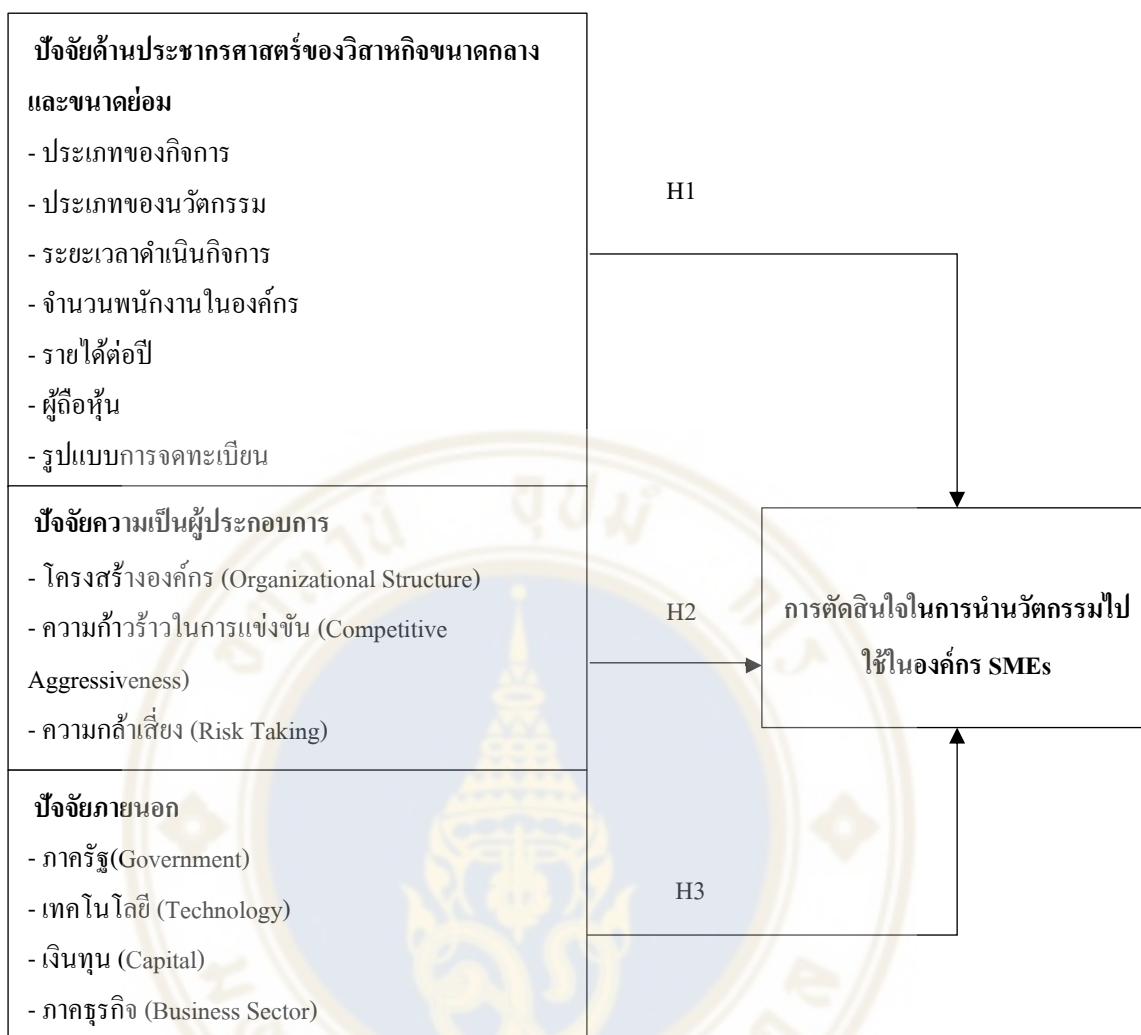
ความก้าวร้าวในการแข่งขัน หมายถึง ความพยายามอย่างกล้าหาญในการปรับเปลี่ยนแนวคิด หรือวิธีการในการบริหารจัดการการดำเนินงานขององค์กร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของการพัฒนาสินค้า หรือบริการ ที่เหนือกว่าคู่แข่งในตลาด

1.6.5 ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

ความกล้าเสี่ยง หมายถึง ความกล้าในการท้าทายขีดความสามารถ ความกล้าในการดำเนินธุรกิจที่มีโอกาสไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวัง ภายใต้สภาวะที่ไม่แน่นอน เช่น สภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง

1.7 กรอบแนวคิดในงานวิจัย (Conceptual Framework)

ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและทำการพัฒนารูปแบบที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล เพื่อส่งเสริมการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยมีกรอบแนวคิดงานวิจัยดังนี้



กรอบแนวคิดงานวิจัยประกอบด้วย ตัวแปรต้น (อิสระ) คือ 1.ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2. ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ และ 3. ปัจจัยภายนอก และตัวแปรตาม คือการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ จึงได้กำหนดสมมติฐานงานวิจัย ดังนี้

สมมติฐานงานวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยประกอบด้วย 3 ประเด็น ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

2.1.2 นวัตกรรมในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Innovation of SMEs)

2.1.3 ประเภทของนวัตกรรม

2.1.4 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

2.2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ

2.3 ปัจจัยภายนอก

2.4 ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ตาราง 2.1 การกำหนดลักษณะธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ประเภทกิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจรายย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม		รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)		
การผลิต	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	เกิน 100 - 500	เกิน 50 - 200
บริการ/ค้าส่ง/หรือ ค้าปลีก	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 30	เกิน 50 - 300	เกิน 30 - 100

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2563)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจที่ประกอบกิจการทุกประเภท ที่มีการจ้างงานและรายได้ไม่เกินตามที่กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ดังนี้

1. วิสาหกิจขนาดย่อม แบ่งเป็น 2 ประเภท

1.1 วิสาหกิจรายย่อย

- วิสาหกิจรายย่อยประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน

- วิสาหกิจรายย่อยประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 5 คน

1.2 วิสาหกิจขนาดย่อม

- วิสาหกิจขนาดย่อมประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้ไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน

- วิสาหกิจขนาดย่อมประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน

2. วิสาหกิจขนาดกลาง

- วิสาหกิจขนาดกลางประเภทกิจการการผลิต ที่มีรายได้เกิน 100-500 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานเกิน 50-200 คน

- วิสาหกิจขนาดกลางประเภทกิจการบริการ ค้าส่ง ค้าปลีก ที่มีรายได้เกิน 50-300 ล้านบาทต่อปี และมีการจ้างงานเกิน 30-100 คน

ซึ่งการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันของ SME ยังมีอุปสรรคอยู่บ้าง โดยเฉพาะกฎระเบียบของภาครัฐ เช่น การขอใบอนุญาตหรือการขอรับรองมาตรฐานต่างๆมีขั้นตอนมาก ใช้ระยะเวลาานหรือมีค่าใช้จ่ายสูงสำหรับธุรกิจ SME รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานบางอย่างที่จำเป็นต่อ SME ยังไม่สามารถให้บริการได้เพียงพอ นอกจากนี้ยังพบว่า SME ไทยส่วนใหญ่ขาดความรู้และความสามารถในการบริหารธุรกิจ ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้ ดังนั้นควรมุ่งเน้นการพัฒนา SME ให้เป็นผู้ประกอบการที่สร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศไทย เพื่อให้ SME ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยได้อย่างแท้จริง โดยการนำนวัตกรรมด้านต่างๆมาใช้ เช่น นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Tech Startup) และเพื่อให้ศักยภาพของผู้ประกอบการสมัยใหม่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ภาครัฐจำเป็นต้องส่งเสริมและสนับสนุนในหลายๆด้าน เช่น ด้านเงินทุน เพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่ประเทศที่ใช้นวัตกรรมเป็นแรงขับเคลื่อน

(Innovation-driven Economy) ได้อย่างแท้จริง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม , 2563) โดยการพัฒนาในระยะสั้น เพื่อให้ SME สามารถก้าวผ่านสถานการณ์โรคระบาดที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและทั่วโลก รัฐบาลจึงได้สร้างความพร้อมให้กับ SME ในการเข้าสู่การแข่งขันในเศรษฐกิจแบบใหม่ จากการส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการองค์กรและธุรกิจ รวมทั้งการปรับข้อกำหนดและลดข้อจำกัดหรืออุปสรรคทางธุรกิจให้เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ ซึ่งโครงการส่งเสริม SME ได้มุ่งเน้นพัฒนาธุรกิจกลุ่ม New S-Curve และกลุ่มที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการตลาดและเพิ่มศักยภาพให้กับกลุ่ม SME นอกจากนี้ยังส่งเสริมองค์ความรู้ด้านความเสี่ยงจากอัตราการแลกเปลี่ยนให้กับธุรกิจ SME ที่ทำการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นแผนส่งเสริม SME ปี 2564-2565 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564)

2.1.2 นวัตกรรมในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Innovation of SMEs)

1. ความท้าทายและข้อจำกัด

ณัฐวัฒน์ สุชะศิริวัฒน์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศิริ (2557) กล่าวว่า การพัฒนานวัตกรรมในธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทยมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก โดยข้อจำกัดที่เป็นปัจจัยหลักสำคัญที่ทางผู้บริหารหลายองค์กรให้ความเห็นเดียวกัน คือ การสนับสนุนของรัฐบาลที่ไม่เพียงพอ ทั้งด้านการเงิน องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนานวัตกรรม รวมถึงปัจจัยด้านต้นทุนของวัตถุดิบหรือต้นทุนในการผลิตสินค้าในการพัฒนานวัตกรรม การวิจัยที่มีต้นทุนสูง และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน

2. ความสามารถทางนวัตกรรม

ความสามารถทางนวัตกรรมถือเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างนวัตกรรม เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ของบริษัท (Ferraresi, et al., 2012; Hult, Hurley, & Knight, 2004; Suliyanto & Rahab, 2012) อังไฉ (อนุวัต สงสม, 2560) และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งการนำแนวคิดความสามารถทางนวัตกรรมมาใช้ จึงเป็นอีกกลยุทธ์สำคัญขององค์กรภาคธุรกิจต่างๆ เพื่อการพัฒนานวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จได้ในระยะยาว (Hana, 2013; Huang & Wang, 2011) อังไฉ (อนุวัต สงสม, 2560) โดยปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร มี 3 ปัจจัยหลักที่สำคัญ คือ

1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation) (Bygrave & Hofer , 1991) อังไฉ (อนุวัต สงสม, 2560) กล่าวว่าความเป็นผู้ประกอบการต้องมีความสัมพันธ์กับหน้าที่และกิจกรรมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องตามโอกาสที่ได้รับ พร้อมทั้งดำเนินการให้มีประสิทธิภาพตามโอกาสนั้น นอกจากนี้ยังต้องมีความกล้าเสี่ยง มีการทำงานเชิงรุก และการคิดค้นนวัตกรรมให้เหนือ

คู่แข่ง ซึ่งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมุ่งเน้นตลาด และความสามารถทางนวัตกรรม ที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ (Sathayopath, Lertpachin, & Thechatonmenasakool, 2014) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560)

2. การมุ่งเน้นการเรียนรู้ (Learning Orientation) เพื่อสร้างการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์กร จากงานวิจัยของ Ferraresi, Santos, Frega, & Pereira (2012) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560) กล่าวว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Shu-Hsien & Chi-Chuan (2009) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม และมีอิทธิพลโดยตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร

3. การมุ่งเน้นตลาด (Market Orientation) ถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมองค์กรในการสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้า และส่งผลโดยตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม รวมถึงผลการดำเนินงานของธุรกิจด้วย (Ferrareso, et al., 2012) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Farrell & Mavondo (2004) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560) กล่าวว่า การมุ่งเน้นตลาดส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติของพนักงานในองค์กร เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความแตกต่างขององค์ประกอบวัฒนธรรมการมุ่งเน้นตลาด ที่ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลลูกค้า คู่แข่ง และสภาพตลาด และสื่อสารข้อมูลดังกล่าวให้พนักงานในองค์กรทราบ เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าผ่านข้อมูลด้านการตลาด

3. ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจ

จากผลการศึกษาของ วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560) พบว่า การนำนวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์ใช้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทบริการ เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นแต่ต้นทุนหรือการลงทุนเท่าเดิมถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างมาก ซึ่งการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ธุรกิจบริการให้มีความเป็นนวัตกรรมเป็นสิ่งที่องค์กรต่างๆตระหนักถึง และต้องการปรับเปลี่ยนองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2551: เว็บไซค์) อ้างใน (วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา, 2560) ที่กล่าวว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้การพัฒนานวัตกรรมเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กร SME ได้

4. การพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับ SME ไทย

จากการศึกษาของ ฉิมชา ศรีสุชาติ (2561) พบว่า ผู้ประกอบการ SME สามารถก้าวผ่านความท้าทายและข้อจำกัดในเรื่องของ การสนับสนุนจากรัฐบาลที่ไม่เพียงพอ ต้นทุนในการพัฒนา

นวัตกรรมหรือวิจัยที่ค่อนข้างสูง และความยากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน (ณัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, 2557) หากผู้ประกอบการปรับมุมมองการพัฒนานวัตกรรม โดยไม่จำเป็นต้องรอการสนับสนุนจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว แต่ให้เริ่มพัฒนานวัตกรรมด้วยตนเองจากทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อเป็นการสร้างนวัตกรรมที่ต้นทุนต่ำและสร้างความเข้มแข็งจากภายใน เพื่อความอยู่รอดในการดำเนินธุรกิจ และสามารถแข่งขันได้ในยุคปัจจุบัน โดยมีแนวทางหลัก 3 แนวทาง ดังต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างความมอกงาม หมายถึงการสร้างแนวคิด (Concept idea) ที่สามารถสร้างคุณค่า และแก้ปัญหาให้กับลูกค้า จากแนวความคิดของ Kotler & Keller (2006) ที่ว่า การจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจได้ผู้ประกอบการจะต้องปรับเปลี่ยนแนวคิดจากการที่มุ่งเน้นการผลิตและการขาย เป็นการสร้างกระบวนการการส่งมอบคุณค่าให้แก่ลูกค้า เพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ

ขั้นที่ 2 การคัดเลือกโดยตัวเงิน คือการประเมินแนวคิดและเลือกแนวคิดที่ดีที่สุด เพื่อนำแนวคิดนั้นมาสร้างนวัตกรรมต้นแบบโดยใช้ข้อมูลทางการเงินประกอบการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิวัฒน์พร ทวีเดช, สุพจน์ แสงเงิน และ ณัฐพล ชุมวรฐายี (2554) ที่ว่าการดำเนินธุรกิจของ SME ที่ประสบความสำเร็จส่วนหนึ่งมาจากการยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยการจะขยายงานในแต่ละครั้งควรใช้การวิเคราะห์ทางการเงินเป็นเครื่องมือ และให้อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ความเสี่ยง

ขั้นที่ 3 ทดสอบการทำงาน คือการบริหารความเสี่ยงจากการนำนวัตกรรมมาใช้ โดยการทดสอบผลลัพธ์ของนวัตกรรม ก่อนการดำเนินการผลิตหรือขายจริง เนื่องจากทุกโครงการย่อมมีความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ ซึ่งความเสี่ยงเกิดจากความไม่แน่นอนของเหตุการณ์ ดังนั้นหากมีการจัดการความเสี่ยงจากการเพิ่มโอกาสความเป็นไปได้ของเหตุการณ์ที่คาดหวังไว้ให้เกิดขึ้น ก็จะลดโอกาสและความรุนแรงของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับการนำนวัตกรรมไปใช้ได้ (Project management institute, 2000)

5. นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริม SMEs ให้เกิดความยั่งยืน

จากการศึกษาของ สุชาติ อำนวยวิภาวี, ศิริวัฒน์ เปลียนบางยาง, เพ็ญศรี นิรินัง และจิระพันธ์ สุกณา (2563) กล่าวว่า ความยากในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการ SME ไทย ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนเองได้ ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เร่งสร้างนโยบายเพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ SME และลดกระบวนการทำงานให้มีความกระชับมากขึ้น (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ, 2559) โดยนโยบายหลักของภาครัฐมีรายละเอียดดังนี้

1. นโยบายด้านการพัฒนานวัตกรรม

คือการส่งเสริมให้ SME มีนวัตกรรม มีการใช้เทคโนโลยีในระดับที่สูงขึ้น เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับ SME ไทย ได้การทำธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในระดับโลก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แก่

1.1 กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาและส่งเสริมด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการ

1.2 กระทรวงอุตสาหกรรม ที่เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการ SME เพื่อยกระดับการผลิตให้มีมาตรฐาน ที่จะแข่งขันในระดับสากลได้

1.3 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ICT) ที่เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในภาคธุรกิจ

2. นโยบายด้านการตลาด

2.1 สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ในการพัฒนาสินค้าและบริการ รวมถึงเป็นศูนย์กลางความร่วมมือของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) โดยแผนการปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2560-2561 ฉบับที่ 4 ประกอบด้วย 3 แนวทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. Smart SMEs เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ให้มีศักยภาพ และสนับสนุนให้สินค้าและบริการได้มาตรฐานเพื่อเป็นที่ยอมรับ

2. Strong เป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME พัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบสินค้าและบริการให้มีเอกลักษณ์ ในธุรกิจประเภทอาหารท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์สมุนไพร เครื่องสำอาง เพื่อให้สามารถจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาผู้ประกอบการ SME ให้เป็นผู้ส่งออกรายใหม่

3. Ecosystem เป็นการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการ SME สามารถเข้าถึงองค์ความรู้แบบครบวงจร โดยจัดตั้งศูนย์ให้บริการ SME แบบครบวงจร เพื่อให้คำแนะนำในการพัฒนาช่องทาง การตลาด การประกอบกิจการ การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อสนับสนุนให้ SME ไทยประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2.2 กระทรวงพาณิชย์ มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต มั่งคั่งอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs มีความสามารถในการแข่งขันได้ในตลาดระดับสากลใน 4 ด้านหลัก (กระทรวงพาณิชย์, 2561) ซึ่งประกอบด้วย

- การส่งเสริมการตลาดออนไลน์
- การส่งเสริมการส่งออก
- การปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- การสร้างตราสินค้าระดับชาติ

กล่าวได้ว่า การส่งเสริมผู้ประกอบการ SME ให้มีความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศได้นั้น ภาครัฐคือปัจจัยสำคัญในการสร้างเครือข่ายและสร้างความร่วมมือทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงสถาบันการเงิน เพื่อให้การสนับสนุนและช่วยเหลือ จนกระทั่งการให้ความรู้เพื่อการดำเนินธุรกิจนวัตกรรม โดยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีคุณค่าและตอบสนองความต้องการของตลาดหรือของลูกค้า รวมถึงการสนับสนุนและการส่งเสริมการส่งออกสินค้าหรือบริการนวัตกรรมสู่ตลาดต่างประเทศเพื่อการขยายผลสู่เชิงพาณิชย์ได้อย่างยั่งยืน

3. นโยบายด้านการลงทุน

3.1 ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย หรือ SME Bank เป็นสถาบันการเงินภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลัง และกระทรวงอุตสาหกรรม มีนโยบายส่งเสริม SMEs ดังนี้

1. ด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้อย่างครอบคลุม ทั้งด้านการผลิต การบริหารจัดการองค์กร การเงิน การบัญชี การใช้เทคโนโลยี และการตลาด ซึ่งเป็น 5 ด้านที่สำคัญในการเป็นผู้ประกอบการ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2561)
2. ด้านการให้สินเชื่อ แก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการขอสินเชื่อ
3. ด้านการฟื้นฟูกลุ่มหนี้เสีย เพื่อปรับสถานะลูกหนี้ให้ดีขึ้น

3.2 นโยบายของธนาคารออมสิน ในการออกสินเชื่อให้แก่ผู้ประกอบการ SME เพื่อเป็นเงินทุนหมุนเวียน รวมถึงการให้ความรู้ทางการเงิน ทั้งการสร้างวินัยการออม การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ SMEs เพื่อสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้กับผู้ประกอบการ SME

2.1.3 ประเภทของนวัตกรรม

1. ประเภทของนวัตกรรม

จากการศึกษาของ (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997 ; Smith, 2006 ; Bessant & Tidd, 2007 และ Schilling, 2008) อ้างใน (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์, พักตร์ผอง วัฒนสินธุ์ (ดร.), อัจฉรา จันทรฉาย (ดร.), ประกอบ คุปรัตน์ (ดร.), 2553) กล่าวว่า การแบ่งประเภทนวัตกรรมแบ่งได้

หลายประเภทตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ โดยสามารถจำแนกประเภทของนวัตกรรม ได้ดังนี้

1.1 การจำแนกตามเป้าหมายของนวัตกรรม ประกอบด้วย

- นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีขึ้น (รักรักษ์ วรกิจโกคาทร, 2547) ซึ่งผลผลิตจะอยู่ในรูปแบบของสินค้า หรือบริการก็ได้ (Smith, 2006 ; Schilling, 2008) โดยปัจจัยสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม ได้แก่ เทคโนโลยี และความต้องการของลูกค้าหรือผู้ใช้ เพื่อสร้างประโยชน์ในทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับเจ้าของนวัตกรรม

- นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ใหม่ๆ หรือกระบวนการใหม่ๆ เพื่อให้การทำงานโดยรวมของกระบวนการมีประสิทธิภาพดีขึ้น ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลง กรรมวิธีการผลิต การจำหน่าย หรือการจัดการองค์การ เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมให้แก่ผู้บริโภคในลำดับถัดไป (Capon et al, 1992 ; Ettlit & Reza, 1992 ; Gopalakrishnan & Damanpour, 1997)

1.2 การจำแนกตามระดับของการเปลี่ยนแปลง

- นวัตกรรมในลักษณะเฉียบพลัน (Radical Innovation) เป็นนวัตกรรมที่มีความใหม่ระดับแตกต่างจากเดิมโดยสิ้นเชิง หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่ไม่มีโครงสร้างเดิมอยู่เลย (Schilling, 2008) เช่น กล้องถ่ายรูปแบบดิจิทัลแทนกล้องถ่ายรูปแบบใช้ฟิล์ม เป็นต้น กล่าวคือนวัตกรรมในลักษณะนี้จะทำให้ผู้ประกอบการเป็นผู้นำตลาดของธุรกิจเหล่านั้น รวมทั้งสร้างมูลค่าทางการตลาดและความอยู่รอดได้มากกว่านวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Utterback, 1994 ; Gatignon et al., 2002)

- นวัตกรรมในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Innovation) เป็นนวัตกรรมที่พัฒนาการเปลี่ยนแปลงของประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการในระดับเล็กน้อย จากเทคโนโลยีที่มีอยู่ (รักรักษ์ วรกิจโกคาทร, 2547 ; Gatignon, 2002 ; Schilling, 2008) ภายใต้โครงสร้างเดิม เช่น เครื่องซักผ้าที่เปลี่ยนระบบการหมุน และประสิทธิภาพการซักให้มีคุณภาพดีขึ้น (Christensen, 1997)

1.3 การจำแนกตามขอบเขตของผลกระทบ

- นวัตกรรมทางเทคโนโลยี (Technological Innovation) เป็นนวัตกรรมที่โดยพื้นฐานพัฒนามาจากเทคโนโลยี ซึ่งการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญเป็นอย่างมากต่อองค์กรธุรกิจ ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และตอบสนองความต้องการของลูกค้า (พันธุ้อาจ ชัยรัตน์, 2547 ; Untterback & Suarez, 1993 ; Schilling, 2008) ส่งผลให้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเป็นได้ทั้งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมที่มีลักษณะเฉียบพลัน

และนวัตกรรมที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป บนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเปลี่ยนแปลง (Evan, 1966 ; Utterback & Abernathy, 1975 ; Kimberly & Evanisko, 1981 และ Damanpour, 1987)

- นวัตกรรมทางการบริหาร (Administrative Innovation) เป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงระบบการทำงาน การจัดการองค์กรใหม่ ทั้งการผลิต การออกแบบ และการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น การใช้แนวคิด Balanced Score Card ในการประเมินความสามารถขององค์กร (รักษั วัร กิจ โภคาทร, 2547) ซึ่งมีความสัมพันธ์กับนโยบายโครงสร้างองค์กร ระบบ รูปแบบ และกระบวนการจัดการภายในขององค์กรโดยตรง (Gopalakrishnan & Dmanpour, 1997 ; Cooper, 1998)

2.1.4 กระบวนการยอมรับนวัตกรรม

จากการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมตามกรอบแนวคิดของ Everett M. Rogers [3], อ้างใน (พาสนา เอกอุดมพงษ์, 2557) จึงได้แบ่งกระบวนการออกเป็น 5 ขั้นตอน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขั้นที่ 1 ขั้นความรู้ (Knowledge)

เป็นขั้นของการเริ่มต้นค้นหาหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อให้รู้จักนวัตกรรม สร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับนวัตกรรม รวมถึงเพื่อให้รู้วิธีการใช้นวัตกรรม จากการเข้าร่วมการประชุมทางวิชาการเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อไม่ให้ปฏิเสธนวัตกรรมจากสาเหตุการใช้ไม่เป็น และเพื่อให้รู้เกี่ยวกับหลักการของนวัตกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่จะช่วยให้บรรลุในการสร้างนวัตกรรม เนื่องจากความรู้ถือเป็นกฎเกณฑ์เบื้องต้นของนวัตกรรม

2. ขั้นที่ 2 ขั้นจูงใจ (Persuasion)

เป็นขั้นของกระบวนการตัดสินใจ จากความต้องการการเปลี่ยนแปลงจากสถานะเดิมที่เป็นอยู่ แต่เกิดความไม่แน่ใจ จึงต้องประเมินคุณค่าของนวัตกรรมที่มีต่อตนเองทั้งในปัจจุบันหรืออนาคตก่อนการตัดสินใจ โดยเริ่มต้นค้นหาหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรม เพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งอาจมีการใช้อารมณ์ร่วมในการตัดสินใจครั้งนี้ คืออาจมีทั้งชอบและไม่ชอบ แต่หากประเมินข้อมูลที่ได้รับแล้วว่า นวัตกรรมมีคุณประโยชน์ต่อตนเองมากกว่าโทษ อาจจะมีความรู้สึกในแง่ดีต่อนวัตกรรม

3. ขั้นที่ 3 ขั้นตัดสินใจ (Decision)

เป็นขั้นของการเลือกที่จะยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรม ซึ่งเป็นผลมาจากขั้นความรู้ และขั้นจูงใจ หากบุคคลนั้นมีความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรม รู้จักวิธีการใช้งาน รวมถึงหลักการของนวัตกรรม ผนวกกับเกิดความรู้สึกชอบในนวัตกรรม จากค้นหาหาข้อมูลและการประเมินคุณค่าที่จะ

ได้รับในแง่คุณประโยชน์มากกว่าโทษ รวมถึงการได้ทดลองใช้นวัตกรรม บุคคลนั้นก็มีแนวโน้มที่จะตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งในขั้นนี้ถือเป็นขั้นที่สำคัญมากต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรม

4. ขั้นที่ 4 ขั้นการนำไปใช้ (Implementation)

เป็นขั้นของความสามารถในการนำไปใช้ ก็จะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้อย่างไร แล้วจะนำนวัตกรรมมาจากไหน ใช้อย่างไรแล้วจะเกิดปัญหาตามมาหรือไม่ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างไร ในขั้นนี้จะต้องพยายามค้นหาทุกสิ่งเกี่ยวกับนวัตกรรม ซึ่งในขั้นนี้จะหมายถึงการคัดเลือกรูปแบบและกระบวนการของนวัตกรรมให้เหมาะสมกับบุคคล โดยขั้นนี้จะสิ้นสุดเมื่อนวัตกรรมถูกนำไปใช้และกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน ทำให้จบสิ้นกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม แต่บางครั้งขั้นนี้อาจนำไปสู่ขั้นที่ 5 ขั้นตอนการยืนยันได้

5. ขั้นที่ 5 ขั้นยืนยัน (Confirmation)

เป็นขั้นสุดท้ายของกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม ซึ่งในขั้นนี้บุคคลจะมีการเปลี่ยนแปลงต่อการตัดสินใจหรือไม่ ขึ้นอยู่กับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเกี่ยวกับนวัตกรรม รวมถึงการสนับสนุน การได้รับการยอมรับเกี่ยวกับนวัตกรรมเพิ่มเติม คำแนะนำจากผู้รู้หรือผู้มีประสบการณ์ เพื่อประกอบการตัดสินใจอีกครั้ง หากมีความขัดแย้งกับข้อมูลเดิมที่เคยได้รับ บุคคลจะพยายามหลีกเลี่ยงความขัดแย้ง โดยอิทธิพลเหล่านี้ส่งผลต่อขั้นการยืนยันเป็นอย่างมาก

2.2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ

1. ปัจจัยด้านโครงสร้างองค์กร (Organizational Structure)

กนกวรรณ ภูใหม่ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กรบริบท ธนาคารพาณิชย์ ได้อธิบายว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมของธนาคาร ได้แก่ปัจจัยทางด้านนวัตกรรมองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ความคิดสร้างสรรค์และการบริหารจัดการภายในองค์กร แรงจูงใจ และโครงสร้างองค์กร โดยบุคลากรจะต้องมีเป้าหมายเดียวกันจากการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจและเป้าหมายทางด้านนวัตกรรมอย่างชัดเจน เพื่อพัฒนาบุคลากรและองค์ความรู้ขององค์กร ให้บุคลากรขององค์กรมีความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดริเริ่ม กล้าทำสิ่งใหม่ๆ รวมไปถึงผู้นำในทุกระดับขององค์กรต้องให้ความสำคัญและเอื้ออำนวยต่อการสร้างนวัตกรรมให้กับบุคลากรในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aysegul Özsoyer, Roger J. Calantone and Anthony Di Benedetto (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร และได้อธิบายว่า การดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Posture) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดคนนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คู่แข่ง และความกล้าเสี่ยง

ตามลำดับ และปัจจัยสำคัญรองลงมาคือโครงสร้างองค์กร แทนการที่องค์กรจะต้องปรับตัวเข้าหากการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ เป็นองค์กรที่มีโครงการสร้างองค์กรแบบใหม่ ซึ่งควรเป็นโครงสร้างองค์กรแบบยืดหยุ่นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความกล้าเสี่ยง

2. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)

Axel Juslin (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นตลาด ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และประสิทธิภาพของบริษัท ได้อธิบายว่าความก้าวร้าวในการแข่งขันมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของบริษัท โดยการมุ่งเน้นตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความก้าวร้าวในการแข่งขันกับประสิทธิภาพของบริษัท ซึ่งพบว่าเมื่อมีการมุ่งเน้นตลาดในระดับสูง ผลกระทบเชิงบวกระหว่างประสิทธิภาพของบริษัทและความก้าวร้าวในการแข่งขันจะแข็งแกร่งมากกว่าการมุ่งเน้นตลาดในระดับต่ำ โดยจุดมุ่งหมายสูงสุดของการใช้พฤติกรรมก้าวร้าวในการแข่งขันและการทำท่ายุ่แข่ง ก็เพื่อใหับรรลุการเข้าสู่ตลาดใหม่หรือปรับปรุงตำแหน่งทางการตลาดขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมเดียวกัน (Lumpkin & Dess, 1996; and Smith et al, 2001) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aysegul Özsoyer, Roger J. Calantone and Anthony Di Benedetto (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร ได้อธิบายว่า ความก้าวร้าวในการแข่งขันเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญระดับสูงสุดในการกำหนดนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งเป็นหนึ่งในองค์ประกอบในด้านการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Posture)

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)

นัสรี มะแน (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้อธิบายว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านการดำเนินงานเชิงรุกมีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SME ในระดับสูงสุด ซึ่งประกอบด้วยความกล้าเสี่ยง หมายถึง ความกล้าในการตัดสินใจ ทำกิจกรรมภายใต้สถานะที่ไม่แน่นอนต่างๆ และยอมรับความเสี่ยงได้ ที่เป็นปัจจัยสำคัญรองลงมาจากการดำเนินงานเชิงรุก และความเป็นตัวเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Aysegul Özsoyer, Roger J. Calantone and Anthony Di Benedetto, (1997) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่ส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร ได้อธิบายว่า การดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ (Strategic Posture) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งประกอบด้วยความความกล้าเสี่ยง ที่เป็นปัจจัยรองลงมาจากความก้าวร้าวในการแข่งขัน ที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SME

2.3 ปัจจัยภายนอก

1. ภาครัฐ (Government)

นภัส แดงบุหงา (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ได้อธิบายว่า ปัจจัยภาครัฐมีความสำคัญเป็นอันดับ 3 คือการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ภาคอุตสาหกรรมคิดค้นนวัตกรรมขึ้น ซึ่งอาจเป็นการสนับสนุนในรูปแบบของนโยบาย เงินทุนผ่านกระทรวงต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับ นัสรี มะแน (2562) ได้อธิบายว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SME สูงสุดคือ ภาครัฐ จึงแสดงให้เห็นว่าภาครัฐมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการส่งเสริมและสนับสนุนนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างต่อเนื่อง เพราะนวัตกรรมยังคงเป็นรากฐานที่สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย

2. เทคโนโลยี (Technology)

กนกวรรณ ภูใหม่ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กรบริบท ธนาคารพาณิชย์ ได้อธิบายว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อนวัตกรรมองค์กรสูงสุด โดยด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญเป็นอันดับสองรองจากการจัดจ้างองค์กรภายนอก (outsourcing) จึงได้เสนอแนะให้องค์กรจัดตั้งหน่วยงานที่ทำการประเมินเรื่องของเทคโนโลยีโดยเฉพาะ โดยต้องเลือกเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมมาปรับใช้กับองค์ทั้งในส่วนของ ผลิตภัณฑ์ บริการและกระบวนการทำงานภายในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Ebru Beyza Bayarçelik, Fulya Taşel and Sinan Apak (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดใช้นวัตกรรมในองค์กร SMEs ได้อธิบายว่าความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยภายนอกที่มีความสำคัญรองลงมาที่ส่งผลต่อการใช้นวัตกรรมในองค์กร SMEs ซึ่งแม้จะมีต้นทุนสูง แต่องค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากเพื่อพัฒนาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความรวดเร็ว ความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยการให้ความสำคัญเกี่ยวกับการอบรมพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับเรื่องเทคโนโลยีเพื่อให้กระบวนการดำเนินอย่างต่อเนื่องก็เป็นเรื่องสำคัญเช่นกัน

3. เงินทุน (Capital)

นัสรี มะแน (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้อธิบายว่า ปัจจัยภายนอกที่ส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการ SME เป็นอันดับสามได้แก่ เงินทุน ซึ่งอาจเป็นเงินทุนจากการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้าไปช่วยเหลือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยตรง และสร้างความเป็นกันเองเพื่อสร้างความไว้วางใจและปลูกฝังเรื่องการออมและการดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม ซึ่งสอดคล้องกับ Ebru Beyza Bayarçelik, Fulya Taşel and Sinan Apak (2014) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายนวัตกรรมในองค์กร SMEs ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านเงินทุนเป็นปัจจัยที่สำคัญอันดับสาม ที่มีอิทธิพลต่อการใช้นวัตกรรมในองค์กร SMEs เนื่องจากเงินทุนเปรียบเสมือนแรงดันในองค์กรมีความสามารถในการขับเคลื่อนนวัตกรรม ทำให้ความสามารถทางการเงินเป็นทรัพยากรหนึ่ง ที่องค์กรมีความต้องการในการเริ่มต้นธุรกิจ การดำเนินงาน หรือการเติบโตของธุรกิจ และความสามารถทางการเงินเป็นเงื่อนไขที่สำคัญต่อการพัฒนาเทคโนโลยีในการสร้างนวัตกรรมให้กับองค์กร

4. ภาคธุรกิจ (Industry)

นภัส แดงบุหงา (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านภาคอุตสาหกรรมหรือภาคธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่สี่ คือการที่องค์กรสามารถใช้ประโยชน์จากการสนับสนุนของภาคอุตสาหกรรมหรือภาคธุรกิจ เช่น สมาคมหรือองค์กรกลางที่มีการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนานวัตกรรมให้แก่องค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ นัสรี มะแน (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้อธิบายว่า ปัจจัยด้านภาคธุรกิจหรือภาคอุตสาหกรรม เป็นปัจจัยสำคัญอันดับสามที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จากการสร้างความร่วมมือในการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันของภาคธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจสามารถช่วยส่งเสริมและรักษานวัตกรรมและพัฒนาอุตสาหกรรม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การพัฒนานวัตกรรมในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในและต่างประเทศ สร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต องค์กรจำเป็นต้องพัฒนาทั้งปัจจัยภายใน ที่เป็นการส่งเสริมบุคลากรขององค์กรให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดริเริ่ม กล้าทำสิ่งใหม่ เพื่อการดำเนินงานเชิงรุก ทำทายคู่แข่ง และสร้างตลาดใหม่ และปัจจัยภายนอก ในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน องค์กรความรู้ และเทคโนโลยี จากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ และจากการร่วมมือกันภายในอุตสาหกรรม

2.4 ประมวลผลการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.4.1 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สามารถสรุปได้ดังนี้

ตาราง 2.2 สรุปทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลำดับ	หัวข้อวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
1.	ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ นภัส แดงบุหงา (2559)	การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในบริบทงานวิจัย 3 คน อุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ	ผลการสำรวจพบว่าผู้บริหารระดับสูงในบริษัทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมีความเห็นว่าปัจจัยด้านผู้จัดหาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยสำคัญลำดับแรก ปัจจัยด้านการศึกษา ปัจจัยภาครัฐ ปัจจัยด้านภาคอุตสาหกรรม และปัจจัยด้านลูกค้า ตามลำดับ
2.	การศึกษาปัจจัยสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมองค์กรบริบท ธนาคารพาณิชย์ กนกวรรณ ภูใหม่ (2559)	แบบสอบถามบุคคลากรที่ทำงานอยู่ในธนาคารพาณิชย์ จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ ธนาคารกรุงเทพ ธนาคารกสิกร ธนาคารไทยพาณิชย์ ธนาคารกรุงไทย และธนาคารกรุงศรีอยุธยา	ปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กรส่งผลกระทบทางตรงต่อนวัตกรรม ปัจจัยภายนอกส่งผลต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร โดยปัจจัยที่เอื้อต่อนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด คือการจัดจ้างองค์ภายนอก เทคโนโลยี และลูกค้า ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยทางอ้อมที่ส่งผลกระทบต่อการสร้างนวัตกรรม

ลำดับ	หัวข้อวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
3.	<p>ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส</p> <p>นัสรี มะแน</p> <p>(2562)</p>	<p>แบบสอบถามธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตพื้นที่ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 188 ตัวอย่าง</p>	<p>คุณลักษณะของผู้ประกอบการส่งผลทางบวกต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับสูง และปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการสูงสุด คือภาครัฐ ในขณะที่ภาคการศึกษา ภาคธุรกิจ ภาคเงินทุน มีส่วนส่งเสริมความสามารถทางนวัตกรรมแก่ผู้ประกอบการรองลงมาตามลำดับ</p>
4.	<p>What makes firms more innovative? A look at organizational and environmental factors</p> <p>(Aysegul Özsoyer, Roger J. Calantone and Anthony Di Benedetto, 1997)</p>	<p>แบบสอบถามจำนวน 500 ตัวอย่าง ของบริษัท SMEs ในประเทศตุรกี</p>	<p>ปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กรมีผลต่อการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรมากที่สุด ปัจจัยด้านการก้าวร้าว การแข่งขัน คู่แข่ง ความเสี่ยงในการนำกลยุทธ์มาใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมโดยกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อสร้างกระบวนการและผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง รองลงมาคือโครงสร้างองค์กร ควรมีองค์ประกอบที่มากขึ้น มีโครงการสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์เชิงรุก</p>

ลำดับ	หัวข้อวิจัย	วิธีการเก็บข้อมูล/กลุ่มตัวอย่าง	ผลการวิจัย
5.	<p>A Research on Determining Innovation Factors for SMEs (Ebru Beyza Bayarçelik, Fulya Taşel and Sinan Apak, 2014)</p>	<p>ใช้วิธีการบวกราคาคัดสินใจแบบวิเคราะห์ลำดับชั้น (AHP method) ในการสัมภาษณ์เจ้าของบริษัท และผู้จัดการจำนวน 34 บริษัท SMEs ในประเทศตุรกี</p>	<p>ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดใช้นวัตกรรมในองค์กร SMEs คือ ทักษะการจัดการ รองลงมาคือ เทคโนโลยี ความสามารถขององค์กร เงินทุน และขนาดขององค์กร ตามลำดับ ซึ่งทักษะการจัดการมีบทบาทสำคัญในกระบวนการนวัตกรรม โดยส่งเสริมกิจกรรมผู้ประกอบการในบริษัท จัดสรรทรัพยากรอย่างเปิดกว้าง และสนับสนุนการทำงานร่วมกันในองค์กร</p>
6.	<p>Market Orientation, Competitive Aggressive, and Firm Performance (Axel Juslin, 2019)</p>	<p>แบบสอบถามผู้จัดการอาวุโสของบริษัทในประเทศฟินแลนด์ที่มีพนักงานมากกว่า 5 คนขึ้นไป จำนวน 2008 ตัวอย่าง โดยเก็บข้อมูล 3 ช่วง คือ 2014, 2016 และ 2018</p>	<p>ผลการสำรวจพบว่าความก้าวร้าวในการแข่งขันมีผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพของบริษัท โดยการมุ่งเน้นตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความก้าวร้าวในการแข่งขันกับประสิทธิภาพของบริษัท โดยพบว่าเมื่อมีการมุ่งเน้นตลาดในระดับสูง ผลกระทบเชิงบวกระหว่างประสิทธิภาพของบริษัทและความก้าวร้าวในการแข่งขันจะแข็งแกร่งมากกว่า การมุ่งเน้นตลาดในระดับต่ำ</p>

จากตาราง 2.2 สรุปบททวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ทั้งปัจจัยภายในองค์กร เช่น ความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถทางนวัตกรรม ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความกล้าเสี่ยง และปัจจัยภายนอก เช่น ภาครัฐ เทคโนโลยี เงินทุน ภาคอุตสาหกรรมหรือภาคธุรกิจ คู่แข่ง ส่งผลต่อการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยภายนอกส่งผลต่อปัจจัยด้านนวัตกรรมองค์กร โดยปัจจัยภายนอกที่เอื้อต่อนวัตกรรมองค์กรมากที่สุด คือการจัดจ้างองค์กรภายนอก เทคโนโลยี และลูกค้าตามลำดับ และปัจจัยด้านกลยุทธ์องค์กร มีผลต่อการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการสร้างนวัตกรรมโดยกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง ประกอบกับโครงสร้างองค์กรที่ยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์เชิงรุก



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบใช้เกณฑ์ผู้วิจัย (judgmental or purposive sampling) ซึ่งมีขอบเขตของงานวิจัยครอบคลุมทั้งในส่วนของปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรของ SMEs โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการทำวิจัย ดังนี้

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

3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร (Population)

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม) ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว โดยต้องเป็นผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจกับการนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจในเบื้องต้น ซึ่งจะเป็นผู้ประกอบการที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จำนวน 440 ราย อ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์ mis.nia.or.th สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปี 2564

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sampling)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจกับการนำนวัตกรรมไปพัฒนาธุรกิจในเบื้องต้น โดยเป็นผู้ประกอบการที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จำนวน 205 ราย จากจำนวนประชากรทั้งหมด 440 ราย คำนวณโดยใช้สูตร (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างถึงใน ประสพชัย พสุนนท์, 2557 หน้า 112) เนื่องจากเป็นการกำหนดขนาดตัวอย่าง ที่มีขนาดเล็ก ผู้วิจัยจึงเลือกการกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทางของ Krejcie and Morgan (1970) โดยอ้างอิงที่มาของสูตรการคำนวณจาก National Education Association ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{\chi^2 NP(1-P)}{e^2(N-1) + \chi^2 P(1-P)}$$

เมื่อ n แทนขนาดตัวอย่าง

χ^2 แทนค่าไคสแควร์ (Chi-square Value) ที่ความเชื่อมั่น 95% และองศาความเป็นอิสระ (Degree of Freedom: df) เท่ากับ 1

N แทนขนาดของประชากร

P แทนสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

e แทนค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้

โดยในที่นี้กำหนด $\chi^2 = 3.84$ ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$)

$P = 0.50$ แทนสัดส่วนของลักษณะประชากรที่สนใจและไม่สนใจ
อย่างละครึ่ง จะทำให้ได้ขนาดตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่ที่สุดตามหลักแคลคูลัส (ประสพชัย พสุนนท์, 2548)

$$e = 0.05, N = 440$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่าตัวแปรในสูตร จะได้ } n &= \frac{3.84(440)(0.5)(1-0.5)}{(0.05)^2(440-1) + 3.84(0.5)(1-0.5)} \\ &= \frac{422.40}{2.06} \end{aligned}$$

$$n = 205.05$$

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าจำนวนขนาดตัวอย่าง (Sampling Size) จะเท่ากับ 205 ราย จากจำนวนประชากร 440 ราย หรือแสดงผลการคำนวณตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie and Morgan (1970) ดังนี้

ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง	ขนาด ประชากร	ขนาด ตัวอย่าง
10	10	100	80	280	162	800	260	2,800	338
15	14	110	86	290	165	850	265	3,000	341
20	19	120	92	300	169	900	269	3,500	346
25	24	130	97	320	175	950	274	4,000	351
30	28	140	103	340	181	1,000	278	4,500	354
35	32	150	108	360	186	1,100	285	5,000	357
40	36	160	113	380	191	1,200	291	6,000	361
45	40	170	118	400	196	1,300	297	7,000	364
50	44	180	123	420	201	1,400	302	8,000	367
55	48	190	127	440	205	1,500	306	9,000	368
60	52	200	132	460	210	1,600	310	10,000	370
65	56	210	136	480	214	1,700	313	15,000	375
70	59	220	140	500	217	1,800	317	20,000	377
75	63	230	144	550	226	1,900	320	30,000	379
80	66	240	148	600	234	2,000	322	40,000	380
85	70	250	152	650	242	2,200	327	50,000	381
90	73	260	155	700	248	2,400	331	75,000	382
95	76	270	159	750	254	2,600	335	100,000	384

ภาพที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างจากการคำนวณของ Krejcie and Morgan (1970)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยปัจจัยภาครัฐ เทคโนโลยี เงินทุน ภาคธุรกิจ โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) และความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หลังจากนั้นผู้วิจัยได้พัฒนาข้อ

คำถามให้สอดคล้องตามกรอบแนวคิดงานวิจัย ให้สามารถตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วยคำถาม 14 ข้อ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ได้แก่ ประเภทกิจการ ประเภทของนวัตกรรม ระยะเวลาดำเนินกิจการ จำนวนพนักงานในองค์กร รายได้ต่อปี ผู้ถือหุ้น สถานที่ดำเนินการ รูปแบบการจดทะเบียน ส่วนที่ 2 ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งงานในองค์กร และช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร เป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เป็นคำถามแบบปลายปิด (Close-ended questions)

ข้อที่ 1 ประเภทกิจการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- 1.การผลิต
- 2.การบริการ
- 3.การค้าส่ง
- 4.การค้าปลีก

ข้อที่ 2 ประเภทของนวัตกรรม ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

- 1.FinTech
- 2.EdTech
- 3.MedTech
- 4.TravelTech
- 5.อื่นๆโปรดระบุ.....

ข้อที่ 3 ระยะเวลาดำเนินกิจการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

- 1.น้อยกว่า 6 เดือน
2. 1-2 ปี
3. 3-5 ปี
4. มากกว่า 5 ปี

ข้อที่ 4 จำนวนพนักงานในองค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

1. ไม่เกิน 5 คน

2. ไม่เกิน 30 คน

3. ไม่เกิน 50 คน

4. 30 – 100 คน

5. 50 – 200 คน

ข้อที่ 5 รายได้ต่อปี ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังนี้

1. ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท

2. ไม่เกิน 50 ล้านบาท

3. ไม่เกิน 100 ล้านบาท

4. 50 -300 ล้านบาท

5. 100 – 500 ล้านบาท

ข้อที่ 6 ผู้ถือหุ้น ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. คนไทย 100%

2. คนไทย 51% ขึ้นไป

3. คนไทยน้อยกว่า 51%

ข้อที่ 7 สถานที่ดำเนินการ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. กรุงเทพฯและปริมณฑล

2. จังหวัดอื่นๆ

ข้อที่ 8 รูปแบบการจัดทะเบียน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. กิจการเจ้าของคนเดียว

2. กิจการห้างหุ้นส่วน

3. บริษัทจำกัด

ข้อที่ 9 เพศ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.ชาย

2.หญิง

ข้อที่ 10 อายุ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

1. 21 – 30 ปี
2. 31 – 40 ปี
3. 41 – 50 ปี
4. 51 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 11 ระดับการศึกษา ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
2. ปริญญาตรี
3. สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 12 ประสบการณ์ในการทำงาน ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ (Ordinal scale) แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

1. น้อยกว่า 5 ปี
2. 6 – 10 ปี
3. 11 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 13 ตำแหน่งงานในองค์กร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. CEO
2. Manager
3. Operators
4. อื่นๆ โปรดระบุ.....

ข้อที่ 14 ช่องทางการรับข้อมูลข่าวสาร ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) แบ่งออกเป็น 11 ประเภท ดังนี้

1. สื่อออนไลน์
 - 1.1 Facebook
 - 1.2 Instagram
 - 1.3 Twitter
 - 1.4 Youtube
 - 1.5 Website

1.6 อื่นๆ โปรดระบุ.....

2.สื่อออนไลน์

2.1 โทรทัศน์

2.2 วิทยุ

2.3 ป้ายโฆษณา

2.4 สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

2.5 อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 โดยข้อคำถามจะครอบคลุมทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่มีผลต่อการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร มีจำนวนข้อคำถามรวมทั้งสิ้น 22 ข้อ โดยแยกเป็นรายชื่อดังต่อไปนี้

1.ปัจจัยภาครัฐ จำนวน 3 ข้อ

2.เทคโนโลยี จำนวน 3 ข้อ

3.เงินทุน จำนวน 3 ข้อ

4.ภาคธุรกิจ จำนวน 3 ข้อ

5.โครงสร้างองค์กร จำนวน 4 ข้อ

6.ความก้าวร้าวในการแข่งขัน จำนวน 3 ข้อ

7.ความกล้าเสี่ยง จำนวน 3 ข้อ

โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ประเมินคำตอบโดยทำการเลือกได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งมีการกำหนดระดับความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้ (นัสรี มะเน, 2562 อ้างถึงใน ธนากร ภัทรพูนสิน, 2556)

ค่าระดับ 5 หมายความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าระดับ 4 หมายความว่า เห็นด้วย

ค่าระดับ 3 หมายความว่า ปานกลาง

ค่าระดับ 2 หมายความว่า ไม่เห็นด้วย

ดังนี้

ค่าระดับ 1 หมายความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลใช้หลักเกณฑ์การคำนวณพิสัย (Rang) เพื่อหาความกว้างของอันตรภาคชั้น

$$\begin{aligned}\text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80\end{aligned}$$

ซึ่งเกณฑ์ในการแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ แบ่งระดับ ดังนี้

คะแนนตั้งแต่ 4.21 – 5.00 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูงมาก

คะแนนตั้งแต่ 3.41 – 4.20 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง

คะแนนตั้งแต่ 2.61 – 3.40 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนตั้งแต่ 1.81 – 2.60 ระดับความเห็นอยู่ในระดับต่ำ

คะแนนตั้งแต่ 1.00 – 1.80 ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับต่ำมาก

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 โดยข้อคำถามจะครอบคลุมกระบวนการยอมรับนวัตกรรม 5 ขั้นตอน มีจำนวนข้อคำถามรวมทั้งสิ้น 15 ข้อ โดยแยกเป็นรายชื่อ ดังต่อไปนี้

1. ชั้นเกิดความรู้ 3 ข้อ
2. ชั้นการโน้มน้าว 3 ข้อ
3. ชั้นการตัดสินใจ 3 ข้อ
4. ชั้นการนำไปใช้ 3 ข้อ
5. ชั้นการยืนยัน 3 ข้อ

โดยเป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สร้างตามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ประเมินคำตอบโดยทำการเลือกได้เพียงคำตอบเดียว ซึ่งมีการกำหนดระดับความคิดเห็นไว้ 5 ระดับ ดังต่อไปนี้ (นัสรี มะแน, 2562 อ้างถึงใน ชนากร ภัทรพูนสิน, 2556)

ค่าระดับ 5 หมายความว่า เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ค่าระดับ 4 หมายความว่า เห็นด้วย

ค่าระดับ 3 หมายความว่า ปานกลาง

ค่าระดับ 2 หมายความว่า ไม่เห็นด้วย

ค่าระดับ 1 หมายความว่า ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การแปลผลใช้หลักเกณฑ์การคำนวณพิสัย (Rang) เพื่อหาความกว้างของอันตรภาคชั้น

ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{พิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

ซึ่งเกณฑ์ในการแปลผลจากค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับ แบ่งระดับ 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

3.3 การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ในหัวข้อเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีความเที่ยงตรง ดังนี้

การทดสอบความถูกต้องของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีประสบการณ์ในการประเมินวิเคราะห์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence, IOC) โดยผลการประเมินวิเคราะห์ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่ามีค่า IOC มากกว่า 0.5 ซึ่งแสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหา และมีความสอดคล้องวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จากการใช้สูตรคำนวณ (อารยา องค์กรเยี่ยม และพงศธราร วิจิตเวชไพศาล, 2561) ดังนี้

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

เมื่อ IOC หมายถึง ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับเนื้อหา

$\sum R$ หมายถึง ผลรวมของคะแนนจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การให้คะแนนแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

+1 หมายถึง คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

-1 หมายถึง คำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการ SME ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 โดยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขอใช้ข้อมูลดังกล่าวกับผู้อำนวยการสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ประกอบกับผู้วิจัยเองเป็นเจ้าของที่พัฒนาโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ซึ่งดูแลและรับผิดชอบโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ในส่วนของภาคกลาง กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงขอความอนุเคราะห์ในการใช้สิทธิ์เพื่อเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการ SME ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ผ่านเว็บไซต์ mis.nia.or.th เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ โดยกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และจดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว โดยใช้หลักการเลือกผู้ประกอบการที่มีความสนใจในนวัตกรรมเบื้องต้น ซึ่งหมายถึงผู้ประกอบการที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด (Open Innovation) ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จำนวน 205 ราย

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วารสารวิชาการ เอกสารงานวิจัย บทความ และข้อมูลจากเว็บไซต์ (Website) ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อมาสร้างแบบสอบถาม

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จะวิเคราะห์ข้อมูล 2 ประเภท ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

- วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้ค่าสถิติความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

- วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistic Analysis)

- สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

- สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อศึกษาทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น หรือตัวแปรอิสระ (Independent Variable) กับตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เป็นตัวบ่งชี้ถึงทิศทางความสัมพันธ์ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) จากผู้ประกอบการ SME ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จากจำนวนประชากรทั้งหมด 440 ราย เพื่อรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 205 ราย ในการนำมาวิเคราะห์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS: Statistical Packet for The Social Sciences) ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งได้ดังนี้

- 4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 4.4 การทดสอบสมมติฐาน

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย ประเภทของกิจการ ประเภทของนวัตกรรม ระยะเวลาดำเนินกิจการ จำนวนพนักงานในองค์กร รายได้ต่อปี ผู้ถือหุ้น สถานที่ดำเนินการ และรูปแบบการจดทะเบียน โดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) แสดงผลจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทกิจการ

ประเภทของกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
การผลิต	94	45.85
การบริการ	94	45.85
การค้าส่ง	6	2.93
การค้าปลีก	11	5.37
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.1 พบว่ามีจำนวนผู้ประกอบการด้านการบริการและด้านการผลิตมากที่สุด ในจำนวนที่เท่ากันคือ 94 ราย คิดเป็นร้อยละ 45.85 รองลงมาเป็นผู้ประกอบการด้านการค้าปลีก จำนวน 11 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.37 และผู้ประกอบการด้านการค้าส่ง จำนวน 6 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.93

ตาราง 4.2 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามประเภทของนวัตกรรม

ประเภทของนวัตกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
FinTech	22	10.73
EdTech	22	10.73
MedTech	37	18.05
TravelTech	20	9.76
อื่นๆ	104	50.73
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.2 พบว่าผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ (เช่น FoodTech, LogisticsTech, IndustryTech, PropTech, IoTech, Agritech และ DeepTech) มีจำนวนมากที่สุดคือ 104 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.73 รองลงมาคือ ประเภท MedTech จำนวน 37 ราย คิดเป็นร้อยละ 18.05 ตามด้วยประเภท FinTech และ EdTech ในจำนวนที่เท่ากันคือ 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.73 และลำดับสุดท้ายคือ ประเภท TravelTech คิดเป็นร้อยละ 9.76

ตาราง 4.3 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระยะเวลาดำเนินงาน

ระยะเวลาดำเนินกิจการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	22	10.73
1-2 ปี	57	27.80
3-5 ปี	46	22.44
มากกว่า 5 ปี	80	39.02
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.3 พบว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินงานระยะเวลามากกว่า 5 ปี มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.02 รองลงมาคือระยะเวลาดำเนินกิจการ 1-2 ปี จำนวน 57 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.80 ตามด้วยระยะเวลาดำเนินกิจการ 3-5 ปี จำนวน 46 ราย คิดเป็นร้อยละ 22.44 ลำดับสุดท้ายคือระยะเวลาดำเนินกิจการน้อยกว่า 6 เดือน จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.73

ตาราง 4.4 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร

จำนวนพนักงานในองค์กร	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 5 คน	72	35.12
ไม่เกิน 30 คน	97	47.32
ไม่เกิน 50 คน	9	4.39
30 - 100 คน	9	4.39
50 - 200 คน	18	8.78
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.4 พบว่าผู้ประกอบการที่มีจำนวนพนักงานในองค์กรไม่เกิน 30 คน มีจำนวนมากที่สุด คือจำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.32 รองลงมาจำนวนพนักงานในองค์กรไม่เกิน 5 คน มีจำนวน 72 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.12 ตามด้วยจำนวนพนักงานในองค์กร 50-200 คน จำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 8.78 กลุ่มสุดท้ายคือจำนวนพนักงานในองค์กร จำนวนไม่เกิน 50 คน คือจำนวน 3 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.08 และจำนวนพนักงานในองค์กร 30-100 คน จำนวน 2 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.39

ตาราง 4.5 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ต่อปี

รายได้ต่อปี	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	85	41.46
ไม่เกิน 50 ล้านบาท	89	43.41
ไม่เกิน 100 ล้านบาท	8	3.90
50 - 300 ล้านบาท	10	4.88
100-500 ล้านบาท	13	6.34
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.5 พบว่าผู้ประกอบการที่มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท มีจำนวนมากที่สุด คือ 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.41 รองลงมาคือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 1.8 ล้านบาท จำนวน 85 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.46 ตามด้วยมีรายได้ต่อปี 100-500 จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.34 กลุ่มสุดท้ายคือมีรายได้ต่อปี 50-300 ล้านบาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นร้อยละ 4.88 และมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.90

ตาราง 4.6 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้ถือหุ้น

ผู้ถือหุ้น	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
คนไทย 100%	192	93.66
คนไทย 51% ขึ้นไป	13	6.34
คนไทยน้อยกว่า 51%	0	0.00
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.6 พบว่าผู้ประกอบการที่มีผู้ถือหุ้นคนไทย 100% มีจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.66 และผู้ถือหุ้นคนไทย 51% ขึ้นไป จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.34 โดยไม่พบผู้ถือหุ้นคนไทยน้อยกว่า 51%

ตาราง 4.7 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานที่ดำเนินการ

สถานที่ดำเนินการ	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กรุงเทพฯและปริมณฑล	205	100.00
จังหวัดอื่นๆ	0	0.00
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.7 พบว่าสถานที่ดำเนินการของผู้ประกอบการเป็นกรุงเทพฯและปริมณฑล (กรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม และสมุทรสาคร) ทั้งหมดจำนวน 205 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 100 เนื่องจากผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2563 ถึง วันที่ 31 กรกฎาคม 2564 จึงทำให้สถานที่ดำเนินการถูกคัดกรองแล้วในเบื้องต้น แต่ได้ทำการเก็บข้อมูลด้านสถานที่ดำเนินการนี้ เพื่อความถูกต้องและความแม่นยำของข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 4.8 แสดงค่าความถี่และค่าร้อยละ ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน

รูปแบบการจดทะเบียน	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
กิจการเจ้าของคนเดียว	22	10.73
กิจการห้างหุ้นส่วน	14	6.83
บริษัทจำกัด	169	82.44
รวม	205	100.00

จากตาราง 4.8 พบว่ารูปแบบการจดทะเบียนของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีรูปแบบการจดทะเบียนแบบบริษัทจำกัดจำนวนมากที่สุด คือ จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.44 รองลงมาคือ มีรูปแบบการจดทะเบียนแบบกิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน 22 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.73 และมีรูปแบบการจดทะเบียนแบบกิจการห้างหุ้นส่วน จำนวน 14 ราย หรือคิดเป็นร้อยละ 6.83

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และในงานวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร

โครงสร้างองค์กร	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. องค์กรของท่านมีหน่วยงานหรือฝ่ายงานที่ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนาวัตกรรม	3.81	1.24	เห็นด้วย
2. องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นต่อการสร้างนวัตกรรม	4.51	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. องค์กรของท่านมีกิจกรรมที่กระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	4.22	0.91	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. องค์กรของท่านมีการติดตามหรือประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการนำนวัตกรรมไปใช้	4.23	0.89	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.19	0.74	เห็นด้วย

จากตาราง 4.9 พบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างองค์กรอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 และเมื่อพิจารณา

รายข้อพบว่า องค์กรที่มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.51 รองลงมา คือ องค์กรมีการติดตามหรือประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการนำนวัตกรรมไปใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ลำดับต่อมาคือองค์กรมีกิจกรรมที่กระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22 และองค์กรมีหน่วยงานหรือฝ่ายงานที่ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 ตามลำดับ

ตาราง 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน

ความก้าวร้าวในการแข่งขัน	<input type="checkbox"/>	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นสูงในการพยายามก้าวล้ำคู่แข่งอยู่เสมอ	4.49	0.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. องค์กรของท่านมีความพยายามในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน	4.60	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. องค์กรของท่านได้คิดหากลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย	4.46	0.72	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.51	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.10 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า องค์กรมีความพยายามในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.60 รองลงมาคือ องค์กรมีความมุ่งมั่นสูงในการพยายามก้าวล้ำคู่แข่งอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 และองค์กรได้คิดหากลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ตามลำดับ

ตาราง 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง

ความกล้าเสี่ยง	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.องค์กรของท่านมีความกล้าในการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ก่อนคนอื่นเสมอ	4.39	0.75	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.ท่านมีความกล้าในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งตลอดเวลา	4.56	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.ท่านมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมพัฒนาสินค้าหรือบริการที่องค์กรของท่านไม่เคยทำมาก่อน	4.57	0.69	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50	0.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.11 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยงในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความกล้าในการใช้นวัตกรรมพัฒนาสินค้าหรือบริการที่องค์กรของท่านไม่เคยทำมาก่อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 รองลงมาคือความกล้าในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.56 และความกล้าในการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ก่อนคนอื่นเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ตามลำดับ

ตาราง 4.12 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ

ปัจจัยภาครัฐ	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่พัฒนานวัตกรรม	3.95	1.24	เห็นด้วย
2.องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานจัดอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการพัฒนาสินค้าหรือบริการ	3.63	1.26	เห็นด้วย
3.องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนหรือเงินทุนในการพัฒนาสินค้าหรือบริการจากภาครัฐ	3.42	1.47	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.67	1.11	เห็นด้วย

จากตาราง 4.12 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า องค์กรมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่พัฒนานวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 3.95 รองลงมาคือ องค์กรมีความร่วมมือกับหน่วยงานจัดอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการพัฒนาสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 และองค์กรได้รับการสนับสนุนหรือเงินทุนในการพัฒนาสินค้าหรือบริการจากภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 ตามลำดับ

ตาราง 4.13 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี

เทคโนโลยี	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการมีราคาเหมาะสม	4.16	0.96	เห็นด้วย
2. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการไม่มีความซับซ้อน	3.57	1.22	เห็นด้วย
3. เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการสามารถเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าให้แก่สินค้าหรือบริการได้จริง	4.47	0.82	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.07	0.78	เห็นด้วย

จากตาราง 4.13 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยีในระดับเห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการสามารถเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าให้แก่สินค้าหรือบริการได้จริง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.47 รองลงมาคือ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการมีราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการไม่มีความซับซ้อน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 ตามลำดับ

ตาราง 4.14 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน

เงินทุน	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสถาบันการเงิน	2.55	1.47	ไม่เห็นด้วย
2. องค์กรของท่านมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน	2.48	1.51	ไม่เห็นด้วย
3. องค์กรของท่านมีนักลงทุนมาร่วมลงทุน	2.30	1.50	ไม่เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	2.44	1.18	ไม่เห็นด้วย

จากตาราง 4.14 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกด้านเงินทุนในระดับที่ไม่เห็นด้วย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า องค์กรได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสถาบันการเงิน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 2.55 รองลงมาคือ องค์กรของท่านมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.48 และองค์กรมีนักลงทุนมาร่วมลงทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 4.15 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ด้านภาคธุรกิจ

ภาคธุรกิจ	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจคล้ายหรือใกล้เคียงกับท่าน	3.14	1.36	ปานกลาง
2. องค์กรของท่านเข้าร่วมกับผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทเดียวกัน	3.06	1.34	ปานกลาง
3. องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น Suppliers	3.55	1.28	เห็นด้วย
ค่าเฉลี่ยรวม	3.25	1.16	ปานกลาง

จากตาราง 4.15 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกด้านภาคธุรกิจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 และเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า องค์กรมีความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น Suppliers มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.55 รองลงมา

คือองค์กรมีความร่วมมือกับองค์กรที่ดำเนินธุรกิจคล้ายหรือใกล้เคียงกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14 และองค์กรเข้าร่วมกับผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.06 ตามลำดับ

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วิเคราะห์ข้อมูลขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้ค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และในงานวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ย ดังนี้

4.21 – 5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.41 – 4.20	เห็นด้วย
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	ไม่เห็นด้วย
1.00 – 1.80	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้

ขั้นเกิดความรู้		S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ท่านทราบว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนาสินค้าหรือบริการของท่าน	4.69	0.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.ท่านมักจะรู้จักและเข้าใจนวัตกรรมผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Website โทรทัศน์ หรือ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น	4.34	0.85	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.ท่านสามารถอธิบายถึงประเภทและประโยชน์ของนวัตกรรมที่นำมาใช้ในองค์กรท่านได้	4.46	0.73	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.50	0.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.16 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 และเมื่อพิจารณาตามรายข้อพบว่า

ผู้ประกอบการทราบว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 4.69 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการสามารถอธิบายถึงประเภทและประโยชน์ของนวัตกรรมที่นำมาใช้ในองค์กรได้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 และผู้ประกอบการรู้จักและเข้าใจนวัตกรรมผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Website โทรทัศน์ หรือ สิ่งพิมพ์ เป็นต้นมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ตามลำดับ

ตาราง 4.17 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการโน้มน้าว

ชั้นการโน้มน้าว	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะใช้ข้อมูลหลากหลายในการอธิบายนวัตกรรมให้องค์กรของท่าน	4.36	0.75	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. บุคคลรอบข้างสามารถโน้มน้าวท่านในการเลือกใช้นวัตกรรมในองค์กร	4.09	0.84	เห็นด้วย
3. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร	4.26	0.79	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.24	0.65	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.17 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการโน้มน้าวในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยใช้ข้อมูลหลากหลายในการอธิบายนวัตกรรมให้กับบุคลากรในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.36 รองลงมาคือผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยการโน้มน้าวจากบุคคลรอบข้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ตามลำดับ

ตาราง 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจ

ขั้นการตัดสินใจ	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะเลือกเพราะท่านทราบว่านวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการของท่าน	4.66	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะเลือกเพราะนวัตกรรมกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	3.98	1.08	เห็นด้วย
3. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะพิจารณาและรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์กรประกอบการตัดสินใจ	4.35	0.77	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.33	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.18 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และเมื่อพิจารณาตามรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยเลือกเพราะทราบว่านวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.66 รองลงมาคือผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยพิจารณาและรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์กรประกอบการตัดสินใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 และผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยเลือกเพราะนวัตกรรมกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ตามลำดับ

ตาราง 4.19 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้

ขั้นการนำไปใช้	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีผลต่อการทำให้องค์กรนำนวัตกรรมมาใช้	4.60	0.66	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. เมื่อองค์กรของท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ สมาชิกในองค์กรจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมประเภทใดมาใช้ในองค์กร	4.54	0.70	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างไร	4.63	0.60	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.59	0.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.19 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้ในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างไร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.63 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยที่ผู้บริหารมีผลต่อการนำนวัตกรรมมาใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้องค์กร โดยที่สมาชิกในองค์กรจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมประเภทใดมาใช้ในองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.54 ตามลำดับ

ตาราง 4.20 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการยืนยัน

ขั้นการยืนยัน	□	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ท่านไม่ลังเลที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาแผนกอื่นๆขององค์กร	4.57	0.63	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ท่านจะแนะนำการนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรให้กับผู้อื่นอย่างแน่นอน	4.49	0.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ท่านมีแนวโน้มที่จะร่วมงานกับผู้พัฒนา นวัตกรรม ให้กับองค์กรของท่านต่อไป	4.64	0.62	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ค่าเฉลี่ยรวม	4.57	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 4.20 พบว่าผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการยืนยันในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะร่วมงานกับผู้พัฒนานวัตกรรมให้กับองค์กรต่อไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.64 รองลงมาคือ ผู้ประกอบการไม่ลังเลที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาแผนกอื่นๆขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และผู้ประกอบการจะแนะนำการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรให้กับผู้อื่นอย่างแน่นอน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ตามลำดับ

4.4 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แตกต่างกัน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

ตาราง 4.21 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของกิจการ

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.019	3	0.006	0.022	0.996
	ภายในกลุ่ม	58.783	201	0.292		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	0.456	3	0.152	0.358	0.784
	ภายในกลุ่ม	85.371	201	0.425		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.214	3	0.071	0.191	0.902
	ภายในกลุ่ม	75.003	201	0.373		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	0.042	3	0.014	0.047	0.986
	ภายในกลุ่ม	59.435	201	0.296		
	รวม	59.477	204			

	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	0.517	3	0.172	0.532	0.661
	ภายในกลุ่ม	65.177	201	0.324		
	รวม	65.694	204			

จากตาราง 4.21 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของกิจการ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.22 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของนวัตกรรม

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.661	4	0.165	0.569	0.686
	ภายในกลุ่ม	58.141	200	0.291		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	1.831	4	0.458	1.090	0.363
	ภายในกลุ่ม	83.995	200	0.420		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.244	4	0.311	0.841	0.501
	ภายในกลุ่ม	73.973	200	0.370		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	1.069	4	0.267	0.915	0.456
	ภายในกลุ่ม	58.407	200	0.292		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	0.414	4	0.104	0.317	0.866
	ภายในกลุ่ม	65.280	200	0.326		
	รวม	65.694	204			

จากตาราง 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามประเภทของนวัตกรรม ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ประเภทของนวัตกรรมที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.23 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามระยะเวลาดำเนินการ

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.729	3	0.243	0.841	0.473
	ภายในกลุ่ม	58.074	201	0.289		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	5.518	3	1.839	4.603	0.004*
	ภายในกลุ่ม	80.309	201	0.400		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.482	3	0.827	2.286	0.080
	ภายในกลุ่ม	72.736	201	0.362		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	1.155	3	0.385	1.326	0.267
	ภายในกลุ่ม	58.322	201	0.290		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	1.322	3	0.441	1.376	0.251
	ภายในกลุ่ม	64.372	201	0.320		
	รวม	65.694	204			

Post Hoc Test (Dunnett T3)				
Dependent Variable	(I) ระยะเวลาดำเนิน กิจการ	(J) ระยะเวลา ดำเนินกิจการ	Mean Difference (I-J)	Sig.
เฉลี่ยชั้นการโน้ม น้ำ	1-2 ปี	มากกว่า 5 ปี	.30000*	0.031
	3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี	.34348*	0.029
	มากกว่า 5 ปี	1-2 ปี	-.30000*	0.031
เฉลี่ยชั้นการ ตัดสินใจ	3-5 ปี	มากกว่า 5 ปี	.27917*	0.045
	มากกว่า 5 ปี	3-5 ปี	-.27917*	0.045

จากตาราง 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามระยะเวลาดำเนินกิจการ ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ระยะเวลาดำเนินกิจการที่แตกต่างกันมีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา 1-2 ปี และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา 3-5 ปี มีการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการโน้มน้ำมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา มากกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา 3-5 ปี มีการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการตัดสินใจมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา มากกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.24 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร

ขั้นตอนการยอมรับ นวัตกรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ชั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	2.723	4	0.681	2.428	0.049
	ภายในกลุ่ม	56.079	200	0.280		
	รวม	58.802	204			
2.ชั้นการโน้มน้ำ	ระหว่างกลุ่ม	3.845	4	0.961	2.345	0.056

	ภายในกลุ่ม	81.982	200	0.410		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.038	4	0.510	1.393	0.238
	ภายในกลุ่ม	73.179	200	0.366		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	5.072	4	1.268	4.661	0.001*
	ภายในกลุ่ม	54.404	200	0.272		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	0.812	4	0.203	0.625	0.645
	ภายในกลุ่ม	64.883	200	0.324		
	รวม	65.694	204			

Post Hoc Test (Dunnett T3)

Dependent Variable	(I) 4. จำนวนพนักงาน ในองค์กร	(J) 4. จำนวน พนักงานในองค์กร	Mean Difference (I-J)	Sig.
เฉลี่ยขั้นการ นำไปใช้	ไม่เกิน 5 คน	ไม่เกิน 30 คน	-.27706*	0.008
	ไม่เกิน 30 คน	ไม่เกิน 5 คน	.27706*	0.008

จากตาราง 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามจำนวนพนักงานในองค์กร ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า จำนวนพนักงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า องค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 30 คน มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้มากกว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 5 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.25 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรายได้ต่อปี

ขั้นตอนการยอมรับ นวัตกรรม	แหล่งความ แปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	6.538	4	1.634	6.254	0.000*
	ภายในกลุ่ม	52.264	200	0.261		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	3.936	4	0.984	2.404	0.051
	ภายในกลุ่ม	81.890	200	0.409		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	2.123	4	0.531	1.452	0.218
	ภายในกลุ่ม	73.094	200	0.365		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	4.322	4	1.081	3.918	0.004*
	ภายในกลุ่ม	55.154	200	0.276		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	1.051	4	0.263	0.813	0.518
	ภายในกลุ่ม	64.643	200	0.323		
	รวม	65.694	204			

Post Hoc Test (Dunnett T3)				
Dependent Variable	(I) 5. รายได้ต่อปี	(J) 5. รายได้ต่อปี	Mean Difference (I-J)	Sig.
เฉลี่ยชั้นเกิดความรู้	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	50 - 300 ล้านบาท	-.38039*	0.000
	ไม่เกิน 100 ล้านบาท	50 - 300 ล้านบาท	-.59167*	0.028
	100-500 ล้านบาท	50 - 300 ล้านบาท	-.77436*	0.011
	50 - 300 ล้านบาท	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	.38039*	0.000
		ไม่เกิน 100 ล้านบาท	.59167*	0.028
		100-500 ล้านบาท	.77436*	0.011
เฉลี่ยชั้นการนำไปใช้	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	-.23212*	0.026
	ไม่เกิน 50 ล้านบาท	ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท	.23212*	0.026

จากตาราง 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรายได้ต่อปี ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า รายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายกลุ่ม พบว่า องค์กรที่มีรายได้ 50-300 ล้านบาทต่อปี มีการยอมรับนวัตกรรมในชั้นเกิดความรู้มากกว่าองค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี ไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี และ 100-500 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้องค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาทต่อปี มีการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการนำไปใช้มากกว่าองค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี

ตาราง 4.26 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามผู้ถือหุ้น

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.064	1	0.064	0.223	0.637
	ภายในกลุ่ม	58.738	203	0.289		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	0.556	1	0.556	1.323	0.251
	ภายในกลุ่ม	85.271	203	0.420		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.013	1	0.013	0.035	0.852
	ภายในกลุ่ม	75.204	203	0.370		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	0.757	1	0.757	2.617	0.107
	ภายในกลุ่ม	58.720	203	0.289		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	0.728	1	0.728	2.275	0.133
	ภายในกลุ่ม	64.966	203	0.320		
	รวม	65.694	204			

จากตาราง 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามผู้ถือหุ้น ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า ร้อยละของผู้ถือหุ้นที่เป็นคนไทยในองค์กรที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 4.27 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน

ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	แหล่งความแปรปรวน	Sum of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1.ขั้นเกิดความรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.999	2	0.999	3.554	0.030*
	ภายในกลุ่ม	56.803	202	0.281		
	รวม	58.802	204			
2.ขั้นการโน้มน้าว	ระหว่างกลุ่ม	1.073	2	0.536	1.278	0.281
	ภายในกลุ่ม	84.754	202	0.420		
	รวม	85.827	204			
3.ขั้นการตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	0.931	2	0.466	1.266	0.284
	ภายในกลุ่ม	74.286	202	0.368		
	รวม	75.217	204			
4.ขั้นการนำไปใช้	ระหว่างกลุ่ม	4.550	2	2.275	8.367	0.000*
	ภายในกลุ่ม	54.926	202	0.272		
	รวม	59.476	204			
5.ขั้นการยืนยัน	ระหว่างกลุ่ม	3.254	2	1.627	5.263	0.006*
	ภายในกลุ่ม	62.441	202	0.309		
	รวม	65.694	204			

Post Hoc Test (Dunnett T3)

Dependent Variable	(I) 8.รูปแบบการจดทะเบียน	(J) 8.รูปแบบการจดทะเบียน	Mean Difference (I-J)	Sig.
เฉลี่ยขั้นการนำไปใช้	กิจการเจ้าของคนเดียว	บริษัทจำกัด	-.48028*	0.006
	บริษัทจำกัด	กิจการเจ้าของคนเดียว	.48028*	0.006
เฉลี่ยขั้นการยืนยัน	กิจการเจ้าของคนเดียว	กิจการห้างหุ้นส่วน	-.50216*	0.029

กิจการเจ้าของคน

กิจการห้างหุ้นส่วน	เดี่ยว	.50216*	0.029
--------------------	--------	---------	-------

จากตาราง 4.27 ผลการทดสอบความแตกต่างของขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำแนกตามรูปแบบการจดทะเบียน ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) พบว่า รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบพหุคูณ (Multiple Comparison) โดยใช้วิธีทดสอบแบบ Dunnett T3 เพื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า องค์กรที่จดทะเบียนรูปแบบบริษัทจำกัดมีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้มากกว่าองค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ องค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการห้างหุ้นส่วนมีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการยืนยันมากกว่าองค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (แสงเดือน วิษิตารังศักดิ์, 2555) อ้างใน วรารักษ์ สิลิศจันทร์ (2557) ไว้ดังนี้

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 - 1.00	สูงมาก
0.61 - 0.80	ค่อนข้างสูง
0.41 - 0.60	ปานกลาง
0.21 - 0.40	ค่อนข้างต่ำ
0.01 - 0.20	ต่ำมาก

ตาราง 4.28 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร

Correlations						
ความสัมพันธ์ระหว่าง	โครงสร้าง	ขั้นเกิด	ขั้นการ	ขั้นการ	ขั้นการ	ขั้นการ
โครงสร้างองค์กรกับขั้นตอน	องค์กร	ความรู้	โน้มน้าว	ตัดสินใจ	นำไปใช้	ยืนยัน
การยอมรับนวัตกรรม						

โครงสร้าง องค์กร	Pearson	1	.471**	.345**	.338**	.441**	.423**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นเกิด ความรู้	Pearson	.471**	1	.601**	.534**	.588**	.562**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการโน้มน้าว	Pearson	.345**	.601**	1	.596**	.581**	.521**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการตัดสินใจ	Pearson	.338**	.534**	.596**	1	.545**	.531**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการนำไปใช้	Pearson	.441**	.588**	.581**	.545**	1	.606**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson	.423**	.562**	.521**	.531**	.606**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.28 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร ด้วยการใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r = 0.471$, $r = 0.441$ และ $r = 0.423$)

ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นการโน้มน้าวและ
ชั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันใน
ระดับก่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.345 และ (r) = 0.338 ตามลำดับ

**ตาราง 4.29 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวใน
การแข่งขัน**

Correlations							
ความสัมพันธ์ระหว่างความ ก้าวร้าวในการแข่งขันกับ ขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	ความ ก้าวร้าว ในการ แข่งขัน	ขั้นเกิด ความรู้	ชั้นการ โน้มน้าว	ชั้นการ ตัดสินใจ	ชั้นการ นำไปใช้	ชั้นการ ยืนยัน	
ความก้าวร้าว ในการ แข่งขัน	Pearson Correlation	1	.436**	.377**	.306**	.429**	.509**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นเกิด ความรู้	Pearson Correlation	.436**	1	.601**	.534**	.588**	.562**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ชั้นการโน้ มน้าว	Pearson Correlation	.377**	.601**	1	.596**	.581**	.521**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ชั้นการ ตัดสินใจ	Pearson Correlation	.306**	.534**	.596**	1	.545**	.531**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000

	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการนำไปใช้	Pearson	.429**	.588**	.581**	.545**	1	.606**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson	.509**	.562**	.521**	.531**	.606**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.29 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.436, (r) = 0.429 และ (r) = 0.509 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าวและขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.377 และ (r) = 0.306 ตามลำดับ

ตาราง 4.30 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง

Correlations							
ความสัมพันธ์ระหว่างความกล้าเสี่ยงกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม		ความกล้าเสี่ยง	ขั้นเกิดความรู้	ขั้นการโน้มน้าว	ขั้นการตัดสินใจ	ขั้นการนำไปใช้	ขั้นการยืนยัน
ความกล้าเสี่ยง	Pearson Correlation	1	.477**	.431**	.302**	.518**	.496**

	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นเกิด ความรู้	Pearson	.477**	1	.601**	.534**	.588**	.562**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการโน้ม น้ำ	Pearson	.431**	.601**	1	.596**	.581**	.521**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการ ตัดสินใจ	Pearson	.302**	.534**	.596**	1	.545**	.531**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการ นำไปใช้	Pearson	.518**	.588**	.581**	.545**	1	.606**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson	.496**	.562**	.521**	.531**	.606**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.30 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความกล้าเสี่ยง ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าว ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.477, (r) = 0.431, (r) = 0.518 และ (r) = 0.496 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.302

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลความหมายค่าสัมประสิทธิ์ (แสงเดือน วณิชดำรงศักดิ์, 2555) อ้างใน วรารักษ์ ธิเลิศพันธ์ (2557) ไว้ดังนี้

ค่าระดับความสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 - 1.00	สูงมาก
0.61 - 0.80	ค่อนข้างสูง
0.41 - 0.60	ปานกลาง
0.21 - 0.40	ค่อนข้างต่ำ
0.01 - 0.20	ต่ำมาก

ตาราง 4.31 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ

		Correlations					
ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภาครัฐกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม		ปัจจัยภาครัฐ	ขั้นเกิดความรู้	ขั้นการโน้มน้าว	ขั้นการตัดสินใจ	ขั้นการนำไปใช้	ขั้นการยืนยัน
ปัจจัยภาครัฐ	Pearson Correlation	1	.300**	.344**	.332**	.262**	.179*
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.010

	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นเกิด ความรู้	Pearson	.300**	1	.601**	.534**	.588**	.562**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการโน้ม น้ำ	Pearson	.344**	.601**	1	.596**	.581**	.521**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการ ตัดสินใจ	Pearson	.332**	.534**	.596**	1	.545**	.531**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการ นำไปใช้	Pearson	.262**	.588**	.581**	.545**	1	.606**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson	.179*	.562**	.521**	.531**	.606**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.010	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.31 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้ำ ขั้นการตัดสินใจ และขั้นการนำไปใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.300, (r) = 0.344, (r) = 0.332 และ (r) = 0.262 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.179

ตาราง 4.32 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี

		Correlations					
ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม		เทคโนโลยี	ขั้นเกิดความรู้	ขั้นการโน้มน้าว	ขั้นการตัดสินใจ	ขั้นการนำไปใช้	ขั้นการยืนยัน
เทคโนโลยี	Pearson Correlation	1	.453**	.343**	.361**	.349**	.306**
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นเกิดความรู้	Pearson Correlation	.453**	1	.601**	.534**	.588**	.562**
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการโน้มน้าว	Pearson Correlation	.343**	.601**	1	.596**	.581**	.521**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการตัดสินใจ	Pearson Correlation	.361**	.534**	.596**	1	.545**	.531**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205	205

ขั้นการนำไปใช้	Pearson	.349**	.588**	.581**	.545**	1	.606**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson	.306**	.562**	.521**	.531**	.606**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.32 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยภายนอก ด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นเกิดความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.453 ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าว ขั้นการตัดสินใจ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.343, (r) = 0.361, (r) = 0.349 และ (r) = 0.306 ตามลำดับ

ตาราง 4.33 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ

Correlations		
ความสัมพันธ์ระหว่างเงินทุนกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม	เงินทุน	ขั้นการโน้มน้าว
เงินทุน	Pearson	1
	Correlation	.138*
	Sig. (2-tailed)	0.048
	N	205

ขั้นการโน้มหน้า	Pearson	.138*	.601**
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)	0.048	0.000
	N	205	205

จากตาราง 4.33 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยภายนอก ด้านเงินทุน มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.138

ตาราง 4.34 แสดงผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาคธุรกิจ โดยแสดงเฉพาะปัจจัยที่พบว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญเชิงสถิติ

		Correlations				
ความสัมพันธ์ระหว่างภาคธุรกิจกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม		ภาคธุรกิจ	ขั้นเกิดความรู้	ขั้นการโน้มหน้า	ขั้นการตัดสินใจ	ขั้นการยืนยัน
ภาคธุรกิจ	Pearson	1	.240**	.229**	.216**	.184**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)		0.001	0.001	0.002	0.008
	N	205	205	205	205	205
ขั้นเกิดความรู้	Pearson	.240**	1	.601**	.534**	.562**
	Correlation					
	Sig. (2-tailed)	0.001		0.000	0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205
ขั้นการโน้มหน้า	Pearson	.229**	.601**	1	.596**	.521**
	Correlation					

	Sig. (2-tailed)	0.001	0.000		0.000	0.000
	N	205	205	205	205	205
ขั้นการตัดสินใจ	Pearson Correlation	.216**	.534**	.596**	1	.531**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.000	0.000		0.000
	N	205	205	205	205	205
ขั้นการยืนยัน	Pearson Correlation	.184**	.562**	.521**	.531**	1
	Sig. (2-tailed)	0.008	0.000	0.000	0.000	
	N	205	205	205	205	205

จากตาราง 4.34 ผลการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) กับปัจจัยภายนอก ด้านภาคธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ปัจจัยภายนอก ด้านภาคธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าว และขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับก่อนข้างต่ำ ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.290, (r) = 0.229 และ (r) = 0.216 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ที่ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) = 0.184

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยการใช้แบบสอบถามออนไลน์ เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จดทะเบียนบริษัทในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ทั้งผู้ประกอบการรายใหม่ และผู้ที่ทำธุรกิจอยู่แล้ว ที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิด ของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ปีงบประมาณ 2564 จำนวน 59 ราย โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) จากผลการศึกษาที่ได้ สามารถสรุปและอภิปรายผล ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป
- 5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษางานวิจัย เรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังต่อไปนี้

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการด้านการบริการและด้านการผลิต จำนวน 94 ราย คิดเป็น

ร้อยละ 45.85 ที่ประกอบธุรกิจนวัตกรรมส่วนใหญ่เป็น MedTech คิดเป็นร้อยละ 18.05 มีระยะเวลาดำเนินกิจการมากกว่า 5 ปี จำนวน 80 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.02 มีจำนวนพนักงานในองค์กรไม่เกิน 30 จำนวน 97 ราย คิดเป็นร้อยละ 47.32 และโดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อปีไม่เกิน 50 ล้านบาท จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.41 ผู้ถือหุ้นคนไทย 100% จำนวน 192 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.66 และจดทะเบียนแบบบริษัทจำกัด จำนวน 169 ราย คิดเป็นร้อยละ 82.44

5.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1. ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ พบว่าผู้ประกอบการ SME เห็นด้วยอย่างยิ่งกับปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 โดยพบว่าองค์กรมีความพยายามในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยพบว่าองค์กรมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมพัฒนาสินค้าหรือบริการที่องค์กรของท่านไม่เคยทำมาก่อนมากที่สุด และปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างองค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 โดยพบว่าองค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมมากที่สุด

2. ปัจจัยภายนอก พบว่าผู้ประกอบการ SME เห็นด้วยเกี่ยวกับปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยีในระดับสูงสุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 โดยพบว่าเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการสามารถเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าให้แก่สินค้าหรือบริการได้จริงมากที่สุด รองลงมาคือปัจจัยภายนอกด้านภาครัฐ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 โดยพบว่าองค์กรมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่พัฒนานวัตกรรมมากที่สุด และปัจจัยภายนอกด้านภาครัฐกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 โดยพบว่าองค์กรมีความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น suppliers มากที่สุด ส่วนปัจจัยภายนอกด้านเงินทุน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับที่ไม่เห็นด้วย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.44 ซึ่งเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่าผู้ประกอบการไม่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากสถาบันการเงิน ไม่มีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทางการเงิน และไม่มีนักลงทุนมาร่วมลงทุน

5.1.3 ผลการศึกษาข้อมูลขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ขั้นเกิดความรู้ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 โดยผู้ประกอบการทราบว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.69

ขั้นการโน้มน้าว ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าวในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 โดยพบว่าผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยใช้ข้อมูลหลากหลายในการอธิบายนวัตกรรมให้กับบุคลากรในองค์กร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.36

ขั้นการตัดสินใจ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยพบว่าผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยเลือกเพราะทราบว่านวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.66

ขั้นการนำไปใช้ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้ในระดับที่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.59 โดยพบว่าผู้ประกอบการเลือกที่จะนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร โดยต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างไร มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.63

ขั้นการยืนยัน ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการยืนยันในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 โดยพบว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะร่วมงานกับผู้พัฒนานวัตกรรมให้กับองค์กรต่อไป มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.64

5.1.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แตกต่างกัน

1. ประเภทของกิจการที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. ประเภทของนวัตกรรมที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. ระยะเวลาดำเนินกิจการที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา 1-2 ปี และในระยะเวลา 3-5 ปี มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าวมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลามากกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา 3-5 ปี มีการ

ยอมรับนวัตกรรมในขั้นตอนการตัดสินใจมากกว่าผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการในระยะเวลา
มากกว่า 5 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. จำนวนพนักงานในองค์กรที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากการ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า องค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 30 คน มีการยอมรับนวัตกรรมใน
ขั้นการนำไปใช้มากกว่าองค์กรที่มีจำนวนพนักงานไม่เกิน 5 คน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

5. รายได้ต่อปีที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่
พบว่าองค์กรที่มีรายได้ 50-300 ล้านบาทต่อปี มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้มากกว่า
องค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี ไม่เกิน 100 ล้านบาทต่อปี และ 100-500 ล้านบาทต่อปี
และองค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาทต่อปี มีการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการนำไปใช้มากกว่า
องค์กรที่มีรายได้ไม่เกิน 1.8 ล้านบาทต่อปี

6. ผู้ถือหุ้นที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่ไม่แตกต่างกัน อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

7. รูปแบบการจดทะเบียนธุรกิจที่แตกต่างกัน มีขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมที่แตกต่างกัน
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และจากการ
เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ พบว่า องค์กรที่จดทะเบียนในรูปแบบบริษัทจำกัดมีการยอมรับนวัตกรรมใน
ขั้นการนำไปใช้มากกว่าองค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05 และองค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการห้างหุ้นส่วนมีการยอมรับ
นวัตกรรมในขั้นการยืนยันมากกว่าองค์กรที่จดทะเบียนบริษัทรูปแบบกิจการเจ้าของคนเดียว อย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำ
นวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)**

1. ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างองค์กร มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการ
ยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่
ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันก็มี
ความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าวและขั้นการตัดสินใจ อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขันมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าวและขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความกล้าเสี่ยง มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าว ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1. ปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าว ขั้นการตัดสินใจ และขั้นการนำไปใช้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ปัจจัยภายนอกด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นเกิดความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลาง ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าว ขั้นการตัดสินใจ ขั้นการนำไปใช้ และขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ปัจจัยภายนอกด้านเงินทุน มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการโน้มน้าว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4. ปัจจัยภายนอกด้านภาคธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในชั้นเกิดความรู้ ขั้นการโน้มน้าว และขั้นการตัดสินใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับค่อนข้างต่ำ ในขณะที่เดียวกันก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมในขั้นการยืนยัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำมาก ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ปัจจัยด้านระยะเวลาดำเนินการ จำนวนพนักงานในองค์กร รายได้ต่อปี และรูปแบบการจดทะเบียนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยผู้ประกอบการรายใหม่หรือผู้ประกอบการดำเนินการไม่เกิน 5 ปี มีความต้องการพัฒนาสินค้าหรือบริการของตนเองให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด หรือได้เปรียบกว่าสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน เพื่อสร้างรายได้ และสร้างตลาด ให้กับธุรกิจของตนเอง จึงทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีความสนใจในนวัตกรรมมากกว่าผู้ประกอบการรายเก่าหรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการกิจการมากกว่า 5 ปี และพร้อมที่จะค้นหาคุณค่าของนวัตกรรมที่จะมอบให้แก่บริษัทต่อการดำเนินธุรกิจในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการรายใหม่ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่จะต้องสร้างความเป็นที่รู้จัก สร้างฐานลูกค้า เพื่อหารายหล่อเลี้ยงให้กับธุรกิจของตนเองดำเนินต่อไปได้ รวมถึงความแตกต่างของรายได้ต่อปี จำนวนพนักงาน และรูปแบบการจดทะเบียนของ SME ที่พบว่าองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ มีการแสวงหาองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมมากกว่าองค์กรวิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม เนื่องจากต้องสร้างความมั่นใจให้กับตนเองจากการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับนวัตกรรม คุณค่าที่จะได้รับ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการเริ่มต้นพัฒนานวัตกรรมของ SME โดยสอดคล้องกับ Shu-Hsien & Chi-Chuan (2009) อ้างใน (อนุวัต สงสม, 2560) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นการเรียนรู้มีอิทธิพลโดยตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม และมีอิทธิพลโดยตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร หรือแม้แต่การนำนวัตกรรมไปใช้ เพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และความก้าวล้ำนำคู่แข่งอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับ วารุณี กุลรัตนาวิจิตรา (2560) ที่กล่าวว่า การนำนวัตกรรมต่างๆมาประยุกต์ใช้กับ

ผู้ประกอบการทั้งขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อให้การบริหารงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นแต่การลงทุนยังเท่าเดิมถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านโครงสร้างองค์กรมีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม เนื่องจากองค์กรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และเป้าหมาย ในการสร้างนวัตกรรมองค์กร จากการสร้างหน่วยงานหรือฝ่ายที่ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรม รวมถึงสร้างกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยกระตุ้นพนักงานให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนานวัตกรรม พร้อมทั้งยังมีการติดตามและประเมินผลจากการนำนวัตกรรมไปใช้อย่างใกล้ชิด รวมถึงองค์กร SME มีความก้าวร้าวในการแข่งขัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า องค์กรให้ความสำคัญกับความพยายามในการก้าวล้ำคู่แข่ง ทั้งการหาองค์ความรู้และนำความรู้ไปใช้พัฒนากลยุทธ์เพื่อสร้างสินค้าหรือบริการให้แตกต่าง และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน และองค์กร SME มีความกล้าเสี่ยงอย่างเห็นได้ชัด จึงแสดงให้เห็นว่าองค์กรมีความกล้าที่จะทดลองเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่ไม่เคยใช้มาก่อน เพื่อใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้แตกต่างจากคู่แข่งตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับ Aysegul Özsoyer, Roger J. Calantone and Anthony Di Benedetto, (1997) ที่กล่าวว่า กลยุทธ์เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดนวัตกรรมในองค์กร ทั้งความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความกล้าเสี่ยง และโครงสร้างองค์กร ที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการ SME

โดยปัจจัยภายนอกด้านภาครัฐ มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรม ซึ่งสอดคล้องกับ นัสรี มะแน (2562) ที่กล่าวว่า ภาครัฐมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุน นวัตกรรมเพื่อสร้างรากฐานสำคัญให้กับ SME และเศรษฐกิจของประเทศไทย รวมถึงด้านเทคโนโลยี เนื่องจากเทคโนโลยีเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะช่วยพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เป็น นวัตกรรม หากไม่มีเทคโนโลยี สินค้าหรือบริการนั้นจะไม่มี ความแตกต่างจากสิ่งที่มีอยู่ นอกจากนี้ ด้านเงินทุนก็มีความสัมพันธ์กับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมเช่นกัน แม้จะมีความสัมพันธ์ในระดับที่ต่ำมาก ซึ่งมีนัยสำคัญว่า แม้ว่าผู้ประกอบการ SME จะไม่ได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงาน ภายนอก เช่น สถาบันการเงิน หน่วยงานภาครัฐ หรือนักลงทุน เช่นเดียวกับผู้ประกอบการวิสาหกิจ เริ่มต้น (Startup) ผู้ประกอบการ SME เองก็ยังมีความต้องการพัฒนานวัตกรรมด้วยเงินทุนของตนเอง ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีทั้งองค์ความรู้ และความกล้าเสี่ยง เพื่อพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับฉัฐวัฒน์ สุขะศิริวัฒน์ และฉัฐสิทธิ์ เกิดศิริ (2557) กล่าวว่า SME มีข้อจำกัดที่เป็นปัจจัยหลักในการพัฒนานวัตกรรมคือการสนับสนุนของรัฐบาล และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ดังนั้นผู้ประกอบการต้องปรับมุมมองการพัฒนานวัตกรรมจากทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อเป็นการสร้างนวัตกรรม

ต้นทุนต่ำ และสร้างความเข้มแข็งจากภายใน ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมกับภาคธุรกิจ เห็นได้ชัดว่าหากกลุ่มอุตสาหกรรมที่ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจอยู่ได้มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อนำไปสร้างสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการอื่นๆในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันจะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ตนเองเช่นกัน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ว่าปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ได้แก่ จังหวัดกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม) จึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แตกต่างกันหรือไม่อย่างไร เพื่อสร้างระบบนิเวศนวัตกรรมให้กับ SME ในประเทศไทย ที่นอกเหนือจากในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล และเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันให้กับ SME ในตลาดโลก
2. งานวิจัยนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่สมัครขอรับทุนสนับสนุนจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) จึงควรศึกษากลุ่มตัวอย่างอื่นที่นอกเหนือจากงานวิจัยในครั้งนี้

5.3.2 ข้อเสนอแนะงานวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จากการที่ผู้ประกอบการ SME ได้ทราบแล้วว่าทั้งปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการ ด้านโครงสร้างองค์กร ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความกล้าเสี่ยง และปัจจัยภายนอก ด้านภาครัฐ เทคโนโลยี เงินทุนและภาคธุรกิจ ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้นจากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มากที่สุด โดยปัจจัยด้านความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) มีความสัมพันธ์สูงสุดต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้นการที่จะสร้างนวัตกรรมในองค์กรได้ผู้ประกอบการจะต้องมีความกล้าเสี่ยง ในการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ก่อนผู้อื่นเสมอ หรือนำ

เทคโนโลยีที่มีอยู่ แต่องค์กรไม่เคยใช้มาก่อน มาพัฒนากระบวนการผลิต สินค้า หรือบริการ หรือรูปแบบธุรกิจ ให้แตกต่างจากคู่แข่ง รวมถึงมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าหรือบริการที่องค์กรไม่เคยทำมาก่อน หรือมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาสินค้าที่มีอยู่เดิมให้แตกต่างและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งความกล้าเสี่ยงถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการเข้าถึงนวัตกรรมสำหรับผู้ประกอบการ SME

สำหรับปัจจัยด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness) ที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SME เช่นเดียวกัน ดังนั้นเมื่อผู้ประกอบการ SME มีความกล้าที่จะใช้นวัตกรรม โดยการนำเอาเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาพัฒนาสินค้าหรือบริการขององค์กรแล้ว สิ่งสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาเกิดขึ้นต่อเนื่องคือ องค์กรต้องมีแนวคิดหรือวิธีการที่จะบรรลุเป้าหมาย เพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร โดยการมุ่งเน้นการสร้างตลาดใหม่สำหรับสินค้านวัตกรรม มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนตำแหน่งทางการตลาดของสินค้านวัตกรรม หรือตำแหน่งทางการตลาดขององค์กรให้เหนือกว่าคู่แข่งอยู่เสมอ ซึ่งความก้าวร้าวในการแข่งขันถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจขององค์กรวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในทุกตลาด

ส่วนสุดท้ายข้อเสนอแนะด้าน โครงสร้างองค์กร (Organizational Structure) ซึ่งอาจเป็นสิ่งแรกที่องค์กรควรคำนึงในการปรับเปลี่ยนองค์กรให้เป็นองค์กรนวัตกรรม เนื่องจากการสร้างนวัตกรรมในองค์กรจะต้องได้รับความร่วมมือจากหลายๆส่วนขององค์กร ดังนั้นองค์กรเองจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายด้านนวัตกรรมอย่างชัดเจน เพื่อสื่อสารให้คนในองค์กรรับรู้และดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน หรืออาจสร้างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาโดยเฉพาะ ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาบุคลากรและองค์ความรู้ ให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีความคิดริเริ่ม กล้าทำสิ่งใหม่ๆ และให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมให้กับบุคลากรในองค์กร เช่น การสร้างกิจกรรมที่ช่วยกระตุ้นความคิดใหม่ๆของบุคลากร เป็นต้น เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินการเชิงกลยุทธ์ต่อไปได้

5.4 ข้อจำกัดในการวิจัย

1. งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์ เฉพาะผู้ประกอบการ SME ที่สมัครขอทุนสนับสนุนโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) เท่านั้น ซึ่งถือเป็นองค์กรที่มีความรู้ ความสนใจและความเข้าใจในนวัตกรรมเบื้องต้นแล้ว หากเก็บข้อมูลกับผู้ประกอบการ SME ทั่วไปอาจให้ผลการวิจัยที่แตกต่างได้

2. งานวิจัยในครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการที่สมัครในโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ ในช่วงที่เกิดสถานการณ์โรคระบาดโควิด 19 หากเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงที่ไม่มีโรคระบาดและช่วงที่เศรษฐกิจของประเทศไทยเริ่มฟื้นตัวอาจทำให้ผลการวิจัยแตกต่างได้



บรรณานุกรม

- DAENGBUNGA, N. (2016). FACTORS AFFECTING INNOVATION IN SMEs: A CASE STUDY OF GEM AND JEWELRY BUSINESS, Case study of Technology Management College of Innovation, 1-151
- Manae, N. (2019) Factors Affecting the Innovativeness of Small and Medium Entrepreneurs in Pattani, Yala and Narathiwat provinces, Case study of Business Administration, 1-125
- Bayarçelik, E., Taşel, F., & Apak, S. (2014). A Research on Determining Innovation Factors for SMEs, Turkey Journal of Procedia - Social and Behavioral Sciences, 202-211
- Ongiem, A., & Vichitvejpaisal, P.(2018). Validation of the Tests, Journal of Anesthesiology, 44 (1), 36-42
- Juslin, A. (2019). Market Orientation, Competitive Aggressive, and Firm Performance, Journal of Marketing, 1-40
- Chokpromanan, W. (2014). THE AFFECT ENTREPRENEUR CHARACTERISTIC ON BUSINESS SUCCESS OF STORE ENTREPRENEUR IN DON WAI FLOATING MARKET, NAKHON PATHOM PROVINCE, Case study of Arts Program in Public and Private Management, 1-123
- Jaruborisutikun, P. (2019). Factors influencing acceptance process of food innovation product Of consumers in Bangkok Metropolitan Region, Case study of Business Administration, 1-131
- ส. (2558). การศึกษาเชิงเปรียบเทียบเพื่อการพัฒนา, รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ,10-1,10-8
- ส. (2558). ทำไมต้องทำแผนการส่งเสริม SME, 4, 14-33
- วะสี, น, มนต์ชัยตระกูล, ช, สัมพันธ์รักษ์, ก, รัตนสังฆธรรม, ม, และบำรุงเรือน, พ. (2561). มุมมองสินเชื่อบริษัทไทยจากข้อมูลรายสัญญา ตอนที่ 1, 12, 1-10
- พสุนนท์, ป. (2557). การกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวทาง Krejcie and Morgan (1970), วารสารวิชาการศิลปศาสตร์ประยุกต์, 112-125

บรรณานุกรม (ต่อ)

- เอกอุดมพงษ์, พ. (2557). การยอมรับนวัตกรรมของบุคลากรในองค์กร : กรณีศึกษาการนำสื่อ M-learning มาใช้ในการเรียนการสอนของอาจารย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตตรัง, การประชุมวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรมระดับชาติ, 7, 281-286
- สงนวล, จ. (2553). นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์แม่คูปูดราแอปเปิ้ล ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร, สารนิพนธ์การตลาด, 1-194
- เอื้อจิระพงษ์พันธ์, ส, วัฒนสินธุ์, ด, จันทรฉาย, ด, และคุปรัตน์, ด. (2553). นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญ ต่อการเป็นผู้ประกอบการ, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, 128, 49-65
- ศรีสุชาติ, ณ. (2561). การพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจเอสเอ็มอีไทย, วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37, 12-19
- watpon. (2548). การใช้ spss เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2564. จาก <http://www.watpon.in.th/spss/>
- สงสม, อ. (2560). ความสามารถทางนวัตกรรม: การทบทวนวรรณกรรมและแบบจำลองเชิงแนวคิด เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุและผลลัพธ์. วารสารวิชาการ, 37(4), 182-194
- กุลรัตน์วิจิตร, ว. (2560). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ประเภทบริการ). (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุขะศิริวัฒน์, ณ และเกิดศรี, ณ. (2557). ความท้าทายและข้อจำกัดของการขับเคลื่อนนวัตกรรม สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. วารสารวิจัยและพัฒนา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, 37(1), 119-131
- อำนาจวิภาวี, ส, เปลียนบางยาง, ศ, นิรินัง, พ และสกุณา, จ. (2563). นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เกิดความยั่งยืน. วารสารนวัตกรรมการบริหาร และการจัดการ, 8(3), 56-66
- สี่แก้วสี่, ณ. (2555). สถิติ. สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2564 จาก <https://sites.google.com/site/mystatistics01/home>

บรรณานุกรม (ต่อ)

ลีเลิศพันธ์, ว.(2557). ปัจจัยที่มีผลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท เนชั่น บรอดแคสติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน).(สารนิพนธ์ปริญญาบริหารมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเนชั่น.

M Report. (2564). แผนส่งเสริม SME ปี 2564-2565. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). สืบค้นข้อมูลเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2564 จาก <https://www.mreport.co.th/news/government-news/302-SME-promotion-plan-2021-2022>





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)”

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ตามหลักสูตรการจัดการ สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการมหิดล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

คำอธิบาย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ในการตอบแบบสอบถาม โปรดขอความกรุณาตอบแบบสอบถามทุกข้อและพิจารณาตอบตามความเป็นจริงให้มากที่สุด ทั้งนี้ความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์สูงสุดในการนำข้อมูลมาศึกษาต่อไป ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้เป็นอย่างยิ่ง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของกิจการและของท่านมากที่สุด

1. ประเภทของกิจการ

- การผลิต การบริการ การค้าส่ง การค้าปลีก

2. ประเภทของนวัตกรรม

- FinTech EdTech MedTech TravelTech
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ระยะเวลาดำเนินการ
 น้อยกว่า 6 เดือน 1-2 ปี 3-5 ปี
 มากกว่า 5 ปี
4. จำนวนพนักงานในองค์กร
 ไม่เกิน 5 คน ไม่เกิน 30 คน ไม่เกิน 50 คน 30 -
 100 คน
 50 - 200 คน
5. รายได้ต่อปี
 ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท ไม่เกิน 50 ล้านบาท ไม่เกิน 100 ล้านบาท
 50 - 300 ล้านบาท 100-500 ล้านบาท
6. ผู้ถือหุ้น
 คนไทย 100% คนไทย 51% ขึ้นไป คนไทยน้อยกว่า 51%
7. สถานที่ดำเนินการ
 กรุงเทพฯและปริมณฑล จังหวัดอื่นๆ
8. รูปแบบการจัดทะเบียน
 กิจการเจ้าของคนเดียว กิจการห้างหุ้นส่วน บริษัทจำกัด

Section 2:-----

9. เพศ
 ชาย หญิง
10. อายุ
 21-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี
 51 ปีขึ้นไป
11. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
12. ประสบการณ์ในการทำงาน
 น้อยกว่า 5 ปี 6-10 ปี 11 ปีขึ้นไป
13. ตำแหน่งงานในองค์กร

CEO Manager Operators

อื่นๆ

โปรดระบุ.....

14. ท่านทราบข่าวเกี่ยวกับทุนสนับสนุนนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผ่านช่องทางใดมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1)

สื่อออนไลน์

Facebook

Instagram

Twitter

Youtube

Website

อื่นๆ โปรดระบุ.....

สื่อออฟไลน์

โทรทัศน์

วิทยุ

ป้ายโฆษณา

สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น

อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ใน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกให้ระดับคะแนนของข้อความที่ตรงกับประสบการณ์ของท่าน

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจในการนำ นวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ปัจจัยภาครัฐ (Government)					
1.1 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่ พัฒนานวัตกรรม					
1.2 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงาน จัดอบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการ พัฒนาสินค้าหรือบริการ					
1.3 องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนหรือ เงินทุนในการพัฒนาสินค้าหรือบริการจากภาครัฐ					
2. เทคโนโลยี (Technology)					
2.1 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการมีราคาเหมาะสม					
2.2 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการไม่มีความซับซ้อน					
2.3 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการสามารถเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าให้แก่สินค้า หรือบริการได้จริง					
3. เงินทุน (Capital)					
3.1 องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนเงินทุน จากสถาบันการเงิน					
3.2 องค์กรของท่านมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทาง การเงิน					
3.3 องค์กรของท่านมีนักลงทุนมาร่วมลงทุน					
4. ภาคธุรกิจ (Business Sector)					

ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจในการนำ นวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
4.1 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับองค์กรที่ ดำเนินธุรกิจคล้ายหรือใกล้เคียงกับท่าน					
4.2 องค์กรของท่านเข้าร่วมกับผู้ประกอบการใน ธุรกิจประเภทเดียวกัน					
4.3 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับเครือข่ายที่ เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น Suppliers					

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการ ตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
1. โครงสร้างองค์กร (organizational structure)					
1.1 องค์กรของท่านมีหน่วยงานหรือฝ่ายงานที่ ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนาวัตกรรม					
1.2 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์ และเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นต่อการสร้างนวัตกรรม					
1.3 องค์กรของท่านมีกิจกรรมที่กระตุ้นและ ส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม					
1.4 องค์กรของท่านมีการติดตามหรือ ประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการนำนวัตกรรมไปใช้					
2. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)					
2.1 องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นสูงในการ พยายามก้าวล้ำคู่แข่งอยู่เสมอ					
2.2 องค์กรของท่านมีความพยายามในการ พัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความ ได้เปรียบทางการแข่งขัน					

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
2.3 องค์กรของท่านได้คิดหากลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย					
3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)					
3.1 องค์กรของท่านมีความกล้าในการนำเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยมาใช้ก่อนคนอื่นเสมอ					
3.2 ท่านมีความกล้าในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งตลอดเวลา					
3.3 ท่านมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมพัฒนาสินค้าหรือบริการที่องค์กรของท่านไม่เคยทำมาก่อน					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกข้อความที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
1. ชั้นเกิดความรู้ (Knowledge)					
1.1 ท่านทราบว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนาสินค้าหรือบริการของท่าน					
1.2 ท่านมักจะรู้จักและเข้าใจนวัตกรรมผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Website, โทรทัศน์ หรือ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น					
1.3 ท่านสามารถอธิบายถึงประเภทและประโยชน์ของนวัตกรรมที่นำมาใช้ในองค์กรท่านได้					

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
2. ขั้นการโน้มน้าว (Persuasion)					
2.1 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ใน องค์กร ท่านจะใช้ข้อมูลหลากหลายในการ อธิบายนวัตกรรมให้องค์กรของท่าน					
2.2 บุคคลรอบข้างสามารถโน้มน้าวท่านในการ เลือกใช้นวัตกรรมในองค์กร					
2.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ใน องค์กร ท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยนำ นวัตกรรมมาใช้ในองค์กร					
3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision)					
3.1 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ใน องค์กร ท่านจะเลือกเพราะท่านทราบว่า นวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและ บริการของท่าน					
3.2 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ใน องค์กร ท่านจะเลือกเพราะนวัตกรรมกำลังเป็นที่ นิยมในปัจจุบัน					
3.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ใน องค์กร ท่านจะพิจารณาและรับฟังความคิดเห็น ของคนในองค์กรประกอบการตัดสินใจ					
4. ขั้นการนำไปใช้ (Implementation)					
4.1 ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีผลต่อการทำ ให้องค์กรนำนวัตกรรมมาใช้					
4.2 เมื่อองค์กรของท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรม มาใช้ สมาชิกในองค์กรจะต้องรู้ว่าจะนำ นวัตกรรมประเภทใดมาใช้ในองค์กร					

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	ระดับความเห็น				
	1	2	3	4	5
4.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในการ องค์กร ท่านจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ได้ อย่างไร					
5. ขั้นตอนยืนยัน (Confirmation)					
5.1 ท่านไม่ลังเลที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในการ พัฒนาแผนกอื่นๆขององค์กร					
5.2 ท่านจะแนะนำการนำนวัตกรรมมาใช้ในการ องค์กรให้กับผู้อื่นอย่างแน่นอน					
5.3 ท่านมีแนวโน้มที่จะร่วมงานกับผู้พัฒนา นวัตกรรม ให้กับองค์กรของท่านต่อไป					



ภาคผนวก ข

ผลการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC)

แบบประเมินผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย
แบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ใน
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

จากตารางผลการตรวจสอบแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) พบว่าค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) มีค่าไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 0.50 ดังนั้นจึงสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไปได้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม

รายชื่อ	ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน
รศ. ดร. ณัฐวุฒิ พิมพา	อาจารย์สาขาภาวะผู้ประกอบการและนวัตกรรม วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล
นายอุกฤษ กิจศิริเจริญชัย	ผู้จัดการนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
นายศรุต คันธวัลย์	กรรมการผู้จัดการ บริษัท โกลบอล ซีเคียวริเทค จำกัด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกในข้อความที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ข้อมูลทั่วไป	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
1. ประเภทของกิจการ <input type="checkbox"/> การผลิต <input type="checkbox"/> การบริการ <input type="checkbox"/> การค้าส่ง <input type="checkbox"/> การค้าปลีก	1	1	1	3	1
2. ประเภทของนวัตกรรม <input type="checkbox"/> FinTech <input type="checkbox"/> EdTech <input type="checkbox"/> MedTech <input type="checkbox"/> TravelTech <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	1	1	3	1
3. ระยะเวลาดำเนินกิจการ <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 6 เดือน <input type="checkbox"/> 1-2 ปี <input type="checkbox"/> 3-5 ปี <input type="checkbox"/> มากกว่า 5 ปี	1	1	1	3	1

ข้อมูลทั่วไป	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
4. จำนวนพนักงานในองค์กร <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 5 คน <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 30 คน <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 50 คน <input type="checkbox"/> 30 - 100 คน <input type="checkbox"/> 50 - 200 คน	1	1	1	3	1
5. รายได้ต่อปี <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 1.8 ล้านบาท <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 50 ล้านบาท <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 100 ล้านบาท <input type="checkbox"/> 50 - 300 ล้านบาท <input type="checkbox"/> 100-500 ล้านบาท	1	1	1	3	1
6. ผู้ถือหุ้น <input type="checkbox"/> คนไทย 100% <input type="checkbox"/> คนไทย 51% จีนไป <input type="checkbox"/> คนไทยน้อยกว่า 51%	1	1	1	3	1
7. สถานที่ดำเนินการ <input type="checkbox"/> กรุงเทพฯและปริมณฑล <input type="checkbox"/> จังหวัด อื่นๆ	1	0	1	2	0.67
8. รูปแบบการจัดทะเบียน <input type="checkbox"/> กิจการเจ้าของคนเดียว <input type="checkbox"/> กิจการห้าง หุ้นส่วน <input type="checkbox"/> บริษัทจำกัด	1	1	1	3	1
9. เพศ <input type="checkbox"/> ชาย <input type="checkbox"/> หญิง	1	1	1	3	1
10. อายุ <input type="checkbox"/> 21-30 ปี <input type="checkbox"/> 31-40 ปี <input type="checkbox"/> 41-50 ปี <input type="checkbox"/> 51 ปีขึ้นไป	1	1	1	3	1
11. ระดับการศึกษา	1	1	1	3	1

ข้อมูลทั่วไป	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> สูงกว่าปริญญาตรี					
12. ประสบการณ์ในการทำงาน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 5 ปี <input type="checkbox"/> 6-10 ปี <input type="checkbox"/> 11 ปีขึ้นไป	1	1	1	3	1
13. ตำแหน่งงานในองค์กร <input type="checkbox"/> CEO <input type="checkbox"/> Manager <input type="checkbox"/> Operators <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ	1	1	1	3	1
14. ท่านทราบข่าวเกี่ยวกับทุนสนับสนุน นวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงาน นวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ผ่าน ช่องทางใดมากที่สุด (เลือกได้มากกว่า 1) <input type="checkbox"/> สื่อออนไลน์ <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Twitter <input type="checkbox"/> Youtube <input type="checkbox"/> Website <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ <input type="checkbox"/> สื่อออฟไลน์ <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ <input type="checkbox"/> วิทยุ <input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา <input type="checkbox"/> สิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร เป็นต้น <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ.....	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ทำให้เกิดการตัดสินใจนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกให้ระดับคะแนนของข้อความที่ตรงกับประสบการณ์ของท่าน

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจในการนำ นวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
1. ปัจจัยภาครัฐ					
1.1 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานที่ พัฒนานวัตกรรม	1	1	1	3	1
1.2 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับหน่วยงานจัด อบรมหรือให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมการพัฒนา สินค้าหรือบริการ	1	1	1	3	1
1.3 องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนหรือเงินทุน ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการจากภาครัฐ	1	1	1	3	1
2. เทคโนโลยี					
2.1 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการมีราคาเหมาะสม	1	1	1	3	1
2.2 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการไม่มีความซับซ้อน	1	1	1	3	1
2.3 เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือ บริการสามารถเพิ่มมูลค่าหรือคุณค่าให้แก่สินค้าหรือ บริการได้จริง	1	1	1	3	1
3. เงินทุน					
3.1 องค์กรของท่านได้รับการสนับสนุนเงินทุนจาก สถาบันการเงิน	1	1	1	3	1
3.2 องค์กรของท่านมีการกู้ยืมเงินจากสถาบันทาง การเงิน	1	1	1	3	1
3.3 องค์กรของท่านมีนักลงทุนมาร่วมลงทุน	1	1	1	3	1
4. ภาครัฐกิจ					
4.1 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับองค์กรที่ ดำเนินธุรกิจคล้ายหรือใกล้เคียงกับท่าน	1	1	1	3	1

ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
4.2 องค์กรของท่านเข้าร่วมกับผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทเดียวกัน	1	1	1	3	1
4.3 องค์กรของท่านมีความร่วมมือกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เช่น Suppliers	1	1	1	3	1

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
1. โครงสร้างองค์กร (organizational structure)					
1.1 องค์กรของท่านมีหน่วยงานหรือฝ่ายงานที่ทำหน้าที่ในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม	1	1	1	3	1
1.2 องค์กรของท่านมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ กลยุทธ์และเป้าหมาย ที่มุ่งเน้นต่อการสร้างนวัตกรรม	1	1	1	3	1
1.3 องค์กรของท่านมีกิจกรรมที่กระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานเสนอความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม	1	1	1	3	1
1.4 องค์กรของท่านมีการติดตามหรือประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการนำนวัตกรรมไปใช้	1	1	1	3	1
2. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive Aggressiveness)					
2.1 องค์กรของท่านมีความมุ่งมั่นสูงในการพยายามก้าวล้ำคู่แข่งอยู่เสมอ	1	1	1	3	1
2.2 องค์กรของท่านมีความพยายามในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน	1	1	1	3	1
2.3 องค์กรของท่านได้คิดหากลยุทธ์ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการให้แตกต่าง เพื่อไม่ให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาในตลาดเดียวกันได้ง่าย	1	1	1	3	1
3. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking)					

ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการตัดสินใจ ในการนำนวัตกรรมไปใช้ในองค์กร SMEs	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
3.1 องค์กรของท่านมีความกล้าในการนำเทคโนโลยี ที่ล้ำสมัยมาใช้ก่อนคนอื่นเสมอ	1	1	1	3	1
3.2 ท่านมีความกล้าในการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่ แตกต่างจากคู่แข่งตลอดเวลา	1	1	1	3	1
3.3 ท่านมีความกล้าในการใช้นวัตกรรมพัฒนาสินค้า หรือบริการที่องค์กรของท่านไม่เคยทำมาก่อน	1	1	1	3	1

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs)

คำชี้แจง โปรดเลือกข้อความที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

1 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 2 = ไม่เห็นด้วย 3 = ปานกลาง 4 = เห็นด้วย 5 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง




กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อม (SMEs)	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
1. ชั้นเกิดความรู้ (Knowledge)					
1.1 ท่านทราบว่านวัตกรรมมีส่วนช่วยในการพัฒนา สินค้าหรือบริการของท่าน	1	1	1	3	1
1.2 ท่านมักจะรู้จักและเข้าใจนวัตกรรมผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Website โทรทัศน์ หรือ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น	1	1	1	3	1
1.3 ท่านสามารถอธิบายถึงประเภทและประโยชน์ ของนวัตกรรมที่นำมาใช้ในองค์กรท่านได้	1	1	1	3	1
2. ชั้นการโน้มน้าว (Persuasion)					
2.1 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะใช้ข้อมูลหลากหลายในการอธิบายนวัตกรรม ในองค์กรของท่าน	1	1	1	3	1
2.2 บุคคลรอบข้างสามารถโน้มน้าวท่านในการ เลือกใช้นวัตกรรมในองค์กร	1	1	1	3	1

กระบวนการยอมรับนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	ผู้เชี่ยวชาญ			คะแนน	IOC
	1	2	3		
2.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะสอบถามข้อมูลจากผู้ที่เคยนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร	1	1	1	3	1
3. ขั้นการตัดสินใจ (Decision)					
3.1 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะเลือกเพราะท่านทราบว่านวัตกรรมจะช่วยสร้างมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการของท่าน	1	1	1	3	1
3.2 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะเลือกเพราะนวัตกรรมกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน	1	1	1	3	1
3.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะพิจารณาและรับฟังความคิดเห็นของคนในองค์กรประกอบการตัดสินใจ	1	1	1	3	1
4. ขั้นการนำไปใช้ (Implementation)					
4.1 ผู้บริหารในองค์กรของท่านมีผลต่อการทำให้องค์กรนำนวัตกรรมมาใช้	1	1	1	3	1
4.2 เมื่อองค์กรของท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ สมาชิกในองค์กรจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมประเภทใดมาใช้ในองค์กร	1	1	1	3	1
4.3 หากท่านเลือกที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กร ท่านจะต้องรู้ว่าจะนำนวัตกรรมไปใช้ได้อย่างไร	1	1	1	3	1
5. ขั้นการยืนยัน (Confirmation)					
5.1 ท่านไม่ลังเลที่จะนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาแผนกอื่นๆขององค์กร	1	1	1	3	1
5.2 ท่านจะแนะนำการนำนวัตกรรมมาใช้ในองค์กรให้กับผู้อื่นอย่างแน่นอน	1	1	1	3	1
5.3 ท่านมีแนวโน้มที่จะร่วมงานกับผู้พัฒนานวัตกรรม ให้กับองค์กรของท่านต่อไป	1	1	1	3	1

ภาคผนวก ค
เอกสารอนุมัติโครงการวิจัย

	COE No. MU-CIRB 2021/127.2904
Mahidol University Central Institutional Review Board <i>Certificate of Exemption</i>	
Title of Project: Factors Affecting Decision-Making in the Implementation of Innovation in the Thai Small and Medium Enterprises (SMEs)	
Protocol Number: MU-CIRB 2021/186.0804	
Principal Investigator: Ms. Patchamon Plamee	
Co- Investigators: -	
Affiliation: College of Management, Mahidol University	
The criteria of Exemption: Research involving the use of survey procedures and:	
<ul style="list-style-type: none"> - Recorded information CANNOT readily identify the subject (directly or indirectly/linked) OR - Any disclosure of responses outside of the research would NOT place subject at risk (criminal, civil liability, financial, employability, educational advancement, reputation) 	
<p>MU-CIRB is in full compliance with International Guidelines for Human Research Protection such as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guidelines and the International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)</p> <p><i>Date of Determination: 29 April 2021</i></p>	
Signature of Chairperson:	
	(Associate Professor Penchan Pradubmook Sherer) Acting MU-CIRB Chair
<p><i>MU-CIRB Address: Office of the President, Mahidol University, 4th Floor, Room Number 411 999 Phuttamonthon 4 Road, Salaya, Nakhonpathom 73170, Thailand Tel: 66 (0) 2849 6224, 6225 Fax: 66 (0) 2849 6224 E-mail: mucirb@gmail.com Website: http://www.sp.mahidol.ac.th</i></p>	
Page 1 of 1	

ภาคผนวก ง
หนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูล

	College of Management Mahidol University	สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เลขที่: 1260/2564 วันที่: 7 เมษายน 2564 13:36	
ที่ อา 78.32 / 0499			
		วันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2564	
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูล			
เรียน ผู้อำนวยการ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)			
<p>เนื่องด้วย นางสาวพัชฌม พลายมี รหัสประจำตัวนักศึกษา 6250362 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการและกลยุทธ์ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล มีความประสงค์จะขอความอนุเคราะห์ข้อมูลโดยการทำแบบสอบถาม Online กับผู้ประกอบการที่สมัครโครงการนวัตกรรมแบบเปิดของสำนักงานฯ ช่วงเวลาประมาณเดือนพฤษภาคม ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2564 เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปประกอบการทำวิจัย ในหัวข้อเรื่อง "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการนำนวัตกรรมไปใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวิชา MGG697 Thematic Paper</p>			
<p>ในกรณี เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิทยาลัยการจัดการ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน ในการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาเพื่อไปประกอบการทำวิจัย โดยข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้เพื่อประโยชน์ในการศึกษาเท่านั้น</p>			
จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบคุณยิ่ง			
รองวิเชียร	ขอแสดงความนับถือ		
			
7 เมษายน 2564	(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ปุริม โยทยานนท์)		
<p>รักษาการรองคณบดีงานสนับสนุนการศึกษาและวิชาการ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล</p>			
<p>นักศึกษาผู้ประสานงาน: นางสาวพัชฌม พลายมี โทร. 084-335-4786 อีเมล watachi.mewpine@gmail.com</p>			
<p>สำนักบริหาร มหาวิทยาลัยมหิดล College of Management Mahidol University</p>	<p>ถนนวิภาวดีรังสิต สามเสนใน พญาภิ กรุงเทพฯ 10400</p>	<p>89 Viewwadee Rangsit Road Samsenai Phayathai District, Bangkok, Thailand 10400</p>	<p>www.cmmu.mahidol.ac.th Tel : 662 206 2000 Fax : 662 206 2080</p>