

ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

INTELLECTUAL CAPITAL AND SERVICE INNOVATION AFFECT THE SUCCESS
OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (SMEs) IN CHUMPHON PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2565

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-058

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

INTELLECTUAL CAPITAL AND SERVICE INNOVATION AFFECT THE SUCCESS
OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (SMEs) IN CHUMPHON PROVINCE



CHALITA DANGSAKON

A THESIS SUBMITTED IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSSINESS ADMINISTRATION
KING MONGKUT'S INTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2022

KMITL PRINCE OF CHUMPHON-2022-058

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร
ชื่อนักศึกษา	นางสาวชลิตา แดงสกล
รหัสนักศึกษา	625510902
ปริญญา	บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยภูวนาถก์ หล้าแหล่ง

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางปัญญา, นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 3) ศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร จำนวน 325 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่, ร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ One-way ANOVA และ Multiple Regression กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 ปี - 50 ปี ขนาดของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มมีลูกจ้าง 16-30 คน ประเภทของธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นประเภทบริการ ส่วนมากผู้ตอบแบบสอบถาม จะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับดี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทุนทางปัญญาทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ทุนมนุษย์, ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ประกอบกับนวัตกรรมบริการ ทั้ง 4 ด้าน ที่ประกอบด้วย ด้านข้อมูลสารสนเทศ, ด้านกระบวนการ และด้านเทคโนโลยี มีความสำคัญเท่ากัน ทำให้ส่งผลเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: ทุนทางปัญญา, นวัตกรรมบริการ, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Thesis	INTELLECTUAL CAPITAL AND SERVICE INNOVATION AFFECT THE SUCCESS OF SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE (SMEs) IN CHUMPHON PROVINCE
Student	MISS Chalita Dangsakon
Student ID	62551902
Degree	Master of Business
Program	Business Administration
Year	2022
Thesis Advisors	Assistant Professor Dr. Chanyaphak Lalaeng

ABSTRACT

The research objectives were to 1) study intellectual capital, service innovation, and the success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Chumphon Province, 2) study intellectual capital affecting the success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Chumphon Province, and 3) study service innovations affecting the success of Small and Medium Enterprises (SMEs) in Chumphon Province by using a questionnaire as a tool to collect data from a sample of 325 SMEs. The descriptive statistics were used in the study. One-way ANOVA and Multiple Regression were used to test hypotheses. The statistical significance level was set at .05.

According to the findings, the majority of respondents (172) were males between the ages of 41 and 50. The company with more than 16 - 30 employees. The type of business discovered to be a service type with a period of 6-8 years from the start of business to the present. The general public's perception of intellectual capital in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Chumphon province was moderate. with a statistically significant level of .05., hypothesis testing revealed that intellectual capital in human capital, structural capital, relational capital, information services innovation, process service innovation, and technology service innovation had a positive impact on the success of SMEs in Chumphon Province.

Keywords: Intellectual capital, Service Innovation, Small and medium enterprises (SMEs)

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุง และความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ นอกจากนี้ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาอุชนกิจ ดร.มัลลิกา สุปงกฏ และดร.กิตติ แก้วเขียว ที่ชี้แนะ แนวทางในการทำให้เป็นไปในทิศทางที่ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษา และแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อีกทั้งยังดูแล เอาใจใส่ และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ด้วยดีเสมอมา

ขอขอบคุณ นายสำเร็จ มาศสุวรรณ ผู้จัดการศูนย์ให้บริการเอสเอ็มอีครบวงจร จังหวัดชุมพร ที่เป็นที่ปรึกษา และให้ข้อมูล แนวทางวิธีดำเนินการ คำแนะนำ และกำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ ด้วยความยินดียิ่ง

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบ ให้แต่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง ที่ให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วง ตลอดจนครูอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้วิจัย หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยไว้ ณ ที่นี้

ชลิตา แดงสกล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VIII
บทที่ 1 บทนำ.....	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	3
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	3
1.4 สมมุติฐานการวิจัย.....	3
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
1.7 ขอบเขตการวิจัย.....	5
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทุนทางปัญญา.....	8
2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ.....	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ.....	16
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs).....	19
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
2.6 สรุปแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	26
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	
3.1 แบบการศึกษา.....	34
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	37
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	38
3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์.....	39
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	
ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	43
ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีทางปัญญา.....	46
ส่วนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ.....	49
ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจ.....	53
ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	55
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	
5.1 สรุปผลวิจัย.....	59
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	62
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	64
บรรณานุกรม.....	65
ภาคผนวก.....	68
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ จดหมายเกี่ยวข้องต่างๆ.....	70
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม.....	77
ภาคผนวก ค การหาค่าคุณภาพของเครื่องมือ.....	84
ภาคผนวก ง ค่าสถิติสำคัญต่างๆ.....	93
ประวัติผู้วิจัย.....	114

สารบัญดาราง

ตารางที่		หน้า
2.1	ลักษณะ SME ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543	20
2.2	สรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย	26
2.3	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง	29
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	43
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	43
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	43
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของธุรกิจ.....	44
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ....	44
4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน.....	45
4.7	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับทุนทางปัญญา ในด้านทุนมนุษย์.....	46
4.8	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับทุนทางปัญญา ในด้านทุนโครงสร้าง.....	47
4.9	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับทุนทางปัญญา ในด้านทุนเชิงความสัมพันธ์.....	48
4.10	ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ใน ด้านข้อมูลสารสนเทศ.....	49
4.11	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านกระบวนการ....	55
4.12	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านเทคโนโลยี.....	51
4.13	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านสภาพแวดล้อม.....	52
4.14	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของความมั่นคงของกิจการ.....	53
4.15	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของการยอมรับนับถือ.....	54
4.16	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของความมีชื่อเสียง.....	54
4.17	แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด.....	55

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.18	การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร.....	56
4.19	การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร.....	57
4.20	แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	58



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	สามเหลี่ยมนวัตกรรมบริการ (Furseth and Cuthbertson, 2013)	12
1.2	Building Block ของนวัตกรรมบริการ	15
1.3	แสดงแนวคิดขั้นตอนการวิจัย	35



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีหน้าที่หลักสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ในแง่ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2563 มีมูลค่าเท่ากับ 15,703,021 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.1 ของมูลค่า GDP ในภาคการเกษตรเท่ากับ 1,357,503 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.6 ของมูลค่า GDP รวม ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 3.4 สำหรับ GDP นอกภาคการเกษตรมีมูลค่าเท่ากับ 14,345,518 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 91.4 ของมูลค่า GDP รวม ลดลงร้อยละ 6.3 โดยกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดดังกล่าวมากที่สุด ได้แก่ภาคการบริการ ที่มี GDP ลดลงร้อยละ 7.4 รองลงมาคือภาคอุตสาหกรรม ที่มี GDP ลดลงร้อยละ 5.7 และภาคการค้าปลีกค้าส่ง ที่มี GDP ลดลงร้อยละ 3.7 ตามลำดับ ด้านการจ้างงานในวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เกิดการจ้างงานจำนวน 12,155,647 รายหรือร้อยละ 82.22 ของจำนวนการจ้างงาน ทั้งหมดในประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเปรียบเสมือนเส้นเลือดใหญ่ของระบบเศรษฐกิจไทยที่มีบทบาทหน้าที่ ที่สำคัญในการฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก นั่นคือ 1) เป็นแหล่งอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสำคัญต่อธุรกิจขนาดใหญ่ทั้งในแง่การเป็นผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้จัดจำหน่าย และผู้บริโภค โดยเฉพาะลักษณะการรับช่วงการผลิต 2) เป็นแหล่งสร้างงานสร้างอาชีพ เนื่องจากวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีกระจัดกระจายอยู่ทั่วไปเป็นจำนวนมากและหลากหลายสาขาอาชีพ จึงสามารถรองรับแรงงานทั้งภาคเกษตรกรรม แรงงานที่ถูกยกเลิกจ้างจากกิจการขนาดใหญ่ แรงงานใหม่ ๆ ที่เพิ่งจบจากเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลไปสู่ชนบทอย่างยั่งยืนต่อไป 3) ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรหลากหลาย โดยเฉพาะทรัพยากรทางการเกษตร วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนใหญ่ จึงดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการนำสินค้าทางการเกษตรมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม 4) เป็นจุดเริ่มต้นในการลงทุน เนื่องจากธุรกิจใช้เงินทุนในการก่อตั้งไม่มากนัก และ 5) เป็นแหล่งพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานและการประดิษฐ์และคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกิจการที่จัดตั้งขึ้นบนพื้นฐานของความเป็นอิสระ ความถนัดและความชอบของผู้ประกอบการ โดยพยายามที่จะสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง 6) เป็นการป้องกันการผูกขาดในระบบเศรษฐกิจเนื่องจากวิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมช่วยทำให้เกิดการแข่งขันในการดำเนินธุรกิจและการแข่งขันที่เป็นธรรม จะก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม

วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) นั้น ถือว่ายังเป็นองค์กรขนาดเล็ก ที่ยังมีข้อจำกัดในด้านทรัพยากรอยู่มาก ดังนั้น วิชาธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางปรับตัวเพื่อที่สร้างความสามารถแข่งขัน ซึ่งต้องนำทุนทางปัญญาหรือความรู้ความสามารถความชำนาญเฉพาะทาง อันเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในทุนมนุษย์ มาปรับใช้เพื่อสร้างสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมใหม่ ปรับปรุงกระบวนการเพื่อที่จะตอบสนองตลาดให้ได้ (Hussinki, Ritala, Vanhala, & Kianto, 2017) โดยทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) คือ สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นผลพวงมาจากความรู้ความสามารถ ในการนำประสบการณ์ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ และเพิ่มทักษะความสามารถเฉพาะทาง ความสามารถในการปรับตัว ความสัมพันธ์กับ

ลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้องค์กรเกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่งคั่งให้เกิดกับองค์กร (Edvinsson, 1997; Stewart, 1994; Roos, Bainbridge, & Jacobsen, 2001) โดยทุนทางปัญญา มีองค์ประกอบได้แก่ (1) ทุนมนุษย์ (2) ทุนโครงสร้าง (3) ทุนความสัมพันธ์ (อรพิน บุญสิน และ อิสระ สุวรรณ บล, 2556; สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์, 2559; Osman & Abidin, 2014; Zhang, Qi, Wang, Pawar, & Zhao, 2018)

นอกจากนี้ สิ่งทีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องพยายามพัฒนาปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความคุณภาพตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จะต้องมีการพัฒนานวัตกรรม (Innovation) ซึ่งหมายถึง การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือพัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ การเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น การเสาะหาตลาดใหม่ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กร การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจ การแสวงหาทรัพยากรใหม่ เช่น วัตถุดิบ โดยนวัตกรรมจะเป็นสิ่งสำคัญของ องค์กรที่สร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ (Schumpeter, 1934; Christensen & Raynor, 2003; The organization of economic co-operation and development, 2005) โดยเฉพาะนวัตกรรมบริการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคบริการ ซึ่งนวัตกรรมบริการ (Service Innovation) หมายถึง กลยุทธ์ที่ใช้กระบวนการทางธุรกิจร่วมกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรภายใต้แนวคิดของ Co-creation ให้ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การออกแบบกระบวนการที่สร้างสรรค์ สร้างข้อเสนอ (Offering) ใหม่ๆ และทำให้เกิดคุณค่า (Value) แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้า ประกอบด้วย (1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ (2) ด้านกระบวนการ (3) ด้านเทคโนโลยี และ (4) ด้านเทคโนโลยี (กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2556; Hertog, 2000)

จากความสำคัญของทุนทางปัญญาหรือความรู้ความสามารถความชำนาญเฉพาะทาง อันเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในทุนมนุษย์ นำมาเป็นประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมใหม่ การปรับปรุงกระบวนการเพื่อที่จะตอบสนองตลาดให้ได้ และความสำคัญของนวัตกรรมบริการ หรือกลยุทธ์ที่ใช้ในกระบวนการทางธุรกิจร่วมกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมให้ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การการสร้างสรรค์ข้อเสนอ (Offering) ใหม่ๆ และทำให้เกิดคุณค่า (Value) แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัย “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” โดยที่เลือกศึกษาพื้นที่ในจังหวัดชุมพร เพราะจังหวัดชุมพร เป็นต้นแบบธุรกิจที่มีศักยภาพในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับจังหวัด ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญและต้องการที่จะศึกษาภาพรวมของจังหวัด เพื่อทราบผลกระทบของทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการบริหารจัดการธุรกิจ โดยการจัดการทุนทางปัญญา และเสริมสร้างนวัตกรรมบริการที่จะที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ตลอดจนเป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของหน่วยงานภาครัฐต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ทูทางปัญญา นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรเป็นอย่างไร

1.2.2 ทูทางปัญญา ปัจจัยการบริหาร จัดการส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร หรือไม่ อย่างไร

1.2.3 นวัตกรรมบริการ จัดการส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร หรือไม่ อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาทูทางปัญญา นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.3.2 เพื่อศึกษาทูทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.3.3 เพื่อศึกษานวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร การ

1.4 สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ H1a – H1c

1.1 ทูทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.2 ทูทางปัญญาด้านทุนโครงสร้างส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.3 ทูทางปัญญาด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

สมมุติฐานที่ H2a – H1d

2.1 นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

2.2 นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

2.3 นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

2.4 นวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 ตัวแปรอิสระ

1.5.1.1 ทูทางปัญญา

- 1) ด้านทุนมนุษย์
- 2) ด้านทุนโครงสร้าง
- 3) ด้านทุนความสัมพันธ์

1.5.1.2 นวัตกรรมบริการ

- 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ
- 2) ด้านกระบวนการ
- 3) ด้านเทคโนโลยี
- 4) ด้านสภาพแวดล้อม

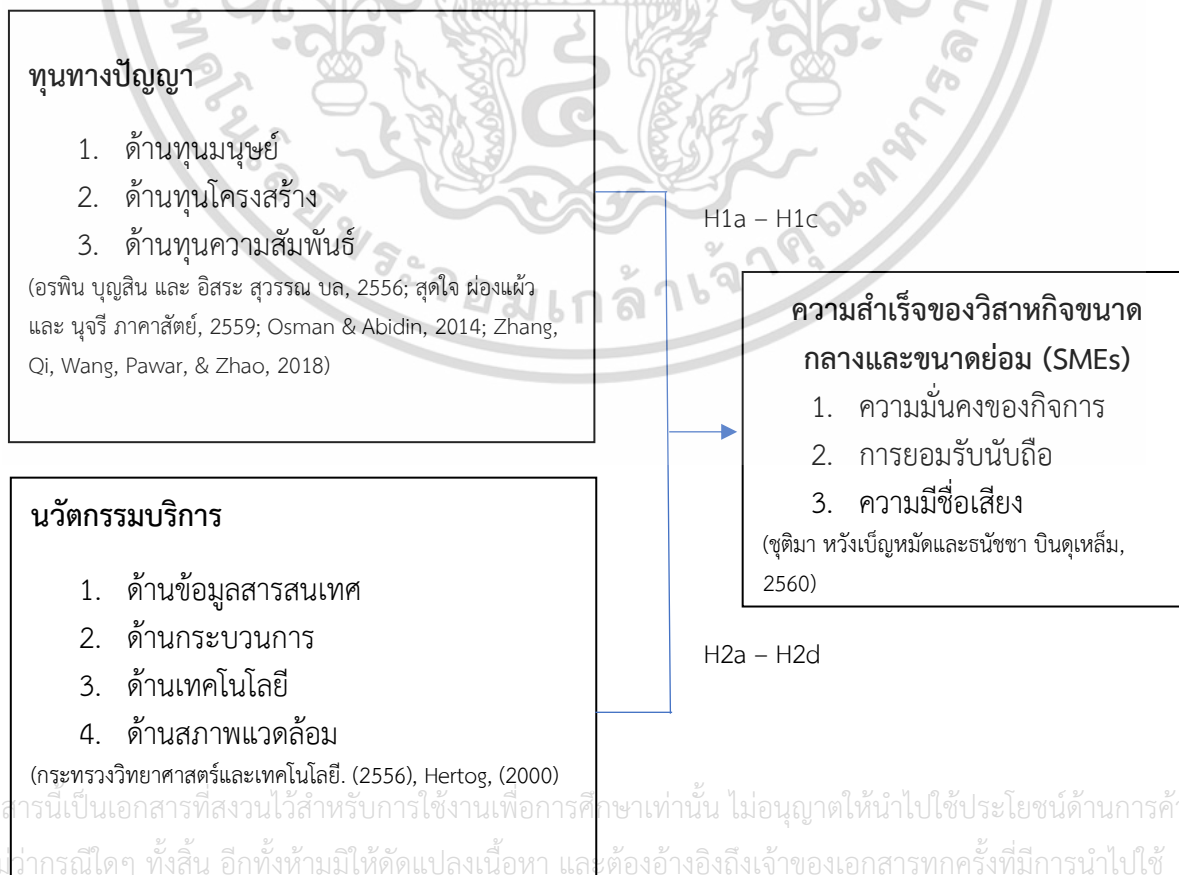
1.5.1.3 ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

- 1) ความมั่นคงของกิจการ
- 2) การยอมรับนับถือ
- 3) ความมีชื่อเสียง

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ขอบเขตการวิจัย

1.7.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษา ทูทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร สำหรับตัวแปรอิสระทูทางปัญญา ผู้วิจัยประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการต่อไปนี้ (อรพิน บุญสิน และ อิสระ สุวรรณ บล, 2556; สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรี ภาคาศัตย์, 2559; Osman & Abidin, 2014; Zhang, Qi, Wang, Pawar, & Zhao, 2018) โดยเลือกใช้ตัวแปร ที่มีนักวิชาการได้กล่าวไว้ทั้งหมดเพื่อให้ครอบคลุมทุกลักษณะ ทุกมิติ ตามคำนิยาม จึงสามารถสรุปตัวแปร ในการศึกษาทูทางปัญญาได้ ด้วยกัน 3 ตัวแปร ประกอบด้วย 1) ด้านทุนมนุษย์ 2) ด้านทุนโครงสร้าง 3) ด้านทุนความสัมพันธ์

สำหรับตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการ ผู้วิจัยใช้แนวคิดของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2556) ซึ่งนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านเทคโนโลยี และ 4) ด้านสภาพแวดล้อม

โดยมีตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ความสำเร็จของการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย 1) ความมั่นคงของกิจการ 2) การยอมรับนับถือ และ 3) ความมีชื่อเสียง

1.7.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาครั้งนี้ ทำการศึกษากับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.7.3 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร จำนวนทั้งสิ้น 2,123 ราย (ข้อมูลการคงอยู่ของนิติบุคคล, สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลรายจังหวัด ประจำเดือนมกราคม 2564)

1.7.4 ขอบเขตระยะเวลา

ขอบเขตระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิจัยตั้งแต่เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2564 – เดือน มีนาคม พ.ศ. 2565

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 เพื่อทราบผลกระทบของทูทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

1.8.2 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในการใช้ข้อมูลผลการวิจัยเป็นแนวทางในการจัดการทูทางปัญญา และเสริมสร้างนวัตกรรมบริการที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

1.8.3 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของหน่วยงานภาครัฐ

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.9.1 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หมายถึง ธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง และได้รับการสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐในหลายๆ ด้าน ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใด ไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินการต่ำ เงินลงทุนน้อยและมีพนักงานจำนวนไม่มาก ที่ประกอบไปด้วย คณะบุคคล บุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนจำกัด อีกทั้งกระจายรายได้ให้แรงงานได้อย่างทั่วถึง

1.9.2 ทุนทางปัญญา หมายถึง (Intellectual Capital) สิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นผลพวงมาจากความรู้ การนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ ทักษะความสามารถเฉพาะทาง ความสามารถในการปรับตัว ความสัมพันธ์กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้องค์กรเกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่งคั่งให้เกิดกับองค์กร ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์

1.9.2.1 ทุนมนุษย์ หมายถึง ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทั้งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด และเกิดจากการเรียนรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเอง และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพขององค์กร หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า

1.9.2.2 ทุนโครงสร้าง หมายถึง การพัฒนาทุนทางปัญญา การให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานและนโยบายของบริษัท การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การสร้างนวัตกรรม จากการวิจัยและพัฒนาด้วยบริษัทเอง

1.9.2.3 ทุนความสัมพันธ์ หมายถึง การที่ความรู้ได้ฝังเข้าไปในความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าหรือองค์กรกับผู้ผลิต (Supplier) หรือหุ้นส่วน (Partners) คือสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ในแง่ของการพัฒนาคุณภาพและความเติบโตของความสัมพันธ์ ระหว่างพนักงาน ลูกค้าหุ้นส่วน ผู้ผลิต และคู่แข่งรวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านของความสัมพันธ์

1.9.3 นวัตกรรมบริการ หมายถึง กลยุทธ์ที่ใช้กระบวนการทางธุรกิจร่วมกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรภายใต้แนวคิดของ Co-creation ให้ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การออกแบบกระบวนการที่สรรค์สร้างข้อเสนอ (Offering) ใหม่ๆ และทำให้เกิดคุณค่า (Value) แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้า ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม

1.9.3.1 ข้อมูลสารสนเทศ หมายถึง ข้อมูลที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงโดยการนำข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องกันมาจัดกระทำหรือประมวลผล เพื่อให้มีความหมายหรือคุณค่าเพิ่มขึ้น ตามวัตถุประสงค์การใช้งานที่คาดหวัง ว่าเกิดจากผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งข้อจำกัด หรือ เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการบริการ

1.9.3.2 กระบวนการ หมายถึง การดำเนินการใดๆ ที่มีการกำหนดขั้นตอนอย่างเป็นระบบ มีความต่อเนื่องและรายละเอียดที่ชัดเจน และสามารถที่จะนำไปปฏิบัติกรอย่างไยอย่างหนึ่ง จนกระทั่งบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการดำเนินการนั้นๆอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.9.3.3 ด้านเทคโนโลยี หมายถึง การใช้ความรู้ เครื่องมือ ความคิด หลักการ เทคนิค ความรู้ ระเบียบวิธี กระบวนการทดลอง ผลงานทางวิทยาศาสตร์ ทั้งสิ่งประดิษฐ์และวิธีการ มาประยุกต์ใช้ในระบบงาน เพื่อช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

1.9.3.4 ด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลว ในการดำเนินงานขององค์การธุรกิจ ทั้งปัจจัยที่ส่งผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม การพิจารณาองค์ประกอบและ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการ ให้บริการและผู้รับบริการ เพื่อที่จะช่วยให้การสร้างความร่วมมือกันระหว่างผู้ให้บริการกับ ผู้รับบริการ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอ และระบบบริการที่นำไปสู่การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่

1.9.4 ความสำเร็จของธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ได้ผลเป็นที่น่าพึงพอใจ หรือ บรรลุเป้าหมาย ตามที่องค์กรได้กำหนดไว้ การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการพึงมี คือ การใส่ใจที่เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะนำความรู้ที่ได้นั้น มาพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยให้คุณ สามารถแก้ไขปัญหา ที่เข้ามาได้ทันท่วงทีและทำให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด โดยการทำธุรกิจนั้น ไม่ใช่มีแค่เพียง เจ้าของกิจการที่เป็นคนทำ ยังมีพนักงาน ผู้บริหารคนอื่น ๆ ที่อยู่ภายในธุรกิจด้วย ทั้งนี้การบริหารงาน ควรมีความ เข้าใจกัน มองเป้าหมายให้เป็นจุดเดียวกันและไปให้ถึงเป้าหมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยภายใน ที่ควรให้ความสำคัญ เช่นกัน เพราะธุรกิจจะขับเคลื่อนไปได้ต้องมาจากความร่วมมือร่วมใจกัน ของคนในองค์กรด้วยตนเอง สิ่งที่สำคัญ อีกเรื่องคือ คุณภาพของสินค้าและบริการที่ดี ในที่นี้หมายถึง คุณภาพที่สามารถรักษามาตรฐานให้ได้ตลอด ไม่ควรทำให้คุณภาพของสินค้าและบริการตกลง ควรทำให้คุณภาพของสินค้าหรือบริการดีขึ้นเรื่อย ๆ จะทำให้ ลูกค้าสนใจในตัวสินค้ามากยิ่งขึ้น และความมุ่งมั่น ตั้งใจ ในการทำธุรกิจถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญ ที่สามารถเป็น แรงผลักดันในการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจใดก็ตาม จะต้องมีความเชื่อมั่นว่าจะต้องทำได้ และสามารถทำ ความสำเร็จได้

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ทูทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการทำวิจัยและนำไปสู่การกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรสาเหตุและผลลัพธ์ของทูทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่มีปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร โดยแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทูทางปัญญา
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการจัดทำธุรกิจ
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 สรุปแนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทูทางปัญญา

ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) คือ สิ่งที่จับต้อง ไม่ได้ เป็นผลพวงมาจากความรู้ การนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ ทักษะความสามารถเฉพาะทาง ความสามารถในการปรับตัว ความสัมพันธ์กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้องค์กรเกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่งคั่งให้เกิดกับองค์กร (Stewart, 1994; Roos, Bainbridge, & Jacobsen, 2001) โดยทูทางปัญญามีองค์ประกอบได้แก่ (1) ทูมนุษย์ (2) ทูโครงสร้าง (3) ทูความสัมพันธ์ (4) ทูการเงิน (อรพิน บุญสิน และ อิศระ สุวรรณ บล, 2556; สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์, 2559; Osman & Abidin, 2014; Zhang, Qi, Wang, Pawar, & Zhao, 2018) ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมนั้นถือว่ายังเป็นองค์การ ขนาดเล็ก ยังมีข้อจำกัดในด้านทรัพยากรอยู่มาก ทั้งนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะแสวงหาทางปรับตัวเพื่อที่สร้าง ความสามารถแข่งขัน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้อง นำทูทางปัญญาหรือความรู้ความสามารถ ความชำนาญเฉพาะทาง อันเป็นทรัพยากรที่มีอยู่ในทูมนุษย์นั้นมาเป็นประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมใหม่ ปรับปรุงกระบวนการ เพื่อที่ตอบสนองตลาดให้ได้ (Hussinki, Ritala, Vanhala, & Kianto, 2017) นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยของโกศล จิตวิรัตน์ (2556) พบว่าทูมนุษย์มีผลเชิงบวกต่อขีดความสามารถในการ แข่งขันของผู้ประกอบการยางพาราในประเทศไทย Stewart (1991) ให้นิยาม Intellectual capital (IC) ว่าเป็น Intellectual Material ที่ประกอบด้วย ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา ประสบการณ์ที่นำไปใช้เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้บริษัทได้ ในขณะที่ Edvinsson and Malone (1997) ได้จัดให้ Intellectual Capital เป็นมูลค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน ความรู้ซึ่งสามารถวัดได้จากผลต่างระหว่างมูลค่าตลาด (Market Value) และมูลค่าทางบัญชี (Book Value) หรือเป็นสิ่งที่ไม่ใช่ตัวเงินและไม่ใช่ทรัพยากรที่จับต้องได้โดย IC มีฐานมาจาก 2 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ Human capital และ Structural capital ที่แบ่งย่อย เป็น Organizational capital และ Customer capital.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในเวลาต่อมามีนักวิจัยอีกหลายท่าน ได้อธิบายและแบ่งกลุ่มของ Intellectual Capital เป็น Human capital, Structural capital และ Relational capital เช่นในงานวิจัยของ Mehralian, Rasekh, Akhavan and Ghafari (2013) และ Wang et al.(2015) โดยสรุปแล้ว IC หมายถึงทุนทางความรู้ เป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ หรือสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible assets) ตามแนวคิดดังกล่าว intellectual capital ประกอบด้วย

1) Human capital (HC) ทรัพยากรมนุษย์เป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะสร้างความสำเร็จได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากทักษะ ความสามารถ ศักยภาพ และความจงรักภักดีต่อองค์กรเป็นสิ่งที่ไม่สามารถลอกเลียนและถ่ายโอนไปสู่องค์กรอื่นได้ ผลการดำเนินงานบริษัทขึ้นกับสิ่งที่พนักงานจะป้อนเข้าไป (Input) Vergauwen et al (2007) ให้ความหมายของ Human Capital (HC) ว่าเป็น การศึกษา ทักษะ ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน และประสิทธิภาพของพนักงานในแง่การเพิ่มและปรับปรุงผลผลิตของบริษัท Bontis et al (2002). หมายถึงความรู้ขององค์กรที่มากกว่าความรู้ของพนักงานแต่ละคน Butter, Valenzuela, and Quintana (2015). กล่าวว่าเป็นความสามารถโดยกำเนิด ความฉลาด การสร้างสรรค์และความสามารถพิเศษทางสมอง

2) Structural capital (SC) Edvinsson and Malone (1997). กล่าวถึง Structural capital ว่า ประกอบด้วยการประมวลความรู้และแนวคิดที่อยู่ในระบบ (system) ฐานข้อมูล (Database) และโปรแกรม หรือ เป็น Mechanism และ Structural ขององค์กรเพื่อช่วยและสนับสนุนการทำงานของพนักงานให้เกิดผลผลิตและผลลัพธ์ที่ดีตามที่ Mehralian et al. (2013) ได้กล่าวไว้ ในขณะที่นักวิจัยบางท่าน เช่น Guthrie and Petty (2000) เรียกว่า Internal structural capital ซึ่งประกอบด้วยการพัฒนาทุนทางปัญญา การให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานและนโยบายของบริษัท การสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การสร้างนวัตกรรมจากการวิจัยและพัฒนาด้วยบริษัทเอง Bontis (2001) ยังรวมถึงกลยุทธ์ สิทธิบัตร Brand names ด้วย หากกล่าวให้ชัดเจนยิ่งขึ้นตาม Ordonez de Pablos (2004) กล่าวว่าถึงแม้ SC จะสร้างขึ้นโดยมนุษย์แต่เป็นสิ่งที่ยังคงอยู่กับบริษัท แม้ว่าพนักงานจะกลับบ้านไปแล้วก็ตาม ดังนั้นบริษัทจึงเป็นเจ้าของ SC ดังเช่น สิทธิบัตร ที่มนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นมา ให้แต่หลังจากนั้นแล้ว สิทธิบัตรก็เป็นของบริษัทไป

3) Relational capital (RC) หมายถึงการที่ความรู้ได้ฝังเข้าไปในความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้า หรือองค์กรกับผู้ผลิต (Supplier) หรือหุ้นส่วน (Partners) ตามที่ Yitmen (2014) ให้ความหมายไว้ โดยที่ Hsu and Wang (2012) ระบุว่า RC คำนึงถึงการนำพาความรู้ไปสู่ความสัมพันธ์ผ่าน Social structure ยังมีงานวิจัยอีกมากที่กล่าวถึง RC คล้ายคลึงกันโดยสรุปแล้ว RC คือสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ในแง่ของการพัฒนาคุณภาพและความเติบโตของความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ลูกค้าหุ้นส่วน ผู้ผลิต และคู่แข่งรวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีและความสำเร็จการแข่งขันด้านของความสัมพันธ์

การวัดมูลค่าทุนทางปัญญาในทางบัญชีนั้นเกิดขึ้นมาตั้งแต่อดีตแต่ไม่สามารถเปิดเผยตัวเลขในงบการเงินได้อย่างชัดเจนนักเนื่องจากการวัดมูลค่าให้ได้ตามมาตรฐานทางบัญชีนั้น เป็นไปได้ยากมีนักวิจัยหลายท่านที่คิดค้นวิธีการวัด IC จนเกิดเป็นโมเดลต่าง ๆ แต่ปัญหาที่มักพบ คือ ข้อมูลไม่สามารถหาได้จากแหล่งข้อมูลภายนอกบริษัท มักเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) ขึ้นกับวิจารณ์ญาณและข้อมูลเหล่านั้นไม่สามารถเปลี่ยนเป็นเชิงปริมาณได้

อย่างไรก็ตามหนึ่งในวิธีการวัด IC ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายเนื่องจากไม่เกิดปัญหา ดังกล่าวข้างต้นเหมือนอย่างโมเดลอื่น การวัด IC สำหรับงานวิจัยนี้จึงใช้ value added intellectual coefficient (VAIC) พัฒนาโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Pulic (1998) ที่มีมุมมองแบบผู้มีส่วนได้เสีย เนื่องจากการวัด ประสิทธิภาพของบริษัท เป็นการวัดที่อาศัยทุนทางกายภาพ ทางการเงิน และทางปัญญา (Intellectual Capital) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกส่วนไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น พนักงาน ลูกค้า เจ้าหนี้ไปถึงรัฐบาล Riahi-Belkaoui (2003) กล่าวว่า VAIC เกิดจากผลรวมขององค์ประกอบ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

ความหมายและนิยามของนวัตกรรมบริการ

Schneider (1999) ให้ความหมายกับนวัตกรรมบริการ ซึ่งหมายถึงการทำความเข้าใจ ผลของการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการ (Change Process) หรือกระบวนการของตัวเอง (Process itself) ด้วยสินค้าที่ถูกผลิตขึ้น จากสิ่งที่ไม่มีความซ้ำซ้อน ที่มีการเกิดขึ้นในขณะที่มีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการ และผู้ให้บริการ โดยบูรณาการความแตกต่าง จากปัจจัยภายนอกให้เข้ากับลักษณะของปัจจัยภายใน ที่มีความแตกต่างตามลักษณะ และระดับของคนในองค์กร

Van Ark (2003) ได้เห็นว่านวัตกรรมบริการเป็นข้อสรุปใหม่ ที่เกี่ยวกับเรื่องการบริหารสำหรับธุรกิจ ที่จะพัฒนาการสร้างสรรค์สัมพันธ์ให้กับลูกค้า ในเรื่องระบบการส่งมอบการให้บริการ

Drejer (2004) แสดงความคิดเห็นไว้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง การพัฒนาที่สัมฤทธิ์ผลของการบริการใหม่หรือสินค้าใหม่ รวมถึงกิจกรรมที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ทุกระดับที่ต้องอยู่ภายใต้การแก้ไขและพัฒนา

Usui (2009) ได้เห็นว่า นวัตกรรมบริการ คือ การยกระดับประสิทธิภาพไปพร้อมกับการเพิ่มประสิทธิผลของระดับการบริการและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกล่าวได้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้ามากขึ้น โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างสรรค์สัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของการบริการ

อาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรมบริการ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ หรือกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการอันหลากหลายของลูกค้า โดยการบูรณาการศักยภาพการบริหารจัดการขององค์กร รวมถึงการสร้างสรรค์สัมพันธ์กับลูกค้าเพื่อก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าของการบริการ

ความสำคัญของนวัตกรรมบริการ

ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงหลายด้านเกิดขึ้น โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลที่ส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจ และส่งผลให้รูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบดั้งเดิมต้องเปลี่ยนแปลง ธุรกิจจึงต้องมีการคิดค้น ปรับปรุงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ เพื่อไม่ให้เป็นที่ล้าหลัง หรือต้องยุติการดำเนินงานในอนาคตอันใกล้ ธุรกิจภาคบริการเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจการบริการจึงมีการพัฒนาความแตกต่างและความได้เปรียบ ในการแข่งขันเพื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างยิ่งในช่วงเวลาแห่ง การเปลี่ยนแปลงทางด้านดิจิทัลที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องให้ความสำคัญกับการใช้ ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของลูกค้า และ มีความพร้อมของข้อมูล เพื่อสร้างนวัตกรรมทางเลือกสำหรับลูกค้าตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น การเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจ ที่ให้บริการที่พักอย่าง Airbnb หรือ ธุรกิจบริการด้านการขนส่งอย่าง Uber เป็นต้น โดยธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเหล่านี้อาจเริ่มต้นด้วยธุรกิจขนาดเล็ก แต่ได้สร้างความท้าทายใหม่ที่แตกต่างจากการดำเนินธุรกิจ แบบ

ดั้งเดิมโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบริการ ซึ่งถ้าเป็นสิ่งที่ธุรกิจขนาดใหญ่มักจะไม่ได้ให้ความสำคัญ และอาจจะขาดความคล่องตัวในการพัฒนา เนื่องจากขนาดขององค์กร ดังนั้นการพัฒนาด้านการให้บริการจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเช่นเดียวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมบริการและกรอบในการพัฒนา

นวัตกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ หรือการดำเนินการสร้างสิ่งใหม่หรือการผสมผสาน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความคิด การดำเนินการผลิต กระบวนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้อง โดยอาจเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างเฉียบพลัน หรือการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นการนำเอาความคิด หรือ สิ่งที่เปลี่ยนแปลง นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ในทางเศรษฐศาสตร์ นวัตกรรมจะต้องเพิ่มคุณค่า หรือเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกต่อลูกค้า หรือผลิตภัณฑ์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549) ได้กำหนดความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือ “สิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม” การจำแนกประเภทของนวัตกรรม แบ่งได้หลายประเภทตามลักษณะขอบเขต และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ (สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ, 2553) โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงนวัตกรรมมักจะหมายถึง นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมส่วนใหญ่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยี แต่การให้บริการมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ การให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่มีตัวตนและเป็นการส่งมอบโดยตรงไปยังลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจในการบริการ โดยมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง นวัตกรรมบริการจึงแตกต่างจากนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ที่ให้ความสำคัญต่อคุณค่าและความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก กล่าวได้ว่านวัตกรรมบริการเป็นความพยายาม ในการพัฒนาวิธีการดำเนินงานและแนวความคิดใหม่ที่เกิดจากการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้า มาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือความคาดหวังมากขึ้นยิ่งกว่าเดิม ทั้งนี้ อาจแบ่งลักษณะนวัตกรรมบริการได้ ดังนี้

1. นวัตกรรมในการบริการ หรือผลิตภัณฑ์ด้านบริการ เป็นการออกแบบปรับปรุงบริการอย่างเดิม หรือสร้างรูปแบบการบริการใหม่ โดยอาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เป็นองค์ประกอบในการสร้างนวัตกรรมบริการ
2. นวัตกรรมในกระบวนการให้บริการ เป็นการปรับปรุง หรือออกแบบกระบวนการ ในการสร้างการบริการใหม่ ซึ่งอาจรวมถึงระบบการส่งมอบสินค้า แม้ว่ามักจะถูกมองว่าเป็นจะถือว่าเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์บริการ นวัตกรรมประเภทนี้อาจเป็นเทคโนโลยี เทคนิคหรือความชำนาญที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการลูกค้า เช่น การปรับโครงสร้างในการปฏิบัติงาน เป็นต้น
3. นวัตกรรมในธุรกิจบริการ และอุตสาหกรรมบริการ เป็นการสร้างนวัตกรรมขององค์กร รวมทั้งนวัตกรรมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การบริการ และกระบวนการให้บริการ การจัดการกระบวนการนวัตกรรม นวัตกรรมบริการเป็นการพัฒนาบริการการใหม่ หรือปรับปรุงกระบวนการในการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีความหลากหลาย โดยนวัตกรรมบริการมีองค์ประกอบ ดังนี้



ภาพที่ 2.1 สามเหลี่ยมนวัตกรรมบริการ
ที่มา: Furseth and Cuthbertson, 2013

จากสามเหลี่ยมนวัตกรรมบริการ ได้อธิบายให้เห็นถึงภาพรวมกับองค์ประกอบสำคัญ ที่เกี่ยวข้องของธุรกิจที่ให้บริการ ธุรกิจบริการที่มีการเชื่อมโยงทรัพยากรของธุรกิจ อาทิ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่มีตัวตน และไม่มีตัวตน เข้ากับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อส่งมอบคุณค่าของในการบริการให้กับลูกค้า จากภาพการสร้างนวัตกรรมบริการ จะต้องคำนึงถึงศักยภาพด้านนวัตกรรม ความสามารถในการคิดค้น และผลลัพธ์ของนวัตกรรม คุณค่าของการบริการที่สร้างขึ้นจะพิจารณา จากมุมมองของผู้มีส่วนได้เสียใน 3 ด้าน คือ เจ้าของซัพพลายเออร์หรือผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตและลูกค้า โดยสามารถนำมาใช้ในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยผลักดันนวัตกรรมบริการ ดังนี้

- ทรัพยากร (Resources) คือ ปัจจัยใดๆ ที่จำเป็นต่อการบรรลุเป้าหมายหรือดำเนินกิจกรรม กล่าวคือ สิ่งเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่ต้องการในการดำเนินธุรกิจ ทรัพยากรมักจะรวมถึงพนักงาน พื้นที่ทำงาน อุปกรณ์ หรือทุน ได้แก่ ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน และ ทรัพยากรที่จับต้องได้ แล้วก็ถูกมองว่าไม่ได้เป็นปัจจัยหลักในการผลักดันให้กับนวัตกรรมด้านการบริการ ทรัพยากรเหล่านี้ อาจมีมากหรือน้อยอย่างไรในธุรกิจ แต่ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร จึงไม่ได้เป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมบริการ (Furseth and Cuthbertson, 2013) แต่หากพิจารณาถึง ทรัพยากรด้านบุคลากรและเทคโนโลยีแล้ว จัดได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่โดดเด่นเนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญ ต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้เกิดความแตกต่างต่อนวัตกรรมของธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- การบริหาร (Management) ความสามารถในการจัดการบริหารในรูปแบบธุรกิจที่มีความสำคัญต่อนวัตกรรม การบริการมากขึ้นเพียงใด สามารถพิจารณาได้จากระบบการบริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ธุรกิจกำหนดขึ้น เพื่อที่จะ ให้บริการให้กับลูกค้า โมเดลทางธุรกิจเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่อยู่ เบื้องหลังวิธีการที่ธุรกิจนำเสนอคุณค่าให้กับ ลูกค้าในการจ่ายเงินเพื่อรับคุณค่านั้น และ ประสบการณ์ในการเข้ารับบริการของลูกค้า ซึ่งเป็นผลรวมของ ปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดระหว่างลูกค้า และธุรกิจ ทั้ง 3 องค์ประกอบดังกล่าว มีความสำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม การ บริการของธุรกิจ ตามทักษะในการบริหารจัดการของผู้บริหาร ผู้บริหารที่มีศักยภาพในทางที่ดีจะก่อให้เกิดความ มั่นใจได้ว่า ธุรกิจนั้นจะสร้างนวัตกรรมบริการโดยใช้งานประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรที่มีอยู่

- คุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่อยู่สูงสุดในสามเหลี่ยมนวัตกรรมบริการ เนื่องจากเป้าหมายสูงสุดที่ธุรกิจ ต้องการมากที่สุดก็คือ การเข้าถึงและการบรรลุคุณค่าของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม อีกทั้งความพยายามในการ สร้างสรรค์นวัตกรรมนั้นจะต้องประสบความสำเร็จในธุรกิจเพื่อที่จะได้เกิดคุณค่า ดังนั้นกิจกรรมการบริการที่เป็น นวัตกรรมของธุรกิจจึงต้องมุ่งเน้นการให้บริการในเชิงพาณิชย์ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเจ้าของธุรกิจ ซัพพลายเออร์ และลูกค้า กรอบของนวัตกรรมบริการ

นอกจากสามเหลี่ยมการสร้างนวัตกรรมบริการข้างต้นแล้ว ยังมีกรอบนวัตกรรมบริการที่ สามารถ นำมาใช้กระบวนการพัฒนานวัตกรรมบริการ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2556) โดยมีรายละเอียดดังนี้

- ข้อมูลสารสนเทศ (Information) เป็น วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวังไว้ จาก ผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งข้อจำกัด หรือเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการบริการ

- กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนการให้บริการของผู้ให้บริการ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการ เข้ารับบริการซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น นวัตกรรมบริการมักจะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพา

- เทคโนโลยี (Technologies) เป็นส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการ การสร้างคุณค่าให้กับบริการ รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้าง ข้อเสนอและสร้างคุณค่า

- สภาพแวดล้อม (Environment) เป็นการพิจารณาองค์ประกอบและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ และผู้รับบริการ เพื่อที่จะช่วยให้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ เป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ และคำนึงถึงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอ และระบบการ ให้บริการที่นำไปสู่การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่

ทฤษฎีนวัตกรรมของ Schumpeter และนวัตกรรมบริการ

Schumpeter (1934) เป็นผู้ที่ได้เสนอทฤษฎีนวัตกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและการ เจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจเป็นคนแรก โดย Schumpeter ให้ความหมายคำว่า นวัตกรรมว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ องค์กรควรให้ความสำคัญ ใน 5 เรื่อง ด้วยกัน คือ 1) การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับเปลี่ยนคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว 2) การสร้างหรือแนะนำ กระบวนการใหม่ให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรม 3) การสร้างตลาดใหม่ หรือ การเปิดตลาดใหม่ 4) การพัฒนาอุปทานของตลาดใหม่ โดยการดำเนินการด้านการ จัดหาวัตถุดิบหรือปัจจัยการผลิตอื่น ๆ และ 5) การปรับโครงสร้างหรือการพัฒนาองค์กร ทฤษฎีนวัตกรรมของ Schumpeter ได้รับความสนใจ จากนักวิชาการหลายท่านในการนำมาประยุกต์เพื่อใช้ในการศึกษาด้านนวัตกรรม (Drejer, 2004 และ OECD, 2005) รวมถึงการศึกษานวัตกรรมในการท่องเที่ยว (Hjalager, 2010 และ Camisón&

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Monfort-Mir,2012) ขณะเดียวกันแนวคิดของ Schumpeter ก็ยังเป็นรากฐานทฤษฎีที่สำคัญของ การพัฒนาแนวคิดนวัตกรรมบริการ (Chen, 2009) ตัวอย่างเช่น

Hjalager (2002) ได้วิจัยเพื่อแยกประเภทของนวัตกรรมในการบริการ โดยพัฒนาจาก แนวคิดของ Schumpeter ระบุถึงนวัตกรรมของการบริการมี 5 ประเภทได้แก่ 1) นวัตกรรม ผลิตภัณฑ์ ที่ให้ความสำคัญต่อการนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ 2) นวัตกรรมกระบวนการ เป็นกระบวนการที่ส่งเสริมหรือพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) การจัดการนวัตกรรม มองถึงความสำคัญของกระบวนการจัดการองค์กร 4) นวัตกรรม โลจิสติกส์ เป็นเรื่องของการเชื่อมโยง เส้นทางการค้ากับภายนอกองค์กร ที่เกิดจากการประยุกต์องค์ประกอบ การสร้างตลาดใหม่ กับการพัฒนาอุปทานของตลาดใหม่ของ Schumpeter เข้าไว้ด้วยกัน 5) เป็นองค์ประกอบที่มีการเพิ่มเติม ขึ้นมาใหม่ โดยให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ต่อชุมชน ในการให้ความร่วมมือต่อภาครัฐและภาคเอกชน นอกเหนือจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลักของบริษัท

Gallouj (2002) ทำการศึกษาเพื่อระบุประเภทของนวัตกรรมในการบริการมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) นวัตกรรมเฉพาะ (Ad Hoc Innovation) ซึ่งอธิบายลักษณะเฉพาะของนวัตกรรมบริการ ว่าเป็นกระบวนการ นวัตกรรมที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ 2) นวัตกรรมที่มุ่งหวัง (Anticipatory Innovation) ที่สอดคล้องกับมุมมองของ Schumpeter ว่าเป็นความต้องการใหม่ที่สามารถนำไปสู่ การพัฒนาตลาดใหม่ นวัตกรรมประเภทนี้ให้ ความสำคัญกับความสามารถขององค์กรเป็นหลัก 3) การเคลื่อนย้าย ความรู้ (Transformation of Tacit Knowledge) ที่จะนำไปสู่ความสามารถทางนวัตกรรมที่เพิ่มขึ้น ทฤษฎี นวัตกรรมจึงเป็น เหมือนแนวคิดพื้นฐานของการศึกษานวัตกรรมทั้งในการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งนำไปสู่การ ทำให้ นวัตกรรมบริการดียิ่งขึ้น

ประเภทของนวัตกรรม

Schumpeter (1934) ได้แบ่งประเภทของนวัตกรรม สามารถแยกออกได้เป็น 4 ประเภท ('4Ps' of innovation) ได้แก่

1. Product Innovation: การเปลี่ยนแปลงใน “ผลิตภัณฑ์หรือบริการ” ขององค์กร เช่น การพัฒนาคอมพิวเตอร์แล็ปท็อปหรือโน้ตบุ๊กคอมพิวเตอร์ให้มีประสิทธิภาพในการใช้งานให้รวดเร็วขึ้น

2. Process Innovation: การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต หรือกระบวนการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการนำนวัตกรรมสู่ตลาด เช่น Nokia ย้ายฐานการผลิตไปที่จีน หรือการเพิ่ม นวัตกรรม PDA เพิ่ม ความสามารถกับโทรศัพท์ได้

3. Position Innovation: การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสินค้าหรือบริการ หรือเปลี่ยนตำแหน่ง นวัตกรรมสินค้าหรือบริการที่เคยออกสู่ตลาดมาแล้วให้เกิดการรับรู้ใหม่ เช่น Orange เคยถูกมองใน ตำแหน่ง Global Brand เป็น Premium Service แต่ถูกเปลี่ยนมาเป็น ทรุ มูฟ ซึ่งถูก Repositioning ให้ไปอยู่ตำแหน่ง Lifestyles ครองใจคนเมืองรุ่นใหม่ได้อย่างประสบความสำเร็จ

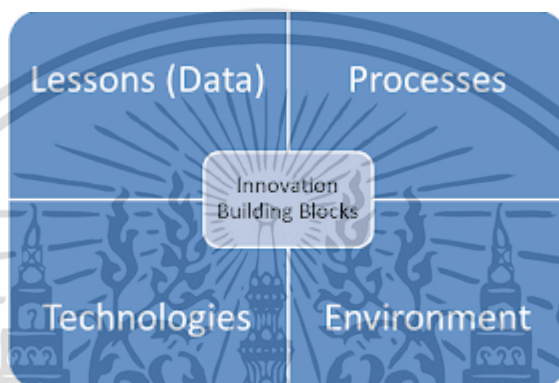
4. Paradigm Innovation: การมุ่งให้เกิดนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงกรอบความคิด (Change in Mental Model) เช่น เดิมเชื่อว่า การผลิตรถยนต์ด้วยมือจะมีความประณีต ทั้งยังมีราคาแพง ผู้มีฐานะ ร่ำรวย เท่านั้นที่สามารถมีไว้ครอบครองได้ แต่ต่อมากการผลิตปริมาณมากแบบการผลิตจำนวนมาก ที่มีราคาที่เหมาะสม สามารถ Quality Control รถยนต์ให้มีสมรรถนะที่เท่ากันได้ดีกว่า หรือ แม้กระทั่งเราเชื่อว่าการเก็บเงินค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Average Cost: AC กับประชาชนแบบกินเปล่า เป็นเรื่องที่ดีกับ องค์กรแต่เมื่อมีการให้เก็บแบบ Inter Company: IC ตามการใช้งานจริง ทั้งยุติธรรมกับประชาชน แล้วยังทำให้สร้างรายได้เพิ่มมากขึ้นด้วยอีก เป็นต้น

กรอบของนวัตกรรมบริการ Service Research and Innovation Institute (SRII)

Asia Summit (2013) ได้ทำการสรุปไว้ว่า การสร้างนวัตกรรมบริการต้องอาศัยกรอบ (Framework) เพื่อใช้เป็นหลักยึดใน กระบวนการของนวัตกรรมบริการ กรอบดังกล่าวเป็นส่วนประกอบโครงสร้าง หรือ Building Block ของนวัตกรรมบริการที่มี 4 ส่วนดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 Building Block ของนวัตกรรมบริการ

ที่มา : ICT and Services. (2556). นวัตกรรมบริการ Method, Model and Tool

1. ข้อมูลสารสนเทศ (Information) ข้อมูลในบริบทนี้หมายถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวังจาก ผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งประเด็นเงื่อนไขข้อจำกัด กล่าวโดยย่อ ๆ คือ เป็นโจทย์ที่ต้องการหา Solutions นั้นเอง ตัวอย่างบริการใช้รถยนต์เพื่อเดินทางสัญจรที่ได้ให้มาแล้ว ข้อมูลนี้หมายถึง ลักษณะการบริการ เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องการให้ความสะดวกแก่ผู้ใช้ที่ต้องรู้ตำแหน่งของรถ สามารถเปิดประตู และสตาร์ทเครื่องยนต์ได้โดยอาศัยกุญแจอิเล็กทรอนิกส์พิเศษ มีระบบการชำระเงินที่สะดวก ฯลฯ อาจถือได้ว่าเป็นคุณลักษณะหรือ Specification ของกลุ่มข้อเสนอที่จะถูกสร้างขึ้น

2. กระบวนการ (Process) กระบวนการในที่นี้ หมายถึง ขั้นตอนการให้บริการในฝั่งผู้ให้บริการ และกระบวนการใช้ บริการในฝั่งของผู้ใช้บริการ เป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการ และเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่ามาก เพราะจะเป็นส่วนที่มาจากแนวความคิดใหม่ๆ ที่ถือว่าเป็นนวัตกรรม โดยเฉพาะในยุคที่ พัฒนาการด้านไอซีทีได้ก้าวหน้าไปมาก นวัตกรรมบริการมักจะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรรดาคอนเทนต์อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สาย

3. เทคโนโลยี (Technologies) เพื่อสนับสนุนกระบวนการที่เป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอเพื่อสร้างคุณค่า รวมทั้งการเชื่อมโยง ทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า จำเป็นต้องอาศัยระบบบริการ (Service System) ที่เป็นระบบไอซีที ที่สำคัญ ระบบบริการที่เป็นไอซีที ที่ยังใช้เป็นระบบส่งมอบ (Deliver system) ข้อเสนอให้ลูกค้านำไปสร้างคุณค่า ระบบบริการนี้จะถูกออกแบบให้สัมพันธ์กับ ข้อเสนอและกระบวนการสร้างคุณค่า การออกแบบระบบบริการถือว่าเป็นส่วน สำคัญอีกส่วนหนึ่งของนวัตกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บริการ ตัวอย่างบริการรถยนต์เพื่อเดินทางสัญจร ประกอบด้วย เทคโนโลยีหลายด้าน เช่น เทคโนโลยีการใช้รหัส ดาวนำโหลดลงในบัตรหรือในเครื่องโทรศัพท์เพื่อใช้เป็น กุญแจเปิดรถและสตาร์ทเครื่องยนต์ ระบบรับสัญญาณ ดาวเทียมเพื่อระบุตำแหน่งของรถยนต์ ระบบชำระเงินออนไลน์ ระบบบริหารข้อมูลของสมาชิก ระบบควบคุม คุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

4. สภาพแวดล้อม (Environment) สภาพแวดล้อมในบริบทนี้ หมายถึงการรับรู้ถึงข้อมูลประวัติและ ภาวะการณ์ (Profile) ของผู้รับบริการที่จะช่วยให้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเป็นไป อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเป็นลักษณะของการพยายามเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภคเพื่อจะได้สามารถตอบคำถาม ลูกค้านั้นในบริบทต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ยังอาจหมายถึงสภาพแวดล้อมด้านอื่น ๆ ที่มีนัยสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอ และระบบบริการที่นำไปสู่การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่ ตัวอย่างเช่น ในรูปแบบธุรกิจของ IKEA การ บริการให้ลูกค้ามีบ้านที่น่าอยู่ มีห้องรับแขกที่สบายตา สบายกาย จำเป็นต้องให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในการออกแบบและ เลือกรูปแบบเฟอร์นิเจอร์ที่เหมาะสมกับรสนิยม ของตนเอง ซึ่งหมายถึงต้องมีสถานที่ที่แสดงการวางตำแหน่ง เฟอร์นิเจอร์ลักษณะต่าง ๆ ให้ลูกค้าเกิด ความคิดนอกจากนี้ ในกรณีที่ลูกค้าพาสมาชิกครอบครัวมาร่วมกันเลือกรู ปแบบสินค้า หรืออาจมีนักออกแบบภายในมาช่วยกันออกแบบและเลือกเฟอร์นิเจอร์ เพื่อให้เกิดความพอใจ แก่ ทุกฝ่าย รวมทั้งในบางกรณี ลูกค้าอาจพาลูกหลานตัวน้อย ๆ ไปร่วมสนุกด้วย ห้าง IKEA จะต้องจัดสถานที่ให้ร่มที่ มีขนาดใหญ่กว่าร้านเฟอร์นิเจอร์ทั่วไป พร้อมเครื่องมือ - เครื่องใช้อำนวยความสะดวกหลายอย่าง ตั้งแต่ ร้านอาหาร ที่นั่งเพื่อการปรึกษาหารือ รวมทั้งสถานที่เด็กเล่น ที่จะสนองตอบความต้องการของ ผู้บริโภคในบริบทที่ แตกต่างกันได้ ทั้งหมดนี้ ถือว่าเป็นสภาพแวดล้อมที่นักสร้างนวัตกรรมบริการต้อง ให้ความสำคัญและเป็นส่วน หนึ่งของนวัตกรรมบริการที่มาในรูปแบบของข้อเสนอแบบเบ็ดเสร็จ

โดยสรุป การทำให้เกิดนวัตกรรมบริการที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งจำเป็นต่อการการสร้างนวัตกรรม อย่างเป็นขั้นเป็นตอน อย่างเป็นระบบวิทยาการบริการ (Service Science) เป็นศาสตร์ สำคัญที่จะช่วยชี้แนะ จุดเริ่มต้นที่นำไปสู่การสร้างความคิดที่แตกฉานและหลากหลาย เป็นประโยชน์ ต่อการทำให้เกิดนวัตกรรมบริการ ในยุคใหม่นี้ นวัตกรรมบริการจะสร้างอยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยี ไอซีที ที่ทำให้เกิดข้อเสนอในเชิงบริการที่มีคุณค่า อย่างแท้จริงและหลากหลาย นอกจากนี้ การทำให้เกิด นวัตกรรมบริการยังต้องอาศัยกรอบ (Framework) ที่มี 4 ส่วน คือ ข้อมูลสารสนเทศ (Information), กระบวนการ (Process), เทคโนโลยี (Technologies) และ สภาพแวดล้อม (Environment)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ

ชุกติภา โอบาสานนท์ (2543) ได้กล่าวว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง เจ้าของกิจการ หรือผู้ที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

ผู้ที่ต้องการทำธุรกิจเป็นของตนเองจำเป็นจะต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าหรือ บริการใหม่ๆ มองเห็นโอกาสหรือช่องทางในการทำธุรกิจอยู่เสมอ ดังนั้นผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการ จำเป็นจะต้องมี ความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประสบความสำเร็จ มองเห็นสภาพของการแข่งขันในอนาคต จึงต้องทำงานหนักต่อไปและมีความผูกพันกับงานที่ทำเพื่อให้เกิดความสำเร็จ จากการวิจัยที่หลากหลาย พบว่าคุณลักษณะของความเป็น ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น ต้องมีหลายส่วนประกอบกัน ผู้ที่จะเป็นผู้ประกอบการได้อาจจะไม่จำเป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะต้องมีให้ครบทุกข้อ ยกเว้นข้อที่จำเป็นบางข้อที่ควรจะมี ดังนั้นขอให้พิจารณาว่าขาดข้อใดบ้าง หรือว่าเห็นสมควรที่จะพัฒนาไปในทางที่ก่อให้เกิดขึ้นก็จะเป็นประโยชน์ คุณลักษณะดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) "ธุรกิจ" กับ "ความเสี่ยง" เป็นของคู่กันผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ ชอบทำงานท้าทายกับความรู้ ความสามารถของตนเอง และจึงไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปได้ ร้อยเปอร์เซ็นต์หรือเท่ากับไม่มีความเสี่ยงเลย และจะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มีโอกาสประสบความสำเร็จหรือความล้มเหลว ความเสี่ยงระดับนี้ได้มีการประเมินแล้วว่าไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ จำเป็นจะใช้เวลาศึกษาวางแผนการตลาด เลือกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement) เมื่อมองเห็นโอกาสแห่งความเป็นไปได้ พร้อมทั้งพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบแล้ว ผู้ประกอบการจึงมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิด สติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก และยังคงต่อสู้ต่อไป พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงาน เกิดการเรียนรู้ถึงความผิดพลาดจากเรื่องที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปยังความสำเร็จ พอใจภูมิใจกับงานที่ออกมาดีเด่น จุดมุ่งหมายทางธุรกิจมีได้อยู่ที่ทำการใด แต่จะทำเพื่อการขยายความเจริญเติบโตของกิจการ กำไรเป็นเพียงเครื่องสะท้อนว่านั่นคือสิ่งที่ทำได้ และไม่เพียงสนใจที่ผลบรรลุเป้าหมาย แต่สนใจวิธีการของกระบวนการที่ทำให้บรรลุเป้าหมายด้วย

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) เมื่อผู้ประกอบการต้องการประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบดั้งเดิม แต่เป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้สร้างสรรค์หรือหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมนำมาใช้กับการบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วสามารถหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด และเกือบทุกครั้งของความแตกต่างนั้น ทำให้เกิดเป็นผลสำเร็จอย่างดี นอกจากนี้ยังกล้าคิดค้นประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ใหม่ ๆ มาใช้ในการผลิตสินค้า นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ พร้อมทั้งแสวงหาวัตถุดิบใหม่ ๆ มาทดแทนปรับปรุงกระบวนการดำเนินงาน นำระบบเข้ามาจัดการในรูปแบบสมัยใหม่ให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนการผลิต ความคิดสร้างสรรค์นี้อาจคิดขึ้นมาเอง หรือเอาแนวคิดมาจากนักประดิษฐ์ นักวิจัยผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษามากก็ได้

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย (Addict to Goals) เมื่อการตั้งเป้าหมาย มีการวาดภาพจินตนาการไปถึงความสำเร็จ และจะต้องทำอะไรถ้าล้มเหลว หาสาเหตุว่าเกิดจากอะไร และจะแก้ไขอย่างไร ดังนั้นเพื่อให้เกิดความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้ประกอบการจะต้องทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป้าหมายนั้นล้วนแต่เป็นการเอาชนะทั้งนั้น สามารถวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจจะขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย เตรียมป้องกันที่จะเอาชนะปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดการล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันมองโลกในแง่ดี มีความหวังมุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate) ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจ ผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงานรู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจ

6. ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก (Hard Working) เมื่อพิจารณารอบคอบแล้วตั้งเป้าหมาย จะต้องพยายามทำงานหนัก ทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ แม้ว่าจะต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรค ถูกกดดันอย่างใหญ่หลวงก็ไม่สามารถหยุดหยั่งได้ขอเพียงให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จเท่านั้น

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from Experience) เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ควรจะต้องปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ เป็นการมองผลงานในอดีตที่เคยทำผิดพลาดนำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงาน ให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม โดยมองเหตุการณ์ต่างๆ ว่าเป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้ในการทำงานบางครั้งแม้ว่าจะไม่สามารถทำได้สำเร็จก็จะหยุดคิดหาวิธีใหม่ๆ เพื่อมาแก้ไขปัญหา ไม่มุงทะลุยัดมันกับแผนเดิมแล้วทำไม่ได้ผู้ประกอบการจะต้องยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานจนทำได้สำเร็จและฟังความคิดเห็นของผู้รู้ผู้แนะนำ

8. มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability) มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารงานจัดการที่ดี เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการ ซึ่งลักษณะของความเป็นผู้นำก็ย่อมแตกต่างกันไปด้วย โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจจะต้องรับบทเป็นผู้นำที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง ทำงานหนักเพื่อให้บรรลุความสำเร็จ เอาใจใส่ผู้ร่วมงาน วางแนวทางการทำงาน พร้อมให้คำแนะนำ ผู้ร่วมงานรับคำสั่งด้วยความเต็มใจ ปฏิบัติตนเป็นผู้นำที่กล้าหาญและกล้าตัดสินใจ และเป็นกันเอง ผลงานดำเนินไปด้วยดี เมื่อกิจการเติบโตขึ้นการบริหารงานก็เปลี่ยนแปลงไป ลูกน้องมีการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมั่น ไว้วางใจและแบ่งความรับผิดชอบให้ลูกน้องมากขึ้น ส่วนตนเองจะได้มีเวลาใช้ความคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขยายกิจการหรือลงทุนใหม่ มีการวางแผนสั่งการ ตัดสินใจทำงานตามที่วางไว้ กล้าลงทุนจ้างผู้บริหารมืออาชีพมาช่วยงานมากกว่าเป็นธุรกิจครอบครัว รู้จักปรับ เปลี่ยนแปลงการบริหารสามารถทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Be Self Confident) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ จะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความเป็นอิสระและสามารถพึ่งตนเองได้ มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะการเป็นผู้นำสูง และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดลอมที่น่ากลัวได้ มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป หรือเชื่อมั่นตัวเองจนมากเกินไป จึงไม่แปลกที่ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ เคยมีประวัติความล้มเหลวมาแล้วหลายครั้ง โดยเฉพาะช่วงแรกของชีวิตการทำงาน แต่จะไม่เลิกล้ม จนสามารถต่อสู้ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ได้สำเร็จ เชื่อมั่นว่า ไม่ว่าจะสถานการณ์อย่างไรจะต้องพึ่งตนเองได้ ปัจจัยอื่นเป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล (Visionary) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับทุกเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ (Responsibility) มีความรับผิดชอบต่องานที่ทำเป็นอย่างดี เป็นผู้นำในการทำสิ่งต่าง ๆ มักจะมีความคิดริเริ่มแล้วลงมือทำเอง หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำ และเป็นผู้ดูแลงานจนสำเร็จไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยจะรับผิดชอบต่อผลการตัดสินใจ ไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่ มีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคดี

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง (Enthusiastic) มีการทำงานที่เต็มไปด้วยพลัง มีชีวิตชีวาที่อยากจะทำทาน มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวันมีพลังผูกพันกับตัวเองไม่อยู่นิ่งด้วย

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge) ถึงแม้จะเชี่ยวชาญชำนาญในการ แต่ความรู้ และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่จึงยังไม่เพียงพอ ก็ต้องหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เขาวิเคราะห์สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ความรู้ไม่มีวันเรียนจบ ความรู้อาจจะได้จากการสัมมนาฝึกอบรม อ่านหนังสือทำให้มีความรู้เพิ่มขึ้น และปรึกษาผู้เชี่ยวชาญมาช่วยให้ข้อคิดเห็นแก้ไขปัญหา สิ่งเหล่านี้จะเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้งานสำเร็จเร็วขึ้น

14. กล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายาม (Can Make Decision and Be Attempt) กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่นไม่หวาดหวั่น เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้เมื่องานจะหนักก็ทุ่มเทให้สุดความสามารถไม่กลัวงานหนัก ถือว่างานหนักนั้นเป็นงานท้าทายใช้ความรู้ สติปัญญา ความสามารถของตนเองในการทำงาน และจะภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ ความมุ่งมั่นพยายามนั้นเป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจ มีการแข่งขันกับตัวเอง และแข่งขันกับเวลาชวนขวนขวายหาทางแก้ไขปัญหาลู่ประจักษ์สามารถบรรลุผลสำเร็จ

15. อย่าตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent) ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจ มักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเอง จึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on Current Situation) ผู้ประกอบการบางคนมักจะฝังใจในอดีต ซึ่งบางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลวแล้วไม่สามารถปรับตัวได้ บางคนปรับตัวได้โดยพยายามเข้าใจในอดีต บางคนมีแต่โลกแห่งความฝัน สร้างวิมานในอากาศ แล้วไม่ลงมือทำอะไร จึงไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องทำงานปัจจุบันให้ดีที่สุด คิดถึงอนาคตด้วยการวางแผนไว้แล้วอย่างรอบคอบ

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Adaptable) ต้องเชื่อมั่นในความสามารถของตนที่จะปรับให้ตนเองเป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อมมากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามยถากรรม หรือขึ้นอยู่กับโชคหรือดวง

18. รู้จักประเมินตนเอง (Self - Assessment) การทำอะไรรู้จักประเมินตนเอง ไม่ทำสิ่งใดเกินตัวเกินความสามารถ จะได้ไม่ประสบกับความล้มเหลวในการลงทุนทำธุรกิจ ในระยะแรกการคาดการณ์ตลาดยังไม่ชัดเจน แต่ทำธุรกิจแบบใจใหญ่ แทนที่จะเริ่มเล็กๆไปก่อน แต่กลับไปลงทุนใหญ่ทีเดียว ผลลัพธ์ไม่สามารถหาตลาดได้ สินค้าที่ผลิตได้ก็ไม่สามารถจะระบายออกไปได้ ผลสุดท้ายมีสินค้าค้างสต็อก เงินทั้งหมดก็มาจมอยู่กับสินค้าไม่สามารถหาเงินลงทุนต่อไปได้ นี่เป็นสาเหตุของความเกินตัว ทำให้ธุรกิจล้มเหลวได้

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises : SMEs) หมายถึง ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางที่เกิดจากการผลิตสินค้าหรือบริการที่มาจากทักษะที่หลากหลายมีกระบวนการผลิตที่ยืดหยุ่นสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนนั้น ๆ โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดโลก ขั้นตอนการผลิตจะใช้วัตถุดิบในประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ซึ่งผลผลิตของสินค้าหรือบริการนั้นต้องมีคุณภาพตามมาตรฐานสากล มีการใช้เงินทุนในการประกอบการไม่สูง อยู่ในระดับที่สถาบันการเงินต่าง ๆ สามารถรองรับได้ ปัจจุบันทางภาครัฐได้ให้ความสนใจธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางนี้มาก โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมของกระทรวงอุตสาหกรรม เป็นหน่วยงาน

ที่ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลางอย่างชัดเจน เกณฑ์ที่ใช้ในการจำแนกกิจการของ SMEs จะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางหรือขนาดย่อม ได้แก่ มูลค่าขั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรและจำนวนการจ้างงาน โดยครอบคลุมกิจการ 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่

1. กิจการการผลิต (Production Sector) ครอบคลุมการผลิตในภาคเกษตรกรรม (Agricultural Processing) ภาคอุตสาหกรรม (Manufacturing) และเหมืองแร่ (Mining)
2. กิจการการค้า (Trading Sector) ครอบคลุมการค้าส่ง (Wholesale) และการค้าปลีก (Retail)
3. กิจการบริการ (Service Sector) เช่น การขายอาหาร ขายเครื่องดื่ม ของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

ลักษณะ วิสาหกิจ	จำนวนการจ้างงาน (คน)		จำนวนสินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)	
	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง	ขนาดย่อม	ขนาดกลาง
กิจการผลิตสินค้า	ไม่เกิน 50	21 - 200	ไม่เกิน 50	21 - 200
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	26 - 50	ไม่เกิน 50	21 - 200
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	16 - 30	ไม่เกิน 50	21 - 200
กิจการให้บริการ	ไม่เกิน 50	51 - 200	ไม่เกิน 50	21 - 200

ตารางที่ 2.1 ลักษณะ SME ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543

ในการส่งเสริม SMEs สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จะทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม SMEs ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนในการส่งเสริมผู้ประกอบการ ตามที่ระบุใน พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ได้แก่ ส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ และองค์การเอกชน โดยกิจการ SMEs ที่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ให้การสนับสนุนและส่งเสริม จะครอบคลุมเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในกิจการผลิตสินค้า กิจการให้บริการและกิจการค้าส่งและค้าปลีก โดยความหมายของแต่ละกิจการ มีดังนี้

กิจการผลิตสินค้า ที่ครอบคลุมถึง การผลิตที่เป็นลักษณะของการประกอบการอุตสาหกรรมทุกประเภท โดยความหมายที่เป็นสากลของการผลิตก็คือ การเปลี่ยนรูปวัตถุให้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ด้วยเครื่องจักรกล หรือเคมีภัณฑ์ โดยไม่คำนึงว่างานนั้นทำโดยเครื่องจักรหรือทำด้วยมือ ทั้งนี้กิจการผลิตสินค้าในที่นี้รวมถึงการแปรรูปผลิตผลการเกษตร อย่างง่ายที่มีลักษณะเป็นการอุตสาหกรรม การผลิตที่มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชน และการผลิตที่เป็นการประกอบอุตสาหกรรม ในครัวเรือนด้วย

กิจการบริการ ที่ครอบคลุมถึง การศึกษา การสุขภาพ การบันเทิง การขนส่ง การก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ การโรงแรมและหอพัก การภัตตาคาร การขายอาหาร การขายเครื่องดื่มของภัตตาคารและร้านอาหาร การให้บริการเช่าสิ่ง บันเทิงและการพักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการส่วนบุคคล บริการในครัวเรือน บริการที่ให้กับธุรกิจ การซ่อมแซมทุกชนิด และการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

กิจการค้าส่งและค้าปลีก หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการค้า โดยที่การค้าส่ง หมายถึง การขายสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้แก่ ผู้ค้าปลีก ผู้ใช้ในงานอุตสาหกรรม งานพาณิชย์กรรม สถาบัน ผู้ใช้ในงานวิชาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และรวมทั้งการขายให้แก่ผู้ค้าส่งด้วยตนเอง ส่วนการค้าปลีก หมายถึง การขายโดยไม่มีการเปลี่ยนรูปสินค้าทั้งสินค้าใหม่และสินค้าใช้แล้วให้กับประชาชนทั่วไป เพื่อการบริโภคหรือการใช้ประโยชน์เฉพาะส่วนบุคคลในครัวเรือน การค้าในที่นี้มีความหมายรวมถึง การเป็นนายหน้า หรือตัวแทนการซื้อขาย สถาบันบริการน้ำมัน และสหกรณ์ผู้บริโภค

ความสำคัญของธุรกิจ SMEs ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจไทย ธุรกิจ SMEs คือ ฐานรากของเศรษฐกิจไทย เป็นตั้งพื้นเพื่อหลักที่คอยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจภายในประเทศ เพราะดูจากนิยามของธุรกิจ SMEs แล้ว แทบจะครอบคลุมทุกๆ กิจกรรมในประเทศไทยเลยก็ว่าได้ ธุรกิจ SME กระจายอยู่ทุกพื้นที่ ทุกประเภท มีการเชื่อมโยง ซื้อขาย แลกเปลี่ยน หมุนเวียนอยู่ภายในระบบตลอดเวลา ดังนั้น โครงสร้างเศรษฐกิจไทย มี SMEs เป็นหัวใจหลักและขาดไม่ได้ SMEs บางรายสามารถสร้างสินค้าหรือบริการขึ้นมาเอง แล้วจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่างๆ หรือบางรายส่งสินค้าให้กับบริษัทใหญ่ๆ ต่อไป ถ้าจะกล่าวถึง ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจของประเทศ วัดได้จากความเข้มแข็งของ SMEs ในประเทศนั้นๆ และมีบทบาทในการฟื้นฟูและพัฒนาเศรษฐกิจของชาติให้แข็งแกร่งขึ้นได้อีกครั้ง

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชุตินา หวังเบญจมาศและธนัชชา บินดุเหล็ม (2560) ทำวิจัยเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้านได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านการยอมรับนับถือ และด้านการมีชื่อเสียง (2) ปัจจัยธุรกิจ ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ได้แก่ ระบบบุคลากร ระบบการเงิน ระบบการตลาด ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า ระบบการแข่งขัน ระบบเศรษฐกิจ ระบบการเมืองและกฎหมาย และระบบเทคโนโลยีที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs (3) อำนาจพยากรณ์ของปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกของธุรกิจ SMEs ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs เก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามจาก SMEs ในเขตอำเภอ หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัดสงขลา ประจำปี พ.ศ. 2550 จำนวน 1,030 กิจการ โดยทำการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จำนวน 280 กิจการ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) และการถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ 1) ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของธุรกิจ ที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs พบว่า ด้านปัจจัยภายใน ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ระบบบุคลากรมีความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ ด้านปัจจัยภายนอกในภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ระบบเทคโนโลยีมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดเท่ากับ ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถืออยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ความมั่นคงของกิจการ และการมีชื่อเสียง 2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบเทคโนโลยี ระบบการเงิน และระบบบุคลากร สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านความมั่นคงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับความมั่นคง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับความมั่นคง (1) ระบบการบริหารการจัดการ ระบบลูกค้า และระบบการตลาด สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการยอมรับนับถือได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการยอมรับนับถือ (2) ระบบการตลาด ระบบลูกค้า ระบบบุคลากร ระบบการบริหารและการจัดการ สามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs ด้านการมีชื่อเสียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยสามารถพยากรณ์ความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจ SMEs มีค่าอำนาจการทำนาย โดยที่ทุกระบบส่งผลในทิศทางบวกกับการมีชื่อเสียง ยกเว้น ระบบบุคลากรที่ส่งผลในทิศทางลบกับการมีชื่อเสียง

พัทธ์ธีรา จิระอุตมสาโรจน์ พัชรนันท์ เพชรเชิดชูและศิริเดช คำสุพรหม (2562) ทำวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญา กับ มูลค่ากิจการตามราคาตลาด การศึกษานี้มุ่งศึกษา ความสัมพันธ์ระหว่าง ทุนทางปัญญา กับ มูลค่ากิจการตามราคาตลาด โดยองค์ประกอบของทุนทางปัญญา พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนเชิงโครงสร้าง และทุนเชิงสัมพันธ์กับลูกค้า ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET100 และ กลุ่ม MAI โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีจำนวน 134 บริษัท งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาดัชนีชี้วัดการบริหารจัดการทุนทางปัญญาของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้แบบจำลองการวัดมูลค่าของ Feltham and Ohlson (1995) เป็นแบบจำลองทางสถิติ และใช้สถิติการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ดัชนีชี้วัดการบริหารจัดการทุนทางปัญญา ผลการศึกษา พบว่า ดัชนีชี้วัดด้านทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ กับ มูลค่ากิจการตามราคาตลาด คือ จำนวนพนักงาน และเงินเดือนพนักงาน ดัชนีชี้วัด ด้านทุนเชิงโครงสร้างที่มีอิทธิพลอย่าง มีนัยสำคัญ กับมูลค่ากิจการตามราคาตลาด คือ อายุของกิจการ ดัชนีชี้วัด ด้านทุนเชิงสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ กับมูลค่ากิจการตามราคาตลาด คือ ค่าใช้จ่ายในการขาย ความสัมพันธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ดัชนีชี้วัดทุนทางปัญญาที่สัมพันธ์กับมูลค่ากิจการตามราคาตลาดจะเป็นดัชนีที่สัมพันธ์กับรายได้ รวมทั้ง ค่าใช้จ่ายหลักของกิจการที่เกี่ยวกับพนักงาน

วีร์ พวงเพิกศึกและปรีดา ศรีนฤวรรณ (2560) ทำวิจัยเรื่องการพัฒนาเครื่องมือการวัดทุนทางปัญญาขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผลิตอาหารของประเทศไทย โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดระดับทุนทางปัญญาในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผลิตอาหารของประเทศไทย โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างคือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกลุ่มผลิตอาหารของประเทศไทย จำนวน 269 ตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในการพัฒนาเครื่องมือวัดทุนทางปัญญา ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแบบวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal component Analysis) โดยการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เพื่อพิจารณาค่าความเหมาะสมในการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Kaiser-Meyer-Olkin) การหาค่าการร่วมกัน (Communality) ค่าไอเก้น (Eigenvalues) และการสกัดองค์ประกอบ (Factor extraction) การหมุนแกนองค์ประกอบแบบ Varimax และการหาคะแนนองค์ประกอบ (Factor score) เพื่อให้ได้องค์ประกอบที่เหมาะสม เป็นตัวแทนที่ดีในการวัดทุนทางปัญญา (Intellectual capital) ซึ่งประกอบด้วย ทุนมนุษย์ (Human capital) และ ทุนขององค์กร (Structural capital) ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่า เครื่องมือในการวัดทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผลิตอาหารของประเทศไทยนั้นประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ทักษะคติของพนักงานในองค์กร และ (2) ความสามารถของพนักงานในองค์กร ในขณะที่ทุนขององค์กร ประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) กลไกการดำเนินงานขององค์กร (2) ความรู้ที่เปิดเผยขององค์กร และ (3) โครงสร้างทางกายภาพขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัจฉรา เมฆสุวรรณ บุญสุวรรณ วิงวอนและจตุพร สังขวรรณ (2559) ทำวิจัยเรื่องอิทธิพลของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรม กลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยการวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาเชิงสำรวจด้านทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาด การมีส่วนร่วมและผลการดำเนินงาน (2) ศึกษาอิทธิพลของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงาน และ (3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน จำแนกตามระดับการประเมินศักยภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด จำนวน 258 คน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามมาตรฐาน 7 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานวิเคราะห์อิทธิพลเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ด้วยโปรแกรม AMOS 21.0 ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการศึกษาเชิงสำรวจพบว่า ให้ความสำคัญต่อทุนทางปัญญา เป็นอันดับแรก รองลงมาการมีส่วนร่วม ความสามารถทางการตลาด และผลการดำเนินงาน ทุกปัจจัยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก (2) ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน มากที่สุด รองลงมาทุนทางปัญญาอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม ทุนทางปัญญาอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด ส่วนที่เหลือมีค่าลดหลั่นกันไป (3) ผลการวิเคราะห์โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่าตามค่าสถิติมาตรฐานที่ดี (Goodness of fit)

บุญสุวรรณ วิงวอนและชุตินันต์ สະสอง (2559) ทำวิจัยเรื่องอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการองค์การทุนทางปัญญาและความร่วมมือของสมาชิกที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ทุนทางปัญญา ความร่วมมือของสมาชิกและผลการดำเนินงาน และ (2) ศึกษาอิทธิพลความเป็นผู้ประกอบการองค์การทุนทางปัญญาและความร่วมมือสมาชิกที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จำนวน 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปางและแม่ฮ่องสอน จำนวน 311 คน เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญต่อความเป็นผู้ประกอบการองค์การเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การมุ่งเน้น ทุนทางปัญญา ความร่วมมือของสมาชิกและผลการดำเนินงานโดยทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์พบว่าความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อทุนทางปัญญามากที่สุด รองลงมา คือ ความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความร่วมมือของสมาชิกความร่วมมือของสมาชิกมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานและลำดับสุดท้ายความเป็นผู้ประกอบการองค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ชาญชัย บัญชาพัฒนศักดิ์ดา, วิไลพร เลหาโกศลและอุษณีย์ เสาวกวัชร (2560) ทำวิจัยเรื่องแบบจำลองของลักษณะองค์การที่เป็นเลิศที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย โดยการวิจัยครั้งนี้เพื่อพัฒนาแบบจำลองของลักษณะองค์การที่เป็นเลิศที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจในพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยทั้งหมด 17 จังหวัด ซึ่งคัดเลือกโดย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูลในการประกอบธุรกิจมีความสำคัญและต้องให้ผู้ประกอบการสมัครใจ จำนวน 400 ราย ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติพหุตัวแปร โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อต้องการพิสูจน์ตรวจสอบความเหมาะสมและถูกต้องขององค์ประกอบ ลักษณะขององค์การที่เป็นเลิศใน 6 ด้าน ได้แก่ 1) การนำองค์กร 2) วางแผนเชิงกลยุทธ์ 3) การมุ่งเน้นลูกค้า 4) การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ 5) การมุ่งเน้น บุคลากร และ 6) การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ โดยผลการวิจัยพบว่า การตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์นั้นผ่านและอยู่ในระดับดี นอกจากนี้ผลการวิจัยแสดงว่า ลักษณะองค์การที่เป็นเลิศนั้นมีความสำคัญต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยประกอบด้วย 6 ปัจจัย ซึ่งจะทำให้เกิดองค์กรแห่งความเป็นเลิศที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

สวลี วงศ์ไชยาและพีชญาตา พันผา (2561) ทำวิจัยเรื่องอิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตัวอย่างคือผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 418 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามที่มีความเชื่อมั่นเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่ใช้คือ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลวิจัย พบว่า (1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยกลยุทธ์ธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 และ 3.58 ตามลำดับ ส่วนระดับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 (2) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า กลุ่มของตัวแปรต้น มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสูงมาก กลุ่มของตัวแปรต้นสามารถทำนาย ความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ ร้อยละ 65.8 ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีดังนี้ ความมั่นใจในตนเอง กลยุทธ์ระดับองค์กร ความอดทน รายได้ต่อเดือน อายุ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ความคิดเชิงนวัตกรรม เพศ เงินลงทุน ความต้องการ ความสำเร็จขนาดของกิจการ และตำแหน่ง ตามลำดับ

ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2559) ทำวิจัยเรื่องนวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจบริการ ผู้ประกอบการแต่ละรายสามารถใช้ความรู้ที่มีให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจได้มากหรือน้อยแตกต่างกันไป ผู้ที่ขาดความรู้ในการประกอบการย่อมจะเสียเปรียบผู้แข่งขัน ผู้ประกอบการจึง ควรมีเครื่องมือในการจัดการธุรกิจของตน ซึ่งสิ่งที่ผู้เขียนกล่าวถึงนี้ก็คือนวัตกรรมบริการ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายและลักษณะของนวัตกรรมบริการ ความต้องการของลูกค้าที่ผลักดันให้เกิดนวัตกรรมบริการ ส่งมอบนวัตกรรมบริการ การจัดการนวัตกรรมบริการ โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ของบทความได้รวบรวมมาจากทัศนะและการวิเคราะห์ของนักวิชาการ เอกสารต่าง ๆ รวมทั้งการยกตัวอย่างในส่วนของการสร้างบริการใหม่ เพื่อสะท้อนลักษณะของนวัตกรรมบริการให้เห็นชัดเจนยิ่งขึ้น

บริندا สันทรวี (2560) ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการสร้างผลประกอบการที่ดี ด้วยนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย ในการทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ประเภทนวัตกรรมบริการที่สำคัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย (2) ขั้นตอนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย (3) ประโยชน์ที่รีสอร์ทในประเทศไทยได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์ แบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเลือกแบบเจาะจง 3 กลุ่ม คือ 1) ตัวแทนผู้บริหารรีสอร์ทในประเทศไทย จำนวน 12 คน 2) นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม จำนวน 7 คน 3) ตัวแทนภาครัฐ จำนวน 5 คน รวมผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด 24 คน ผลการวิจัยพบ (1) ประเภทของนวัตกรรมบริการที่สำคัญของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย คือ นวัตกรรมบริการด้านความปลอดภัย นวัตกรรมบริการด้านความทันสมัยของเทคโนโลยี และนวัตกรรมบริการด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (2) ขั้นตอนในการปฏิบัติด้านนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย มี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการวางแผน ขั้นตอนการปฏิบัติ ขั้นตอนการประเมินผลและปรับปรุง (3) ประโยชน์ที่รีสอร์ทในประเทศไทยได้รับจากการมีนวัตกรรมบริการ คือ ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ช่วยให้อยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น

สุภัทรศักดิ์ คาสามารถ, กุลจิรา รักษนนคร และมังกร หิริรักษ์ (2562) ทำวิจัยเรื่องศักยภาพทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (ประเภทบริการ) นวัตกรรมบริการเป็นความสามารถในการพัฒนาโดยวิธีการดำเนินงานและแนวคิดใหม่ที่เกิดจากการทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้ามาเป็นแนวทางในการพัฒนาการบริการที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าได้เหนือความคาดหวังที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาประกอบด้วย นวัตกรรมในการบริการหรือ ผลิตภัณฑ์ด้านการบริการ นวัตกรรมในกระบวนการให้บริการ เป็นการปรับปรุงหรือออกแบบกระบวนการในการสร้างการบริการใหม่ และนวัตกรรมในธุรกิจบริการและอุตสาหกรรมบริการเป็นการสร้างนวัตกรรมขององค์กร นอกจากนี้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise, SME) หลายธุรกิจยังคงมีความรู้ที่ใหม่ๆ มาสร้างกระบวนการต่างๆ ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planned) สารสนเทศ (Information) ด้านบุคคล (People) และด้านกระบวนการ (Processes) เพื่อสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการได้มีการพัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง ส่งผลให้นวัตกรรมบริการในธุรกิจขนาดย่อม มีความสอดคล้องเชื่อมโยงเป็นกิจการเพื่อสังคม ซึ่งมีลักษณะเป็นการทำธุรกิจที่มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ความอยู่รอดทางธุรกิจ 2) เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงใน สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ซึ่งองค์กรเหล่านี้อาจจะเป็นองค์กรที่ไม่แสวงหาผลกำไรโดยมีพันธกิจ 3 อย่างที่ควบคู่กันไป ได้แก่ 1) การสร้างกำไร 2) มุ่งสร้างสรรค์สังคม 3) ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สรุปได้จากการสร้างนวัตกรรมบริการของธุรกิจขนาดย่อม ประเภทบริการ ส่งผลให้การขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจมีความหลากหลายและเชื่อมโยงกับกิจการเพื่อสังคมสามารถยกระดับการพัฒนานวัตกรรมที่เข้ามาส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อม ประเภทการบริการให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันซึ่งธุรกิจบริการมีการเชื่อมโยงกับทรัพยากรของธุรกิจ เช่น ทรัพยากรทางการเงิน ทรัพยากรที่มีตัวตนและ ไม่มีตัวตน เข้ากับความสามารถในการบริหารจัดการ เพื่อส่งมอบคุณค่าของบริการให้กับลูกค้าปัจจัยหลักต้นนวัตกรรมบริการ ได้แก่ ทรัพยากร (Resources) คือ ทรัพยากรสินทางการเงินการบริหาร (Management) เป็นความสามารถในการบริหารจัดการของธุรกิจ ซึ่งมีความสำคัญต่อนวัตกรรมบริการ มากน้อยเพียงใดนั้นสามารถพิจารณาได้จากกระบวนการบริการและคุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่อยู่สูงสุดเนื่องจากเป้าหมายสูงสุดที่ธุรกิจต้องการก็คือ การเข้าถึงและการบรรลุคุณค่าของผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่ม ซึ่งล้วนแล้วจะต้องมีการกำหนดเป้าหมายสูงสุดในการดำเนินธุรกิจบริการ เพื่อให้สะท้อนถึงปัจจัยที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่อทุกกลุ่มและสามารถสร้างการบริหารจัดการทั้งภายในและภายนอก จากการสร้างนวัตกรรมเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้อย่างประสบความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6 สรุปแนวคิดทฤษฎี

จากการศึกษาค้นคว้า ทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ดังนี้

ตารางที่ 2.2 สรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Stewart	1994	ทุนทางปัญญา	สิ่งที่จับต้อง ไม่ได้ เป็นผลพวงมาจากความรู้ การนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ ทักษะความสามารถเฉพาะทาง ความสามารถในการปรับตัว ความสัมพันธ์กับลูกค้า สิ่งเหล่านี้ทำให้องค์กรเกิดขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความมั่งคั่ง ให้เกิดกับองค์กร
อรพิน บุญสิน และ อิสระ สุวรรณ	2556	ทุนมนุษย์	ความรู้ ทักษะ ความสามารถ และประสบการณ์ต่าง ๆ ที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ทั้งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิด และเกิดจากการเรียนรู้ ความสามารถตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเอง และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพขององค์กร หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า
สุดใจ ผ่องแผ้ว และ นุจรี ภาคาสัตย์	2559	ทุนโครงสร้าง	การพัฒนาทุนทางปัญญา การให้ความสำคัญกับกระบวนการทำงานและนโยบายของ บริษัท การมีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ดี การสร้างนวัตกรรม จาการวิจัยและพัฒนาด้วยบริษัทเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) สรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Osman & Abidin	2014	ทุนความสัมพันธ์	การที่ความรู้ได้ฝังเข้าไปในความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรกับลูกค้าหรือองค์กรกับผู้ผลิต (Supplier) หรือหุ้นส่วน (Partners) คือสินทรัพย์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ในแง่ของการพัฒนาคุณภาพและความเติบโตของความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน ลูกค้าหุ้นส่วน ผู้ผลิต และคู่แข่งรวมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ทาให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี และความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านของความสัมพันธ์
Hertog	2000	นวัตกรรมบริการ	กลยุทธ์ที่ใช้กระบวนการทางธุรกิจร่วมกับองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มาประยุกต์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์กรภายใต้แนวคิดของ Co-creation ให้ได้ผลอย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่การออกแบบกระบวนการที่สรรค์สร้างข้อเสนอ (Offering) ใหม่ๆ และทำให้เกิดคุณค่า (Value) แก่ผู้บริโภคหรือลูกค้า ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และเทคโนโลยีส่งผล
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2556	ข้อมูลสารสนเทศ	วัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวัง จากผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งข้อจำกัด หรือเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการบริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 (ต่อ) สรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2556	ด้านกระบวนการ	ขั้นตอนการให้บริการของผู้ให้บริการและกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารับบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาก นวัตกรรมบริการมักจะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะอินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพา
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2556	ด้านเทคโนโลยี	ส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการและการสร้างคุณค่าให้กับบริการ รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้าง ข้อเสนอและสร้างคุณค่า
กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	2556	ด้านสภาพแวดล้อม	การพิจารณาองค์ประกอบและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการ ให้บริการและ ผู้รับบริการ เพื่อที่จะช่วยให้การสร้างคุณค่าร่วมกันระหว่างผู้ให้บริการกับผู้รับบริการ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่อการออกแบบข้อเสนอและระบบบริการที่นำไปสู่ การสนับสนุนให้ลูกค้าสร้างคุณค่าได้เต็มที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ชื่อเรื่อง	ที่มา	วิธีการวิจัย	ข้อค้นพบจากการวิจัย
ชุตินา หวังเบญญ หมัดและธนัชชา ปินดุเหล็ก (2560)	ปัจจัยแห่ง ความสำเร็จของ การ ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ใน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา	Journal of Management Sciences, Vol. 1 (1) วารสาร วิทยาการจัดการ	การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วย สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) และการ ถดถอยพหุคูณแบบมี ขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ด้าน ปัจจัยภายใน ภาพรวมมี ความสำคัญอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ระบบบุคคลากรมี ความสำคัญมากที่สุดเท่ากับ ด้านปัจจัยภายนอก ใน ภาพรวมมีความสำคัญอยู่ใน ระดับมาก โดยพบว่า ระบบ เทคโนโลยีมีความสำคัญอยู่ใน ระดับมากที่สุด เท่ากับ ความสำเร็จของการ ประกอบการธุรกิจ SMEs ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดย พบว่า ความสำเร็จของการ ประกอบการธุรกิจ SMEs ด้าน การยอมรับนับถืออยู่ในระดับ มากที่สุด รองลงมา คือ ความ มั่นคงของกิจการ และการมี ชื่อเสียง
พัทธ์ธีรา จิระอุดม สาโรจน์, พัช นันท์ เพชรเชิดชู และศิริเดช คำสุ พรหม (2560)	ความสัมพันธ์ ระหว่างทุนทาง ปัญญา กับ มูลค่ากิจการ ตามราคาตลาด	SUTHIPARITHAT JOURNAL Vol.34 No.110 April - June 2020	แบบจำลองการวัด มูลค่าของ Feltham and Ohlson (1995) เป็น แบบจำลองทางสถิติ และใช้สถิติการ วิเคราะห์ การ ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)	ด้านทุนมนุษย์ที่มีอิทธิพลอย่าง มีนัยสำคัญ กับ มูลค่ากิจการ ตามราคาตลาด คือ จำนวน พนักงาน และเงินเดือน พนักงาน และด้านทุนเชิง โครงสร้างที่มีอิทธิพลอย่าง มี นัยสำคัญ กับมูลค่ากิจการตาม ราคาตลาด คือ อายุของกิจการ ส่วนทุนทางปัญญาที่สัมพันธ์ กับมูลค่ากิจการตามราคา ตลาดจะเป็นดัชนีที่สัมพันธ์กับ รายได้ รวมทั้ง ค่าใช้จ่ายหลัก ของกิจการที่เกี่ยวกับพนักงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ชื่อเรื่อง	ที่มา	วิธีการวิจัย	ข้อค้นพบจากการวิจัย
วีร์ พวงเพิกคี่กและ ปรีดา ศรีนฤวรรณ (2561)	การพัฒนา เครื่องมือการวัด ทุนทางปัญญา ขององค์กรใน วิสาหกิจขนาด กลางและขนาด ย่อม กลุ่มผลิต อาหารของ ประเทศไทย	Human Resource and Organization Development Journal Vol. 11 No. 1/2019	วิเคราะห์ องค์ประกอบหลัก (Principal component Analysis)	1. ทุนมนุษย์ ได้แก่ (1) ทักษะคติ ของพนักงานในองค์กรและ (2) ความสามารถของพนักงานใน องค์กร 2. ทุนขององค์กร ได้แก่ (1) กลไกการดำเนินการขององค์กร (2) ความรู้ที่เปิดเผยขององค์กร และ (3) โครงสร้างทางกายภาพ ขององค์กร
อัจฉรา เมฆสุวรรณ ,บุญทวารวรรณ วิงวอนและจตุพร สังขวรรณ (2559)	อิทธิพลของทุน ทางปัญญา ความสามารถ ทางการตลาด และการมีส่วนร่วม ที่มีต่อผล การดำเนินงาน ของวิสาหกิจ ชุมชนประเภท หัตถกรรม กลุ่ม ผ้าทอมือ ภาคเหนือ ตอนบนของ ประเทศไทย	Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities ปีที่ 6 ฉบับที่ 11 กรกฎาคม - ธันวาคม 2559	การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	1. ให้ความสำคัญต่อทุนทาง ปัญญา เป็นอันดับแรก รองลงมา การมีส่วนร่วม ความสามารถ ทางการตลาด และผลการดา เนินงาน ทุกปัจจัยอยู่ในระดับ ค่อนข้างมาก 2. ความสามารถทางการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดา เนินงาน มากที่สุด รองลงมาทุน ทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อ การมีส่วนร่วม ทุนทางปัญญามี อิทธิพลทางตรงต่อความสามารถ ทางการตลาด ส่วนที่เหลือมีค่า ลดหลั่นกันไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ชื่อเรื่อง	ที่มา	วิธีการวิจัย	ข้อค้นพบจากการวิจัย
บุญทวารณ วิงวอนและชุติมันต์ สะสอง (2559)	อิทธิพลของ ความเป็น ผู้ประกอบการ องค์การ ทุน ทางปัญญา และความ ร่วมมือของ สมาชิกที่มีต่อ ผลการ ดำเนินงาน ของวิสาหกิจ ชุมชนใน ภาคเหนือ ตอนบน 1 ของประเทศ ไทย	วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์ อีสเทอร์น ปีที่ 10 ฉบับที่ 4 ตุลาคม 2559 - ธันวาคม 2559	เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้ สถิติพรรณนาหาค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน สถิติ อนุมานวิเคราะห์ เส้นทางความสัมพันธ์	ผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชนส่วนใหญ่ให้ ความสำคัญต่อความเป็น ผู้ประกอบการองค์การเป็น อันดับแรก รองลงมา คือ การมุ่งเน้น ทุนทางปัญญา ความร่วมมือของสมาชิกและ ผลการดำเนินงานโดยทุก ปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วน ทุนทางปัญญามีอิทธิพล ทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และลำดับสุดท้ายความเป็น ผู้ประกอบการองค์การมี อิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน
รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ ธร, ชาญชัย บัญชา พัฒนศักดิ์, วิไลพร เลหาโกศล และอุษณีย์ เสาวก วัชร (2560)	แบบจำลอง ของลักษณะ องค์การที่เป็น เลิศที่มี อิทธิพลต่อผล การ ดำเนินงาน ของธุรกิจ ขนาดกลาง และขนาด ย่อมในเขต ภาคเหนือของ ประเทศไทย	วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์ อีสเทอร์น ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 เมษายน 2560 - มิถุนายน 2560	การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์สถิติ พหุ	ลักษณะองค์การที่เป็นเลิศ นั้นมีความสำคัญต่อธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะส่งผลในเชิงบวกต่อ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม โดยประกอบด้วย 6 ปัจจัย ซึ่งจะทำให้เกิดองค์กรแห่ง ความเป็นเลิศที่มีจำนวนเพิ่ม มากขึ้นในอนาคต

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ชื่อเรื่อง	ที่มา	วิธีการวิจัย	ข้อค้นพบจากการวิจัย
สวลี วงศ์ไชยาและ พีชญาดา พันผา (2561)	อิทธิพลของ กลยุทธ์ธุรกิจ และ คุณลักษณะ ของ ผู้ประกอบการ ที่ส่งผล ต่อ ความสำเร็จ ของธุรกิจ ขนาดกลาง และขนาด ย่อม	วารสาร สมาคม นักวิจัย ปีที่ 23 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2561	ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ ถดถอยพหุคูณ	1. ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการและปัจจัย กลยุทธ์ธุรกิจ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก 2. ความสัมพันธ์กับ ความสำเร็จของธุรกิจ ขนาดกลางและขนาด ย่อมในระดับสูงมาก
ซัชพล ทรงสุนทร วงศ์ (2559)	นวัตกรรมการ บริการ : กล ยุทธ์สร้าง ความ ได้เปรียบ ทางการ แข่งขันของ องค์การธุรกิจ บริการ	วารสารการ จัดการสมัยใหม่ ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม - ธันวาคม 2559	รวบรวมมาจากทัศนะ และการวิเคราะห์ ของ นักวิชาการ เอกสาร ต่างๆ รวมทั้ง การ ยกตัวอย่าง	สร้างความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับความหมายและ ลักษณะของนวัตกรรมการ บริการ ความต้องการของ ลูกค้าที่ ผลักดันให้เกิด นวัตกรรมการบริการ ส่ง มอบนวัตกรรมการบริการ การจัดการนวัตกรรมการ บริการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.3 (ต่อ) ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสาเหตุ และผลกระทบความสัมพันธ์หรือประเด็นที่เกี่ยวข้อง

นักวิจัย	ชื่อเรื่อง	ที่มา	วิธีการวิจัย	ข้อค้นพบจากการวิจัย
บริندا สันหวี (2560)	แนวทางการ สร้างผล ประกอบการที่ ดีด้วย นวัตกรรม บริการของ ธุรกิจรีสอร์ท ในประเทศไทย	วารสาร มจร สังคมศาสตร์ ปริทรรศน์ ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (ฉบับพิเศษ) เมษายน- มิถุนายน 2560	ใช้การสัมภาษณ์เชิง ลึก ด้วยแบบ สัมภาษณ์ แบบกึ่ง โครงสร้างกับผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ	1. ประเภทของนวัตกรรม บริการที่สำคัญของธุรกิจรี สอร์ทในประเทศไทย คือ นวัตกรรมบริการด้านความ ปลอดภัย นวัตกรรมบริการ ด้านความทันสมัยของ เทคโนโลยี และนวัตกรรม บริการด้านความเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม 2. ขั้นตอนในการปฏิบัติด้าน นวัตกรรมบริการของธุรกิจรี สอร์ทในประเทศไทย มี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการ วางแผน ขั้นตอนการปฏิบัติ ขั้นตอนการประเมินผลและ ปรับปรุง 3. ประโยชน์ที่รีสอร์ทใน ประเทศไทยได้รับจากการมี นวัตกรรมบริการ คือ ช่วยเพิ่ม ส่วนแบ่งตลาด ช่วยให้ ยอดขายและกำไรเพิ่มขึ้น
สุภัทรศักดิ์ คา สามารถ, กุลจิรา รักษนกร และ มังกร หริรักษ์ (2562)	ศักยภาพทาง นวัตกรรมที่ ส่งผลต่อการ ดำเนินงาน ของธุรกิจ ขนาดย่อม (ประเภท บริการ)	Journal of Modern Learning Development Vol. 5 No. 2 March – April 2020	สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics)	การสร้างนวัตกรรมบริการ ของธุรกิจขนาดย่อม ประเภท บริการ ส่งผลให้การขับเคลื่อน องค์กรธุรกิจมีความหลากหลาย และเชื่อมโยงกับกิจการเพื่อ สังคม สามารถยกระดับการ พัฒนานวัตกรรมที่เข้ามา ส่งเสริมธุรกิจขนาดย่อม ประเภทการบริการให้มีความ สอดคล้องกับสถานการณ์ ปัจจุบันซึ่งธุรกิจบริการมีการ เชื่อมโยงกับทรัพยากรของธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ทูทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 แบบการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แบบการศึกษา

การวิจัยเรื่อง ทูทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบสาเหตุที่ส่งผลต่อผลลัพธ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause – and Effect Relationships) เพื่อศึกษาความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ที่สอดคล้องกับองค์ความรู้เชิงทฤษฎีและผลการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ (Kerlinger, 1973: 379; Kumar, 2005: 60-61; สีน พันธุ์พินิจ, 2553: 47 - 48) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 3.1 แสดงแนวคิดขั้นตอนการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากภาพที่ 3.1 แสดงแนวคิดขั้นตอนการวิจัย เพื่อทดสอบความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามของทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างกรอบแนวคิดและกำหนดตัวแปรสำหรับการวิจัย

2. สร้างและพัฒนาเครื่องมือที่มีคุณภาพเพื่อใช้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถาม โดยการสังเคราะห์และพัฒนาข้อคำถามจากการศึกษาทฤษฎี การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อให้ได้ข้อมูลตัวแปรสาเหตุ ทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการ และตัวแปรผลลัพธ์ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

4. การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Research) โดยใช้สถิติ สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลความสัมพันธ์ตัวแปรต้นและตัวแปรตามของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

5. การสรุปผลการศึกษา อภิปรายผลและจัดทำข้อเสนอแนะ และรายงานผลการศึกษา ทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร จำนวนทั้งสิ้น 2,123 ราย (ข้อมูลการคงอยู่ของนิติบุคคล, สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลรายจังหวัด ประจำเดือนธันวาคม 2563)

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง (n) จากผู้ข้อมูลผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูลการคงอยู่ของนิติบุคคล, สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลรายจังหวัด ประจำเดือนธันวาคม 2563 จำนวน 2,123 ราย ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มีจำนวนแน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970: 607-610) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 หรือมีระดับความคลาดเคลื่อน 0.05 ที่ขนาดประชากรจำนวน 2,123 ราย

$$n = \frac{X^2 Np(1-p)}{e^2(N-1) + X^2 p(1-p)}$$

กำหนดให้ n คือ จำนวนหรือขนาดของตัวอย่าง

N คือ จำนวนหรือขนาดของประชากร (325 ราย)

e² คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่สุด P คือ สัดส่วนของประชากร กำหนดให้เป็น 0.50 สำหรับขนาดของตัวอย่างมาก

X^2 คือ การแจกแจงของ Z เป็นค่าไคสแควร์ (Chi-square Value) ที่ 1 Degree of freedom เปิดตารางได้ 3.841

$$\begin{aligned} n &= 3.841 \frac{(2,123) (0.5) (1-0.5)}{0.05^2 (2,123 - 1) + 3.84(0.5) (1-0.5)} \\ &= \frac{3.841 \times 530.75}{5.305 + 0.96} \\ &= 325 \end{aligned}$$

ดังนั้น ขนาดของจำนวนกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคั้งนี้ คือ 325 คน อย่างไรก็ตามการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทางไปรษณีย์ มีข้อจำกัดในเรื่องอัตราการตอบกลับจำนวนน้อย อัตราการตอบกลับของแบบสอบถามทางไปรษณีย์โดยทั่วไปถ้าไม่ทวงแบบสอบถามประมาณร้อยละ 20 จึงถือว่ายอมรับได้ (Aaker, Kumar and Day, 2001) เพื่อให้เป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยคั้งนี้ (Panayides, 2007) ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ คือ 325 ราย โดยมีผู้ประกอบการ เจ้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นผู้ให้ข้อมูล (Key Informants)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยคั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัยและเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด และคำถามแบบปลายเปิด โดยกำหนดข้อมูลที่ต้องการจากวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็นตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามปลายปิด (Closed Questions) มีจำนวนทั้งหมด 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ทุนทางปัญญา ประกอบด้วย 1) ด้านทุนมนุษย์ 2) ด้านทุนโครงสร้าง 3) ด้านทุนความสัมพันธ์ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five Point Likert Scales)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านสภาพแวดล้อม ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วน

ประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five Point Likert Scales)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย 1) ความมั่นคงของกิจการ 2) การยอมรับนับถือ 3) ความมีชื่อเสียง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคิร์ท (Five Point Likert Scales)

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิดในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา และข้อเสนอแนะ

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างและทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนี้

3.4.1 ขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม

เริ่มจากศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วจึงประยุกต์ให้เข้ากับการศึกษาฉบับนี้ โดยมุ่งเน้นให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา ซึ่งได้ดำเนินการขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากแนวคิดทฤษฎี ผลงานวิจัย หนังสือ และเอกสารที่เกี่ยวข้องจากแหล่งต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างคำถามในแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดขอบเขตของคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ กรอบแนวคิดของการศึกษา นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไข

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อคำแนะนำ ตรวจสอบแบบสอบถามว่าครอบคลุมกับวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการศึกษา หรือไม่สำนวนภาษาที่ใช้มีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด พร้อมปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามความเห็นของอาจารย์ที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามฉบับร่างเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมตามจุดมุ่งหมายของการศึกษาและการใช้ภาษา

ขั้นตอนที่ 5 นำข้อบกพร่องมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้ทรงคุณวุฒิครั้งสุดท้ายเพื่อนำไปพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทำการศึกษา

3.4.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

3.4.2.1 ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นข้อคำถาม ที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิดในการศึกษา เพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

3.4.2.2 จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาวิจัยเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษาและครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3.4.2.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสม และครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

3.4.2.4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง และครอบคลุมเนื้อหาของการจัดทำวิจัย จัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of Item – Objective Congruence) โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ดังรายชื่อใน ภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาถึงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้อง ระหว่าง +1 , 0 และ -1

โดย +1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
0	หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 1	หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

จากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

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

โดย $\sum X$ หมายถึง ผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด
 N หมายถึง จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 – 1.00 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

3.4.4.5 ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค โดยพิจารณาค่าความเชื่อมั่น หากมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไปถือว่าใช้ได้ ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.962 และเมื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเป็นรายข้อ พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 ทุกข้อ ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่างได้

3.4.2.6 หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยต่อไป

3.5 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์

1) การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ หาค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ประกอบด้วย 1) ด้านทุนมนุษย์ 2) ด้านทุนโครงสร้าง 3) ด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร และการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย 1) ด้านข้อมูลสารสนเทศ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านเทคโนโลยี 4) ด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประกอบด้วย 1) ความมั่นคงของกิจการ 2) การยอมรับนับถือ 3) ความมีชื่อเสียง ในจังหวัดชุมพร โดยวิธีประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนาและนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคู่กับการบรรยายและการสรุปผลการดำเนินการวิจัย และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม ดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดให้	5	คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดให้	4	คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดให้	3	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดให้	2	คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดให้	1	คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ \text{ดังนั้น ช่วงคะแนน} &= 0.80 \end{aligned}$$

การหาค่าเฉลี่ยเกณฑ์คะแนนของคำตอบของแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

3) การทดสอบสมมติฐาน โดยวิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงอนุมานและนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ โดย

3.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้
สมการที่ 1 H1a – H1c : ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

$$SS = \beta_0I + \beta_1HC + \beta_2SC + \beta_3RC + \epsilon$$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมการที่ 2 H2a – H2c: นวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

$$SS = \beta_0 + \beta_1I + \beta_2P + \beta_3T + \beta_4E + \varepsilon$$

เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเป็นที่เข้าใจตรงกันในการแปลความหมาย ผู้วิจัยได้กำหนด สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

SS แทน ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Success of Small and Medium Businesses)

HC แทน ทุมนมนุษย์ (Human capital)

SC แทน ทุมนโครงสร้าง (Structural capital)

RC แทน ทุมนความสัมพันธ์ (Relational capital)

I แทน ข้อมูลสารสนเทศ (Information)

P แทน กระบวนการ (Process)

T แทน เทคโนโลยี (Technologies)

E แทน สภาพแวดล้อม (Environment)

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล และการทดสอบสมมติฐานของวิจัยทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ซึ่งกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สำหรับการอธิบายลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรดังนี้

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage)

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean)

3.5.1.3 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3.5.1.4 ค่าความถี่ (frequency)

3.5.2 สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ศึกษา คือการวิเคราะห์ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรดังนี้

3.5.2.1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) เพื่อหา ระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระหลายตัวตามกรอบแนวคิดการวิจัย

3.5.2.2 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหา ความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นที่มีผลกระทบต่อความผันแปรของตัวแปรตาม นำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางปัญญา นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 3) ศึกษา นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร สามารถนำเสนอผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา ขนาดของธุรกิจ ประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

(n=325)		
เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	172	52.90
หญิง	153	47.10
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 52.90 รองลงมาเป็น เพศหญิง จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 47.10

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

(n=325)		
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	15	4.60
31 ปี - 40 ปี	104	32.00
41 ปี - 50 ปี	147	45.20
51 ปีขึ้นไป	59	18.20
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 ปี - 50 ปี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 45.20 รองลงมา อายุระหว่าง 31 ปี - 40 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 อายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 18.20 และอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

(n=325)		
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	20.30
ปริญญาตรี	242	74.50
ปริญญาโท	17	5.20
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 74.50 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 20.30 และระดับปริญญาโท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

(n=325)		
ขนาดของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน	61	18.80
มีลูกจ้าง 16 – 30 คน	148	45.50
มีลูกจ้าง 31 – 50 คน	104	32.00
มีลูกจ้าง 51 – 200 คน	12	3.70
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ขนาดของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นกลุ่มมีลูกจ้าง 16 – 30 คน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ มีลูกจ้าง 31 – 50 คน จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.8 และ มีลูกจ้าง 51 – 200 คน คิดเป็นร้อยละ 3.70 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

(n=325)		
ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ผลิตสินค้า	41	12.70
ค้าส่ง	70	21.50
ค้าปลีก	91	28.00
บริการ	123	37.80
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ประเภทของธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นประเภทบริการ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาคือ ประเภทค้าปลีก จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ประเภทค้าส่ง จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และ ประเภทผลิตสินค้า จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน

(n=325)		
ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 3 ปี	14	4.30
3 – 5 ปี	58	17.80
6 – 8 ปี	143	44.00
9 – 11 ปี	82	25.20
มากกว่า 11 ปีขึ้นไป	28	8.70
รวม	325	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลา 6 – 8 ปี จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือ ระยะเวลา 9 – 11 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.20 ระยะเวลา 3 – 5 ปี จำนวน 58 คิดเป็นร้อยละ 17.80 ระยะเวลา 11 ปีขึ้นไปจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.60 และระยเวลาน้อยกว่า 3 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

0.81) และบุคลากรมีการพัฒนาทักษะเพื่อใช้ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ และความสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.83) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ทูทางปัญญา ในด้านทุนโครงสร้าง ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ด้านทุนโครงสร้าง (Structural capital)	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความคิดเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	1. องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหาร ภายในองค์กรที่ดี	87 (26.8)	152 (46.8)	84 (25.8)	1 (.3)			
2. องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือ คู่มือการทำงานที่มี ประสิทธิภาพ	85 (26.2)	169 (52.0)	67 (20.6)	3 (.9)	1 (.3)	4.02	0.73	มาก
3. องค์กรมีวัฒนธรรม องค์กรที่น่าไปสู่ ความสำเร็จของธุรกิจ	104 (32.0)	138 (42.5)	77 (23.7)	6 (1.8)	0 (0)	4.04	0.79	มาก
	รวม					4.01	0.75	มาก

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทูทางปัญญา ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านทุนโครงสร้าง (Structural capital) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่น่าไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.79) รองลงมา คือ องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพขององค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่น่าไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 0.73) และ องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหารภายในองค์กรที่ดี ($\bar{X} = 3.99$, S.D.=0.75) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ในด้าน ทุนเชิงความสัมพันธ์ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ทุนเชิงความสัมพันธ์ (Relational Capital)	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีกระบวนการสื่อสาร ภายในองค์กรที่มี ประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธ ศาสตร์ขององค์กร	107 (32.9)	154 (47.4)	54 (16.6)	9 (2.8)	1 (.3)	4.09	0.79	มาก
2. ธุรกิจมีฐานข้อมูล ลูกค้า และมีการสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับ ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	94 (28.9)	145 (44.0)	75 (23.1)	12 (3.7)	1 (.3)	3.97	0.83	มาก
3. ธุรกิจมีความสัมพันธ์ อันดีกับผู้ขายวัตถุดิบ	103 (31.7)	147 (45.2)	68 (20.9)	4 (1.2)	3 (.9)	4.05	0.81	มาก
4. ธุรกิจมีพันธมิตรทาง หรือเครือข่ายทางธุรกิจที่ จะนำไปสู่ความสำเร็จใน การดำเนินงาน	91 (28.0)	170 (52.3)	57 (17.5)	7 (2.2)	0 (0)	4.06	0.73	มาก
	รวม					4.04	0.79	มาก

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ทุนเชิงความสัมพันธ์ (Relational Capital) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = .590) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง โดยธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือเครือข่ายทางธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = .783) รองลงมา คือ มีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธศาสตร์ขององค์กร ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = .529) ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายวัตถุดิบ ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = .528) และธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = .495) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านข้อมูลสารสนเทศ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ด้านข้อมูลสารสนเทศ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	1. ธุรกิจมีการให้ข้อมูล สารสนเทศเพื่อปรับปรุง ข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	91 (28.0)	153 (47.1)	78 (24.0)	2 (.6)			
2. พนักงานมีการ ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ อย่างถูกต้อง ชัดเจน	92 (28.3)	147 (45.2)	84 (25.8)	1 (.3)	1 (.3)	4.00	0.76	มาก
3. ธุรกิจมีการเก็บข้อมูล ลูกค้า และใช้ประโยชน์ จากข้อมูลลูกค้ามาสร้าง ข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	79 (31.7)	164 (45.2)	78 (20.9)	4 (1.2)	0 (0)	3.97	0.73	มาก
4. มีการให้ข้อมูลของ ธุรกิจและรายละเอียด สินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์	99 (30.5)	158 (48.6)	55 (16.9)	9 (2.8)	4 (1.2)	4.04	0.83	มาก
	รวม					4.00	0.76	มาก

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านข้อมูลสารสนเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = .0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ พนักงานมีการผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน ($\bar{X} = 4.00$, S.D.=.0.76) ธุรกิจมีการให้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.75) และธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้า และใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.76) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้ใดเห็นใบประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านกระบวนการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ด้านกระบวนการ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	1. ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ	108 (33.2)	144 (44.3)	68 (20.9)	4 (1.2)			
2. มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค	123 (37.8)	141 (43.4)	57 (17.5)	3 (0.9)	1 (.3)	4.17	0.76	มาก
3. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สายในกระบวนการดำเนินงาน	111 (34.2)	166 (51.1)	45 (13.8)	2 (.6)	1 (.3)	4.18	0.70	มาก
รวม						4.14	0.74	มาก

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านกระบวนการ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สายในกระบวนการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.18, S.D. = 0.70) รองลงมา คือ มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (\bar{X} = 4.17, S.D.=0.76) และ ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.08, S.D. = 0.78) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านเทคโนโลยี ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ด้านเทคโนโลยี	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	1. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ	131 (40.3)	141 (43.4)	51 (15.7)	2 (.6)			
2. มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า	127 (39.1)	165 (50.8)	32 (9.8)	1 (.3)	0 (0)	4.28	0.64	มาก
3. ท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ	130 (40.0)	157 (48.3)	38 (11.7)	0 (0)	0 (0)	4.28	0.66	มาก
4. มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า	110 (33.8)	186 (57.2)	28 (8.6)	1 (.3)	0 (0)	4.24	0.61	มาก
รวม						4.25	0.65	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านเทคโนโลยี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.66) รองลงมา คือ มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า (\bar{X} = 4.28, S.D.=0.64) มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.61) และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ (\bar{X} = 4.23, S.D. = .0.72) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ในด้านสภาพแวดล้อม ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ด้านสภาพแวดล้อม	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	1. ธุรกิจมีข้อมูล พฤติกรรมผู้บริโภค และ นำข้อมูลมาใช้ใจการสร้าง คุณค่าที่จะส่งมอบแก่ ลูกค้า	128 (39.4)	162 (49.8)	33 (10.2)	1 (.3)			
2. พนักงานมีความเข้าใจ บริบทต่าง ๆ ของ ผู้บริโภค และสามารถ ตอบคำถามลูกค้าใน บริบทต่าง ๆ ได้	132 (40.6)	158 (48.6)	31 (9.5)	3 (.9)	1 (.3)	4.28	0.69	มาก
3. มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของ ลูกค้ามาปรับปรุง ข้อเสนอและสร้างคุณค่า ที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	141 (43.4)	151 (46.5)	30 (9.2)	3 (.9)	0 (0)	4.32	0.67	มาก
4. มีการนำข้อมูลของ คู่แข่งหรือพันธมิตรทาง ธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอ และสร้างคุณค่าที่ส่งมอบ แก่ลูกค้า	1 (.3)	109 (33.5)	178 (54.8)	37 (11.4)	0 (0)	4.37	2.83	ปาน กลาง
	รวม					4.31	1.21	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านสภาพแวดล้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (\bar{X} = 4.37, S.D. = 2.83) รองลงมา คือ มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า (\bar{X} = 4.32, S.D.=0.67) พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้ (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.69) และ ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ใจการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า (\bar{X} = 4.27, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของความมั่นคงของกิจการ

ความมั่นคงของกิจการ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	1. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา	143 (44.0)	139 (42.8)	42 (12.9)	1 (.3)			
2. ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่	145 (44.6)	155 (47.7)	25 (7.7)	0 (0)	0 (0)	4.36	0.62	มาก
3. ธุรกิจมียอดขายหรือการใช้บริการจากลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ	132 (40.6)	158 (48.6)	34 (10.5)	1 (.3)	0 (0)	4.29	0.66	มาก
4. การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้	141 (43.4)	133 (40.9)	49 (15.1)	1 (.3)	1 (.3)	4.26	0.74	มาก
รวม						4.30	0.68	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.36, S.D. = 0.62) รองลงมา คือ ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา (\bar{X} = 4.30, S.D. = 0.70) ธุรกิจมียอดขายหรือการใช้บริการจากลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ (\bar{X} = 4.29, S.D. = 0.66) และการดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ (\bar{X} = 4.26, S.D. = 0.74) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของการยอมรับนับถือ

การยอมรับนับถือ	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	1. ลูกค้ำพึงพอใจในสินค้าและบริการ	136 (41.8)	157 (48.3)	31 (9.5)	1 (.3)			
2. ลูกค้ำให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ	130 (40.0)	172 (52.9)	23 (7.1)	0 (0)	0 (0)	4.32	0.60	มาก
3. ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้ำ และลูกค้ำมีการบอกต่อ	150 (46.2)	152 (46.8)	22 (6.8)	1 (.3)	0 (0)	4.38	0.64	มาก
รวม						4.33	0.63	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของการยอมรับนับถือ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้ำ และลูกค้ำมีการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.38, S.D. = 0.64) รองลงมา คือ ลูกค้ำให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ (\bar{X} = 4.32, S.D.=0.60) และลูกค้ำพึงพอใจในสินค้าและบริการ (\bar{X} = 4.31, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของความมีชื่อเสียง

ความมีชื่อเสียง	ระดับความคิดเห็น					(\bar{x})	S.D	ระดับ ความเห็น
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	1. ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	147 (45.2)	142 (43.7)	35 (10.8)	1 (.3)			
2. ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้ำ	133 (40.9)	158 (48.6)	33 (10.2)	1 (.3)	0 (0)	4.30	0.65	มาก
3. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ำมีการแนะนำบอกต่อ	169 (52.0)	130 (40.0)	26 (8.0)	0 (0)	0 (0)	4.44	0.63	มากที่สุด
รวม						4.35	0.65	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ของความมีชื่อเสียง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกคามีการแนะนำบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{X} = 4.44, S.D. = 0.63) รองลงมา ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป คือ (\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.67) และ ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า (\bar{X} = 4.30, S.D. = 0.67) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

5.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระทั้งหมด

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	HC	SC	RC	IM	PC	TL	EM	VIF
Mean	4.08	4.07	4.12	4.09	4.13	4.13	4.11	3.97
S.D.	0.429	0.434	0.590	0.371	0.447	0.425	0.403	0.362
HC								1.956
SC	0.656**							1.833
RC	0.527**	0.479**						1.448
IM	0.663**	0.693**	0.441**					2.263
PC	0.731**	0.679**	0.521**	0.699**				3.043
TL	0.698**	0.640**	0.523**	0.658**	0.737**			2.686
EM	0.693**	0.707**	0.496**	0.672**	0.747**	0.726**		2.813

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.441 – 0.747 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindle, 2006) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์กันเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาพร้อมกับค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อทดสอบ Multicollinearity พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 1.448 – 3.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน (Lee et al., 2000)

5.2 การทดสอบสมมติฐาน

5.2.1 การทดสอบสมมติฐานที่ 1 H1a – H1c: ทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ทุนทางปัญญา	Unstandardized		Standardized	t	Sig
	Coefficients		Coefficients		
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.177	0.150		7.831	0.000
1. ทุนมนุษย์	0.393	0.046	0.465	8.456	0.000
2. ทุนโครงสร้าง	0.233	0.044	0.280	5.254	0.000
3. ทุนความสัมพันธ์	0.059	0.029	0.096	2.022	0.044

R = 0.740^a R² = 0.548 Adj R² = 0.543 F = 117.865 Sig = 0.000

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 **ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 4.18 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทุนทางปัญญา ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.465, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1a ทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้าง ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.280, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1b ทุนทางปัญญาด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.096, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1c

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทุนทางปัญญาทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 54.8 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.177 + 0.393 X_1 + 0.233 X_2 + 0.059 X_3$$

$$\hat{Z} = 0.465 Z_1 + 0.280 Z_2 + 0.096 Z_3$$

5.2.2 การทดสอบสมมติฐานที่ 2 H2a – H2c: นวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของนวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

นวัตกรรมบริการ	Unstandardized		Standardized		t	Sig
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
Constant	1.053	0.173			6.068	0.000
1. ข้อมูลสารสนเทศ	0.181	0.060	0.186		3.039	0.003
2. กระบวนการ	0.195	0.057	0.240		3.396	0.001
3. เทคโนโลยี	0.244	0.057	0.286		4.303	0.000
4. สภาพแวดล้อม	0.090	0.061	0.100		1.468	0.143
R = 0.721 ^a R ² = 0.520 Adj R ² = 0.514 F = 78.939 Sig = 0.000						

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4.19 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของนวัตกรรมบริการ ด้านประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.186, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2a นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.240, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2b นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.286, p < 0.01$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2c และนวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ($\beta = 0.100, p > 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานที่ H2d

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตามความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 72.1 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.053 + 0.181 X_1 + 0.195 X_2 + 0.244 X_3 + 0.090 X_4$$

$$\hat{Z} = 0.186 Z_1 + 0.240 Z_2 + 0.286 Z_3 + 0.100 Z_4$$

5.2.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางต่อไปนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
H1a	ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H1b	ทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้างส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H1c	ทุนทางปัญญาด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2a	นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2b	นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2c	นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยีส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2d	นวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ปฏิเสธสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

วิทยานิพนธ์ เรื่อง “ทุนทางปัญญาและนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาทุนทางปัญญา นวัตกรรมบริการ และความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร 3) ศึกษา นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ทั้งสิ้นจำนวน 325 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาเป็นแบบสอบถาม จำนวน 4 ตอน โดยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ วิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ผู้วิจัยขอแนะนำ สรุปผลการศึกษา การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะตามลำดับ ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการศึกษา
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.3 ข้อเสนอแนะการศึกษา

5.1 สรุปผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 41 ปี - 50 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ขนาดของธุรกิจส่วนใหญ่ มีลูกจ้าง 16 - 30 คน ประเภทของธุรกิจส่วนใหญ่ เป็นประเภทบริการ มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบันอยู่ที่ 6 - 8 ปี

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรในภาพรวม พบว่า ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ (Human capital) และด้านทุนเชิงความสัมพันธ์ (Relational Capital) มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากัน รองลงมาคือ ด้านทุนโครงสร้าง (Structural capital)

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านทุนมนุษย์ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในองค์กรได้ ประสบการณ์การทำงานของบุคลากรสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นศักยภาพในการทำงานขององค์กรที่นำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน และบุคลากรมีการพัฒนาทักษะเพื่อใช้ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ และความสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านทุนโครงสร้าง พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ

องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพองค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ และองค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหารภายในองค์กรที่ดี ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านทุนเชิงความสัมพันธ์ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือเครือข่ายทางธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายวัตถุดิบ และธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรในภาพรวม พบว่า นวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ด้านกระบวนการ และด้านข้อมูลสารสนเทศน์ ตามลำดับ

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านข้อมูลสารสนเทศ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ พนักงานมีการผลิตภัณ์หรือการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน ธุรกิจมีการให้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า และธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้าและใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า ตามลำดับ

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านเทคโนโลยี พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า และมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ ตามลำดับ

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้ และ ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ในการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมพบว่า ด้านความมีชื่อเสียง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการยอมรับนับถือ และด้านความมั่นคงของกิจการ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านความมั่นคงของกิจการ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา ธุรกิจมียอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ และการดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้ ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้า และลูกค้ามีการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ลูกค้าให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ และลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ด้านความมีชื่อเสียง พบว่า ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป และ ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทุนทางปัญญา ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1a ทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้าง ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1b ทุนทางปัญญาด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H1c ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทุนทางปัญญาทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตามความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 54.8

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ผลการวิเคราะห์ พบว่า นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2a นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2b นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐานที่ H2c และนวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้น

จึงปฏิเสธ สมมติฐานที่ H2d เนื่องจากปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ยังมีจุดยืนสามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง จึงไม่มีผลกระทบต่อวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระ นวัตกรรมบริการทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม มีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรได้ร้อยละ 72.1

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่องทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพรซึ่งผู้วิจัยขอนำอภิปรายผลเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของทุนทางปัญญา ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ทุนทางปัญญาด้านทุนมนุษย์ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร พบว่า ถ้าบุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถ มีประสบการณ์การทำงาน มีความคิดสร้างสรรค์ ที่จะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงานได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalique, Shaari, Ageel, & Isa (2011) เรื่อง บทบาทของทุนทางปัญญาที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศปากีสถาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในพื้นที่ Gujrat และ Gujranwala ผลการวิจัยพบว่า ทั้งทุนมนุษย์ ทุนลูกค้า และทุนโครงสร้าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากธุรกิจ SMEs ในปากีสถานส่วนใหญ่บุคลากรจะได้รับการศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนาทักษะต่างๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนวรรณ เจริญทิพย์ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ทุนทางปัญญาด้าน Human capital efficiency (HCE) ไม่พบความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานใด

ทุนทางปัญญาด้านทุนโครงสร้าง ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนวรรณ เจริญทิพย์ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ทุนทางปัญญา Structural capital efficiency (SCE) ที่ความสัมพันธ์เชิงบวกและลบอย่างมีนัยสำคัญกับผลการดำเนินงานทุกตัวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Khalique, Shaari, Ageel, & Isa (2011) เรื่อง บทบาทของทุนทางปัญญาที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กรของธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในประเทศปากีสถาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามในพื้นที่ Gujrat และ Gujranwala ผลการวิจัยพบว่า ทั้งทุนมนุษย์ ทุนลูกค้า และทุนโครงสร้าง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร เนื่องจากธุรกิจ SMEs ในปากีสถานส่วนใหญ่บุคลากรจะได้รับการศึกษา การฝึกอบรม และการพัฒนาทักษะต่างๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์

ทุนทางปัญญาด้านทุนความสัมพันธ์ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัทธ์ธีรา จิระอุดมสารโรจน์ (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญากับมูลค่ากิจการตามราคาตลาด พบว่า ดัชนีชี้วัดทุนเชิงความสัมพันธ์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญกับมูลค่ากิจการตามราคาตลาด

ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของนวัตกรรมบริการ ประกอบด้วย ข้อมูลสารสนเทศ กระบวนการ เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า นวัตกรรมบริการด้านข้อมูลสารสนเทศ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะเห็นได้ว่าข้อมูลสารสนเทศ เป็นวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของคุณค่า (Value) ที่คาดหวังจากผลงานของนวัตกรรมบริการ รวมทั้งข้อจำกัด หรือ เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการบริการถือเป็นความสำเร็จของธุรกิจ

นวัตกรรมบริการด้านกระบวนการ ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ กระบวนการ เป็นขั้นตอนการให้บริการของผู้ให้บริการ และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารับบริการ ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญของนวัตกรรมบริการ โดยเฉพาะในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมาก นวัตกรรมบริการมักจะต้องสร้างขึ้นบนพื้นฐานของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะ อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพา ซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิสา ชูศรี (2559) ที่ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการตลาดแบบปากต่อปาก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการหอผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมบริการ ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการหอผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับ ชยนันท์ จงเจริญชัยสกุล และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางนวัตกรรมบริการ : ข้อพิสูจน์เชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมบูติคในประเทศไทย พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมบริการด้านแนวคิดนวัตกรรมบริการ มีผลกระทบเชิงบวกต่อ ประสิทธิภาพการแข่งขันและโอกาสทางการตลาด

นวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือ เทคโนโลยี เป็นส่วนสนับสนุนกระบวนการให้บริการและการสร้างคุณค่าให้กับบริการ รวมทั้งการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า ที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยนันท์ จงเจริญชัยสกุล และคณะ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง ความสามารถทางนวัตกรรมบริการ : ข้อพิสูจน์เชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมบูติคในประเทศไทย พบว่า นวัตกรรมบริการด้านความสามารถการบูรณาการทางเทคโนโลยีมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการแข่งขันและโอกาสทางการตลาด

นวัตกรรมบริการด้านสภาพแวดล้อม ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิสา ชูศรี (2559) ที่ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมบริการ การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม และการตลาดแบบปากต่อปาก ที่ส่งผลต่อการ

ตัดสินใจเข้ารับบริการหออผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า นวัตกรรมบริการ ด้านสิ่งแวดล้อม ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้ารับบริการหออผู้ป่วย โรงพยาบาลเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

5.3 ข้อเสนอแนะของการศึกษา

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการศึกษาครั้งนี้

5.3.1.1 ควรมีการส่งเสริมด้านทุนมนุษย์ในการพัฒนาบุคลากรในองค์กร ให้มีทักษะความรู้ความสามารถ สร้างความยั่งยืน มั่นคง ในการพัฒนาในองค์กรให้ดียิ่งขึ้นไป

5.3.1.2 มีการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย นำมาใช้ในองค์กร ลูกค้า และการประมวลผลของข้อมูล เพื่อร่วมกันสร้างคุณค่าให้กับองค์กร

5.3.1.3 ความมั่นคงของกิจการ เป็นพื้นฐานที่ดีในการประกอบกิจการ ที่จะให้กิจการประสบความสำเร็จ มีการใช้บริการจากลูกค้าเก่าและการเพิ่มยอดขายจากลูกค้ารายใหม่ต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

5.3.2.1 ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดตัวแปรเป็นสาเหตุของปัญหาและแนวทางแก้ไขแต่ยังไม่ได้ศึกษาเชิงลึกถึงนวัตกรรมบริการด้านเทคโนโลยี ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นควรมีการศึกษาเชิงลึกเฉพาะสาเหตุและแนวทางการแก้ไขเชิงนโยบาย

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมต่อยอดในงานวิจัยครั้งนี้ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชุมพรในด้านอื่นๆ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- ชุติมา หวังเบญจหมัดและธนัชชา บินดุเหล็ม. (2560). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- พัทธ์ธีรา จิรอุดมสารจน์, พัทธนันท์ เพชรเชิดชูและศิริเดช คำสุพรหม. (2562). ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญา กับ มูลค่ากิจการตามราคาตลาด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชีมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- วีร์ พวงเพิกศีกและปรีดา ศรีนฤวรรณ. (2560). การพัฒนาเครื่องมือการวัดทุนทางปัญญาขององค์กรในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มผลิตอาหารของประเทศไทย (รายงานผลการวิจัย). คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- อัจฉรา เมฆสุวรรณ, บุญชววรรณ วิงวอนและจตุพร สังขวรรณ. (2559). อิทธิพลของทุนทางปัญญาความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรม กลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- บุญชววรรณ วิงวอนและชุติมันต์ สะสอง. (2559). อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ทุนทางปัญญาและความร่วมมือของสมาชิกที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือตอนบน 1 ของประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ชาญชัย บัญชาพัฒนศักดิ์, วิไลพร เกาท์โกศลและอุษณีย์ เสาวกวีศรี. (2560). แบบจำลองของลักษณะองค์การที่เป็นเลิศที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ, มหาวิทยาลัยชินวัตร.
- สวลี วงศ์ไชยาและพีชญาดา พันเภา. (2561). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ. (2559). นวัตกรรมบริการ : กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์การธุรกิจบริการ. นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาการจัดการ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรินดา สันหลวี. (2560). แนวทางการสร้างผลประกอบการที่ดีด้วยนวัตกรรมบริการของธุรกิจรีสอร์ทในประเทศไทย. หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจและรัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- สุภัทรศักดิ์ คาสามารถ, กุลจิรา รักษานคร และมังกร หริรักษ์. (2562). ศักยภาพทางนวัตกรรมที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (ประเภทบริการ). ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษาร้อยเอ็ด. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. มหาวิทยาลัยธนบุรี.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- โสธยา สุภาพล, ธนภัทร ขาววิเศษ, ลัดดาวัลย์ สำราญ, ชุตติมา กลั่นไพฑูรย์และวัลลวี ด้วงทรัพย์. (2563). ปัจจัยนวัตกรรมบริการและปัจจัยคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าใช้บริการโรงแรมแห่งหนึ่งในจังหวัดชัยนาท. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- ดร.ณภัทร ทิพย์ศรี, ภัทรพร สมเสมอและกนกอร จิตจำนงค์. (2560). ความสามารถการเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในจังหวัดเชียงราย. วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- ณชพัฒน์ ศรีศิริและบุญฤทธิ ผ่องเมฆินทร์. (2560). ปัจจัยการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดชุมพร. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา (JBAL). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น (TNI).
- ยงยุทธ ศรีสวัสดิ์, ราวดี สุริสระพันธ์, จุฬาลักษณ์ พูโรนะ, วิทย์ เมฆะวรากุล, สากล ศรีวันทา และนภัทรจันทราภรณ์. (2563). ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดระยอง. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- อรดี บุญบุตรและอำภาศรี พ่อคำ. (2563). นวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด.
- ชลนันทน์ พันธุ์พานิช, ประยงค์ มีใจซื่อ, วิรัช สงวนวงศ์วาน และนรพล จินันท์เดช. (2562). ผลกระทบของทุนทางปัญญาต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เทคโนโลยีทางการเงินในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วลัยลักษณ์ รัตนวงศ์, ณัฐธิดา สุวรรณโณ และธีรศักดิ์ จินดาบล. (2559). การวัดนวัตกรรมบริการของธุรกิจท่องเที่ยวไทย: วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. ภาควิชาบริหารธุรกิจ. คณะวิทยาการจัดการและสถานวิจัยการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศพื้นที่ภาคใต้แบบบูรณาการ. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บุปผา ภิภัพ และ เชษฐธิดา กุศลลาไสยานนท์. (2564). แนวทางความสำเร็จในการพัฒนาธุรกิจเพื่อรองรับไทยแลนด์ 4.0 ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
- ผกามาศ บุตรสาลี และ ฐิตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์. (2563). ทุนทางปัญญาเครื่องมือวัดมูลค่ากิจการ. Academic Journal of Buriram Rajabhat University
- ชยนันท์ จงเจริญชัยกุล และคณะ. 2561. ความสามารถทางนวัตกรรมบริการ : ข้อพิสูจน์เชิงประจักษ์ของธุรกิจโรงแรมบูติค ในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุติธานี ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - เมษายน 2561
- ธนวรรณ เจริญทิพย์. 2561. ความสัมพันธ์ระหว่างระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการเงิน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม (ต่อ)

- พัทธ์ธีรา จิรอุตมสาโรจน์. 2561. ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญากับมูลค่ากิจการตามราคาตลาด. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- อัญชิสา ชูศรี. 2557. การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต .มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Khalique, M., Shaari, J. A. N., Ageel, A., & Isa, A. H. B. M. (2011). Role of Intellectual Capital on the Organizational Performance of Electrical and Electronic SMEs in Pakistan. *International Journal of Business and Management*, 6(9), 253-257
- Nyandoro, Cephus K. (2016). Factors influencing information communication technology (ICT) acceptance and use in small and medium enterprises (SMEs) in Kenya. Capella University. ProQuest Dissertations Publishing.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดชุมพร. (2563). ข้อมูลการคงอยู่ของนิติบุคคล, สถิติการจดทะเบียนนิติบุคคลรายจังหวัด ประจำปีเดือนธันวาคม 2563. สืบค้นเมื่อ 3 มกราคม 2564
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2563). เกี่ยวกับ สสว. Prospectus 12 พฤศจิกายน 2563. [Online].Available : <https://www.sme.go.th/th/>
- กรมสรรพากร. (2563). *ลักษณะของ SMEs*. Prospectus 12 พฤศจิกายน 2563. [Online].Available : <https://www.rd.go.th/publish/38056.0.html>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ก.

1.รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ

2.จดหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. พ.ต.ท.ดร.พนิต เพ็งบุญ

ตำแหน่ง ข้าราชการด้านการจัดการภาครัฐเอกชน สว.งานสายตรวจ 5 กก.1 บก.จร.

2. ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

3. ดร.ชรินทร์ ศรีวิฑูรย์

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาวิชาการจัดการสำหรับผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ - ชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. หนังสือที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวชลิตา แดงสกล นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 62551902 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับ

สอบถามผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(.....
ชัชวาลย์ แดงอภิลักขณ์.....)

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นต์
ผู้ทรงคุณวุฒิ
หน่วยงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวชลิตา แต่งสกุล รหัสนักศึกษา 62551906
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

- ตรงตามในเรื่องของบทประเมินข้อควรระวัง ก่อให้เกิด Questionnaire

ลงชื่อ.....

(.....)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวชลิตา แดงสกล นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 62551902 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยภูมิกัด หล้าแหล่ง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับ

สอบถามผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
 - 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน
- | | | |
|-------------------------|----------|----|
| ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง | ให้คะแนน | 1 |
| ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง | ให้คะแนน | 0 |
| ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง | ให้คะแนน | -1 |

โดยใส่เครื่องหมาย ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(.....ชื่อ.....)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็นดี
ผู้ทรงคุณวุฒิ
หน่วยงาน
ชรินทร์ ศรีวิฑูรย์
ดร.ชรินทร์ ศรีวิฑูรย์
มหาวิทยาลัยแม่โจ้-ชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวชลิตา แดงสกล รหัสนักศึกษา 62551906
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

...จากรายละเอียดของเครื่องมือ ได้พิจารณาแล้วมีส่วนที่ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรวัดและสถิติที่ใช้ในบางตัวแปรใหม่ เนื่องจากบางตัวแปรจัดระดับของข้อมูลไม่ถูกต้อง อาจส่งผลให้การเลือกใช้สถิติไม่ถูกต้องตามไปด้วย และบางตัวแปร เช่น ขนาดของธุรกิจ ไม่แน่ใจว่าลักษณะของคำตอบที่ผู้วิจัยออกแบบให้กลุ่มตัวอย่างตอบเป็นลักษณะใด แต่ทั้งนี้ให้ผู้วิจัยพิจารณาตามหลักระดับการวัดตัวแปร.....

ส่งชื่อ..... **ชรินทร์ ศรีวิฑูรย์**
(ดร. ชรินทร์ ศรีวิฑูรย์)
วันที่..... 13 สิงหาคม 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวชลิตา แดงสกล นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 62551902 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยญญาภัค หล้าแหล่ง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับ

สอบถามผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(ชลิตา แดงสกล)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ดร. จันจิราภรณ์ ปานยินดี

ผู้ทรงคุณวุฒิ

ดร. จันจิราภรณ์ ปานยินดี

หน่วยงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวชลิตา แดงสกล รหัสนักศึกษา 62551906
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการ

ด้านข้อมูลสารสนเทศ ข้อ 2 ไม่เกี่ยวข้อง

ด้านกระบวนการ ข้อ 7 มีความซ้ำกับด้านเทคโนโลยี

ด้านเทคโนโลยี ข้อ 8 และ ข้อ 10 มีความคล้ายคลึงกัน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของการประกอบวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ด้านชื่อเสียง ข้อ 9 ควรแก้เป็น สินค้าและการให้บริการมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

หมายเหตุ: ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ไม่ควรใส่คอลัมน์ระดับความคิดเห็น

ลงชื่อ

พระภิกษุ ปานอินดี

(ดร.จันจิราภรณ์ ปานอินดี)

วันที่ 20 กรกฎาคม 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง

แบบสอบถามเรื่อง “ทุนทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร” นี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ของหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร ซึ่งผู้ศึกษาจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการประกอบการสำเร็จการศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา โดยแบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

ขอขอบคุณทุกท่าน

นางสาวชลิตา แดงสกล โทร 064-026-9449

นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังวิทยาเขตชุมพร

เขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () ของท่านที่ตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

() ชาย

() หญิง

2. อายุ

() ต่ำกว่า 30 ปี

() 31 - 40 ปี

() 41 - 50 ปี

() 51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

() ต่ำกว่าปริญญาตรี

() ปริญญาตรี

() ปริญญาโท หรือสูงกว่า

4. ขนาดของธุรกิจ

() มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน

() มีลูกจ้าง 16 - 30

() มีลูกจ้าง 31 - 50

() มีลูกจ้าง 51 - 200

5. ประเภทของธุรกิจ

() กิจกรรมผลิตสินค้า

() กิจกรรมค้าส่ง

() กิจกรรมค้าปลีก

() กิจกรรมให้บริการ

6. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน

() น้อยกว่า 3 ปี

() 3 - 5 ปี

() 6 - 8 ปี

() 9 - 11 ปี

() มากกว่า 11 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ทุนทางปัญญา	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านทุนมนุษย์ (Human capital)					
1. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น					
2. บุคลากรมีการพัฒนาทักษะเพื่อใช้ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร					
3. ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นศักยภาพในการทำงานขององค์กรที่นำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน					
4. บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในองค์กรได้					
2. ด้านทุนโครงสร้าง (Structural capital)					
5. องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหารภายในองค์กรที่ดี					
6. องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ					
7. องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ					
3. ทุนเชิงความสัมพันธ์ (Relational Capital)					
8. มีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธศาสตร์ขององค์กร					
9. ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง					
10. ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ขายวัตถุดิบ					
11. ธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือเครือข่ายทางธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

นวัตกรรมบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ด้านข้อมูลสารสนเทศ					
1. ธุรกิจมีการให้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า					
2. พนักงานมีการผลิตภัณฑหรือการบริการอย่างถูกต้องชัดเจน					
3. ธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้า และใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า					
4. มีการให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์					
2. ด้านกระบวนการ					
5. ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ					
6. มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค					
7. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพาไร้สายในกระบวนการดำเนินงาน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นวัตกรรมบริการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
3. ด้านเทคโนโลยี					
8. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้าและการส่งมอบ					
9. มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า					
10. ท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ					
11. มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า					
4. ด้านสภาพแวดล้อม					
12. ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ในการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า					
13. พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้					
14. มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า					
15. มีการนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ความมั่นคงของกิจการ					
1. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา					
2. ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่					
3. ธุรกิจมียอดขายหรือการใช้บริการจากลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ					
4. การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้					
2. การยอมรับนับถือ					
5. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ					
6. ลูกค้าให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ					
7. ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้า และลูกค้ามีการบอกต่อ					
3. ความมีชื่อเสียง					
8. ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป					
9. ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า					
10. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity : IOC)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง ทูทางปัญญา และนวัตกรรมบริการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
เพื่อศึกษา ลักษณะข้อมูล ทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	1. เพศ <input type="checkbox"/> 1. ชาย <input type="checkbox"/> 2. หญิง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	2. อายุ <input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 30 ปี <input type="checkbox"/> 2. 31-40 ปี <input type="checkbox"/> 3. 41-50 ปี <input type="checkbox"/> 4. 51 ปีขึ้นไป	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	3. ระดับการศึกษา <input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญาตรี <input type="checkbox"/> ปริญญาตรี <input type="checkbox"/> ปริญญาโท หรือสูงกว่า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	4. ขนาดของธุรกิจ <input type="checkbox"/> 1. มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน <input type="checkbox"/> 2. มีลูกจ้าง 16 - 30 <input type="checkbox"/> 3. มีลูกจ้าง 31 - 50 <input type="checkbox"/> 4. มีลูกจ้าง 51 - 200	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	5. ประเภทของธุรกิจ <input type="checkbox"/> กิจการผลิตสินค้า <input type="checkbox"/> กิจการค้าส่ง <input type="checkbox"/> กิจการค้าปลีก <input type="checkbox"/> กิจการให้บริการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
เพื่อศึกษา ลักษณะข้อมูล ทั่วไปของผู้ตอบ แบบสอบถาม	6. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน <input type="checkbox"/> น้อยกว่า 3 ปี <input type="checkbox"/> 3 – 5 ปี <input type="checkbox"/> 6 – 8 ปี <input type="checkbox"/> 9 – 11 ปี <input type="checkbox"/> มากกว่า 11 ปีขึ้นไป	1	1	1	1.00	ใช้ได้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
ทุนทางปัญญา ของวิสาหกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัด ชุมพร	ด้านทุนมนุษย์ (Human capital) 1. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถ ในการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น	0	0	1	0.33	แก้ไข
	2. บุคลากรมีการพัฒนาทักษะเพื่อใช้ในการ ทำงานอย่างสม่ำเสมอ และความสามารถ นำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	3. ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร สามารถพัฒนาให้เกิดเป็นศักยภาพในการ ทำงานขององค์กรที่นำไปสู่การได้เปรียบ ทางการแข่งขัน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	4. บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในองค์กรได้	1	0	1	0.66	ใช้ได้
	ด้านทุนโครงสร้าง (Structural capital) 5. องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหาร ภายในองค์กรที่ดี	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	6. องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	1	1	0	0.66	ใช้ได้
	7. องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ ความสำเร็จของธุรกิจ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	ทุนเชิงความสัมพันธ์ (Relational Capital) 8. มีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่มี ประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธ ศาสตร์ขององค์กร	1	1	1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
ทุนทางปัญญา ของวิสาหกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัด ชุมพร	9. ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	10. ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ชายวัตถุประสงค์	0	1	1	0.66	ใช้ได้
	11. ธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือเครือข่ายทางธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน	1	1	1	1.00	ใช้ได้
นวัตกรรมบริการ ของวิสาหกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัด ชุมพร	ด้านข้อมูลสารสนเทศ					
	1. ธุรกิจมีการให้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	2. พนักงานมีการผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน	0	1	1	0.66	ใช้ได้
	3. ธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้า และใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	4. มีการให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์	0	1	1	0.66	ใช้ได้
ด้านกระบวนการ						
5. ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ	1	1	1	1.00	ใช้ได้	
	6. มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค	1	1	1	1.00	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
นวัตกรรมการบริการ ของวิสาหกิจ ขนาดกลางและ ขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัด ชุมพร	7. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรรดแบนด์อินเทอร์เน็ทและอุปกรณ์พกพาไร้สายในกระบวนการดำเนินงาน	0	0	1	0.33	แก้ไข
	ด้านเทคโนโลยี					
	8. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	9. มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	10. ท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ	1	0	1	0.66	ใช้ได้
	11. มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	ด้านสภาพแวดล้อม					
	12. ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ใจการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	0	0.66	ใช้ได้
13. พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้	1	1	1	1.00	ใช้ได้	
14. มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
นวัตกรรมบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	15. มีการนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในจังหวัดชุมพร	ความมั่นคงของกิจการ					
	1. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	2. ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่	0	1	1	0.66	ใช้ได้
	3. ธุรกิจมียอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้าเก่าอย่างสม่ำเสมอ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	4. การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้	0	1	1	0.66	ใช้ได้
	การยอมรับนับถือ					
	5. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้
6. ลูกค้าให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ	1	1	1	1.00	ใช้ได้	
7. ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้า และลูกค้ามีการบอกต่อ	1	1	1	1.00	ใช้ได้	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญที่			ค่า IOC	ค่าที่ใช้ได้
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3		
ความสำเร็จของ วิสาหกิจขนาด กลางและขนาด ย่อม (SMEs) ใน จังหวัดชุมพร	ความมีชื่อเสียง 8. ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	0	0	1	0.33	แก้ไข
	9. ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและ การให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า	1	1	1	1.00	ใช้ได้
	10. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ามีการแนะนำ บอกต่อ	1	1	1	1.00	ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66 – 1.00 คัดเลือกไว้ใช้ได้

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.00 – 0.60 พิจารณาปรับปรุง หรือตัดออก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ค่าความเที่ยงตรง (Reliability)

2.1 ค่าความเที่ยงตรงฉบับ

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R)

		N	%
cases	Valid	325	100.0
	Excluded	0	.0
	รวม	325	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.962	43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติโปรแกรม spss

1. เพศ

เพศ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ชาย	172	52.9	52.9	52.9
หญิง	153	47.1	47.1	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

2. อายุ

อายุ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ต่ำกว่า 30 ปี	15	4.6	4.6	4.6
30 - 40 ปี	104	32.0	32.0	36.6
41 - 50 ปี	147	45.2	45.2	45.2
51 ปีขึ้นไป	18.2	18.2	18.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

3. ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ต่ำกว่าปริญญาตรี	66	20.3	20.3	20.3
ปริญญาตรี	242	74.5	74.5	94.8
ปริญญาโท หรือสูงกว่า	17	5.2	5.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. ขนาดของธุรกิจ

ขนาดของธุรกิจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
มีลูกจ้างไม่เกิน 15 คน	61	18.8	18.8	18.8
มีลูกจ้าง 16 – 30 คน	148	45.5	45.5	64.3
มีลูกจ้าง 31 – 50 คน	104	32.0	32.0	96.3
มีลูกจ้าง 51 – 200 คน	12	3.7	3.7	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

5. ประเภทของธุรกิจ

ประเภทของธุรกิจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
กิจการผลิตสินค้า	41	12.6	12.7	12.7
กิจการค้าส่ง	70	21.5	21.5	34.2
กิจการค้าปลีก	91	28.0	28.0	62.2
กิจการบริการ	123	37.8	37.8	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

6. ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน

ระยะเวลาในการ ประกอบธุรกิจถึงปัจจุบัน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยกว่า 3 ปี	14	4.3	4.3	4.3
3 – 5 ปี	58	17.8	17.8	22.2
6 – 8 ปี	143	44.0	44.0	66.2
9 – 11 ปี	82	25.2	25.2	91.4
มากกว่า 11 ปีขึ้นไป	28	8.6	8.7	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนาองค์กรให้ดียิ่งขึ้น

บุคลากรในองค์กรมีความรู้ ความสามารถในการพัฒนา องค์กรให้ดียิ่งขึ้น	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	3	3	3
น้อย	9	2.8	2.8	3.1
ปานกลาง	54	16.6	16.6	19.7
มาก	154	47.4	47.4	67.1
มากที่สุด	107	32.9	32.9	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

8. บุคลากรมีการพัฒนาทักษะเพื่อใช้ในการทำงานอย่างสม่ำเสมอ และความสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร

บุคลากรมีการพัฒนาทักษะ เพื่อใช้ในการทำงานอย่าง สม่ำเสมอ และความสามารถ นำมาประยุกต์ใช้ในองค์กร	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	3	3	3
น้อย	12	3.7	3.7	4.0
ปานกลาง	75	23.1	23.1	27.1
มาก	143	44.0	44.0	71.1
มากที่สุด	94	28.9	28.9	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

9. ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นศักยภาพในการทำงานขององค์กรที่นำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน

ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรสามารถพัฒนาให้เกิดเป็นศักยภาพในการทำงานขององค์กรที่นำไปสู่การได้เปรียบทางการแข่งขัน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	3	.9	.9	.9
น้อย	4	1.2	1.2	2.2
ปานกลาง	68	20.3	20.9	23.1
มาก	147	45.2	45.2	68.3
มากที่สุด	3	.9	.9	.9
รวม	325	100.0	100.0	

10. บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในองค์กรได้

บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในองค์กรได้	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	7	2.2	2.2	2.2
ปานกลาง	57	17.5	17.5	19.7
มาก	170	52.3	52.3	72.0
มากที่สุด	91	28.0	28.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

11. องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหารภายในองค์กรที่ดี

องค์กรมีนโยบาย และระบบการบริหารภายในองค์กรที่ดี	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.6
ปานกลาง	84	25.8	25.8	26.5
มาก	152	46.8	46.8	73.2
มากที่สุด	87	26.8	26.8	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

12. องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

องค์กรมีฐานข้อมูล แผนผังการทำงาน หรือคู่มือการทำงานที่มีประสิทธิภาพ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	3	.9	.9	1.2
ปานกลาง	67	20.6	20.6	21.8
มาก	169	52.0	52.0	73.8
มากที่สุด	85	26.2	26.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

13. องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

องค์กรมีวัฒนธรรมองค์กรที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	6	1.8	1.8	1.8
ปานกลาง	77	23.7	23.7	25.5
มาก	138	42.5	42.5	68.0
มากที่สุด	104	32.0	32.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

14. มีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธศาสตร์ขององค์กร

มีกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ เช่น กระบวนการทำงาน ขั้นตอนการทำงาน ขั้นตอนการผลิต ยุทธศาสตร์ขององค์กร	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	3	.9	.9	.9
ปานกลาง	87	26.8	26.8	27.7
มาก	128	39.4	39.4	67.1
มากที่สุด	107	32.9	32.9	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

15. ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจมีฐานข้อมูลลูกค้า และมีการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	4	1.2	1.2	1.2
ปานกลาง	77	23.7	23.7	24.9
มาก	185	56.9	56.9	81.8
มากที่สุด	59	18.2	18.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

16. ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้ชายวัดฤดีบ

ธุรกิจมีความสัมพันธ์อันดีกับ ผู้ชายวัดฤดีบ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	4	1.2	1.2	1.2
ปานกลาง	68	20.9	20.9	22.2
มาก	178	54.8	54.8	76.9
มากที่สุด	75	23.1	23.1	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

17. ธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือเครือข่ายทางธุรกิจที่จะนำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน

ธุรกิจมีพันธมิตรทางหรือ เครือข่ายทางธุรกิจที่จะ นำไปสู่ความสำเร็จในการ ดำเนินงาน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.6
ปานกลาง	71	21.8	21.8	22.5
มาก	164	50.5	50.5	72.9
มากที่สุด	88	27.1	27.1	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

18. ธุรกิจมีการให้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า

ธุรกิจมีการให้ข้อมูล สารสนเทศเพื่อปรับปรุง ข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่ง มอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	2	.6	.6	.9
ปานกลาง	78	24.0	24.0	24.9
มาก	153	47.1	47.1	72.0
มากที่สุด	91	28.0	28.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

19. พนักงานมีการผลิตภัณฑหรือการบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน

พนักงานมีการผลิตภัณฑหรือ การบริการอย่างถูกต้อง ชัดเจน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.6
ปานกลาง	84	25.8	25.8	26.5
มาก	147	45.2	45.2	71.7
มากที่สุด	92	28.3	28.3	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

20. ธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้า และใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า

ธุรกิจมีการเก็บข้อมูลลูกค้า และใช้ประโยชน์จากข้อมูลลูกค้ามาสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	4	1.2	1.2	1.2
ปานกลาง	78	24.0	24.0	25.2
มาก	164	50.5	50.5	75.7
มากที่สุด	79	24.3	24.3	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

21. มีการให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์

มีการให้ข้อมูลของธุรกิจและรายละเอียดสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ และออฟไลน์	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	4	1.2	1.2	1.2
น้อย	9	2.8	2.8	4.0
ปานกลาง	55	16.9	16.9	20.9
มาก	158	48.6	48.6	69.5
มากที่สุด	99	30.5	30.5	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

22. ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ

ธุรกิจมีกระบวนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	4	1.2	1.2	1.5
ปานกลาง	68	20.9	20.9	22.5
มาก	144	44.3	44.3	66.8
มากที่สุด	108	33.2	33.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

23. มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค

มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	3	.9	.9	1.2
ปานกลาง	57	17.5	17.5	18.8
มาก	141	43.4	43.4	62.2
มากที่สุด	123	37.8	37.8	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

24. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร โดยเฉพาะบรรดแบนด์อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์พกพา ไร้สายในกระบวนการดำเนินงาน

มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร โดยเฉพาะ บรรดแบนด์อินเทอร์เน็ตและ อุปกรณ์พกพาไร้สายใน กระบวนการดำเนินงาน	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	2	.6	.6	.9
ปานกลาง	45	13.8	13.8	14.8
มาก	166	51.1	51.1	65.8
มากที่สุด	111	34.2	34.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

25. มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ

มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัย มาใช้ในการบริการลูกค้า และการส่งมอบ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	2	.6	.6	.6
ปานกลาง	51	15.7	15.7	16.3
มาก	141	43.4	43.4	59.7
มากที่สุด	131	40.3	40.3	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

26. มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า

มีการใช้เทคโนโลยีมาเป็นส่วนหนึ่งของข้อเสนอและสร้างคุณค่าเพื่อส่งมอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	32	9.8	9.8	10.2
มาก	165	50.8	50.8	60.9
มากที่สุด	127	39.1	39.1	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

27. ท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ

ท่านนำข้อมูลด้านเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการให้บริการ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ปานกลาง	38	11.7	11.7	11.7
มาก	157	48.3	48.3	60.0
มากที่สุด	130	40.0	40.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

28. มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า

มีการใช้เทคโนโลยีในการเชื่อมโยงทรัพยากรทั้งจากแหล่งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อร่วมกันสร้างข้อเสนอและสร้างคุณค่า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	28	8.6	8.6	8.9
มาก	186	57.2	57.2	66.2
มากที่สุด	110	33.8	33.8	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

29. ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ใจการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า

ธุรกิจมีข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค และนำข้อมูลมาใช้ใจการสร้างคุณค่าที่จะส่งมอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.6
ปานกลาง	33	10.2	10.2	10.8
มาก	162	49.8	49.8	60.6
มากที่สุด	128	39.4	39.4	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

30. พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้

พนักงานมีความเข้าใจบริบทต่าง ๆ ของผู้บริโภค และสามารถตอบคำถามลูกค้าในบริบทต่าง ๆ ได้	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	3	.9	.9	1.2
ปานกลาง	31	9.5	9.5	10.8
มาก	158	48.6	48.6	59.4
มากที่สุด	132	40.6	40.6	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

31. มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า

มีการนำความคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	3	.9	.9	.9
ปานกลาง	30	9.2	9.2	10.2
มาก	151	46.5	46.5	56.6
มากที่สุด	141	43.4	43.4	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

32. มีการนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า

มีการนำข้อมูลของคู่แข่งหรือพันธมิตรทางธุรกิจมาปรับปรุงข้อเสนอและสร้างคุณค่าที่ส่งมอบแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ปานกลาง	37	11.4	11.4	11.4
มาก	178	54.8	54.8	66.2
มากที่สุด	109	33.5	33.5	99.7
รวม	325	100.0	100.0	

33. ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา

ธุรกิจมีผลตอบแทนจากการดำเนินงานที่ดีในช่วงที่ผ่านมา	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	42	12.9	12.9	13.2
มาก	139	42.8	42.8	56.0
มากที่สุด	143	44.0	44.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

34. ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่

ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ปานกลาง	25	7.7	7.7	7.7
มาก	155	47.7	47.7	55.4
มากที่สุด	145	44.6	44.6	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

35. ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่

ธุรกิจมีการเพิ่มยอดขายหรือการให้บริการจากลูกค้ารายใหม่	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	34	10.5	10.5	10.8
มาก	158	48.6	48.6	59.4
มากที่สุด	132	40.6	40.6	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

36. การดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุมได้

มีการดำเนินงานของธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่ในระดับที่ควบคุม	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
น้อย	1	.3	.3	.6
ปานกลาง	49	15.1	15.1	15.7
มาก	133	40.9	40.9	56.6
มากที่สุด	141	43.4	43.4	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

37. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ

ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าและบริการ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	31	9.5	9.5	9.8
มาก	157	48.3	48.3	58.2
มากที่สุด	136	41.8	41.8	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

38. ลูกค้าให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ

ลูกค้าให้การยอมรับต่อสินค้าและการให้บริการของกิจการ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ปานกลาง	23	7.1	7.1	7.1
มาก	172	52.9	52.9	60.0
มากที่สุด	130	40.0	40.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

39. ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้า และลูกค้ามีการบอกต่อ

ธุรกิจมักได้รับคำติชมจากลูกค้า และลูกค้ามีการบอกต่อ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อยที่สุด	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	22	6.8	6.8	7.1
มาก	152	46.8	46.8	53.8
มากที่สุด	150	46.2	46.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

40. ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป

ธุรกิจมีชื่อเสียง เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	35	10.8	10.8	11.1
มาก	142	43.7	43.7	54.8
มากที่สุด	147	45.2	45.2	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

41. ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า

ธุรกิจสามารถควบคุมมาตรฐานสินค้าและการให้บริการที่เป็นที่พึงพอใจแก่ลูกค้า	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
น้อย	1	.3	.3	.3
ปานกลาง	33	10.2	10.2	10.5
มาก	158	48.6	48.6	59.1
มากที่สุด	133	40.9	40.9	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

42. ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ

ธุรกิจมีภาพลักษณ์ที่ดี ลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ	ความถี่	เปอร์เซ็นต์	เปอร์เซ็นต์ที่ถูกต้อง	เปอร์เซ็นต์สะสม
ปานกลาง	26	8.0	8.0	8.0
มาก	130	40.0	40.0	48.0
มากที่สุด	169	52.0	52.0	100.0
รวม	325	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ทุนทางปัญญาด้านมนุษย์	Between Groups	36.774	66	.557	1.724	.001
	Within Groups	83.362	258	.323		
	Total	120.136	324			
ทุนทางปัญญาโครงสร้าง	Between Groups	39.527	66	.599	1.823	.001
	Within Groups	84.752	258	.328		
	Total	124.279	324			
ทุนปัญญาเชิงสัมพันธ์	Between Groups	40.024	66	.606	2.360	.000
	Within Groups	66.289	258	.257		
	Total	106.312	324			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ข้อมูลสารสนเทศ	Between Groups	47.128	66	.714	2.526	.000
	Within Groups	72.947	258	.283		
	Total	120.076	324			
กระบวนการ	Between Groups	58.312	66	.884	3.577	.000
	Within Groups	63.722	258	.247		
	Total	122.034	324			
เทคโนโลยี	Between Groups	44.472	66	.674	6.298	.000
	Within Groups	27.604	258	.107		
	Total	72.076	324			
สภาพแวดล้อม	Between Groups	86.020	66	1.303	2.123	.000
	Within Groups	158.373	258	.614		
	Total	244.393	324			
ความมั่นคง	Between Groups	72.674	66	1.101	22.959	.000
	Within Groups	12.373	258	.048		
	Total	85.047	324			
การนับถือ	Between Groups	60.024	66	.909	23.324	.000
	Within Groups	10.060	258	.039		
	Total	70.083	324			
ชื่อเสียง	Between Groups	72.484	66	1.098	19.093	.000
	Within Groups	14.840	258	.058		
	Total	87.324	324			

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-ชื่อสกุล	นางสาวชลิตา แดงสกล
วัน เดือน ปีเกิด	31 พฤษภาคม 2536
สถานที่เกิด	ชุมพร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	58/7 หมู่ที่ 6 ตำบลวังใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร
สถานที่ศึกษาปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร
ประวัติการศึกษา	<p>พ.ศ. 2551 จบการศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ จากวิทยาลัยเทคนิคชุมพร</p> <p>พ.ศ. 2556 จบการศึกษาระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จากวิทยาลัยเทคนิคชุมพร</p> <p>พ.ศ. 2559 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล</p>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้