

นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส

Innovations that influence the success of small and medium-sized enterprises in Narathiwat Province

Received: November 10, 2025

Revised: February 26, 2026

Accepted: February 27, 2026

มูรณี มะเซ็ง*

Murnee Maseng*

ธีรวัฒน์ หังสพฤกษ์**

Teerawat Hangsapurek**

*, **คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

*, **Faculty of Management Science, Prince of Songkla University

*Email: 6610521040@email.psu.ac.th

**Email: theerawat.h@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส (2) เพื่อศึกษานวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 355 ราย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ (1) สถิติเชิงพรรณนา คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) สถิติเชิงอนุมาน คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (2) นวัตกรรมการจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ดังนั้น ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสจึงสามารถนำนวัตกรรม การจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไปใช้สร้างความสำเร็จของธุรกิจได้

คำสำคัญ: ความสำเร็จ นวัตกรรม ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดนราธิวาส

Abstract

This research aimed to (1) study the success of SMEs in Narathiwat Province and (2) study the innovations that influence the success of SMEs in Narathiwat Province. This is quantitative research using a survey research method. A questionnaire was used as a tool to collect data from a sample size of 355 small and medium-sized business operators in Narathiwat Province. The statistics used in this research were (1) descriptive statistics, namely, numbers, percentages, means, and standard deviations, and (2) inferential statistics, namely, multiple regression at a statistical significance level of 0.05.

The research results found that (1) the overall success of small and medium-sized entrepreneurs in Narathiwat Province is at a high level. (2) Management innovation, process innovation, and product innovation influence the success of small and medium-sized entrepreneurs in Narathiwat Province with statistical significance at the 0.01 level, respectively. Therefore, small and medium-sized entrepreneurs in Narathiwat Province can use management innovation, process innovation, and product innovation to create business success.

Keywords: Success, Innovation, SMEs, Narathiwat Province

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและธุรกิจขนาดย่อม (Medium and Small Enterprises) มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างยิ่ง จากการขับเคลื่อนด้านการผลิต การลงทุน การจ้างงาน และอื่น ๆ เช่น การเป็นหน่วยผลิตสินค้าอุปโภค บริโภค และการเป็นภาคธุรกิจที่ดูดซับแรงงานที่เคลื่อนย้ายออกจากภาคเกษตรกรรม อันมีผลกระทบโดยตรงต่อการมีงานทำของประชาชน และรายได้ต่อครัวเรือน (สุวิมล มรรส, 2563) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมานานกว่า 20 ปี จากการสร้างมูลค่าเพิ่มของรายได้ประชาชาติถึงร้อยละ 40 และเป็นแหล่งการจ้างงานถึงร้อยละ 80 ของการจ้างงานทั้งประเทศ โดยมีจำนวนรวมกว่า 3.3 ล้านธุรกิจ หรือร้อยละ 99.50 ของผู้ประกอบการทั้งหมด (ชัยนาท ชัยมะลิ และสืบชาติ อันทะไชย, 2564)

รัฐบาลได้กำหนดเป้าหมายพัฒนาประเทศในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) เพื่อพัฒนาประเทศด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของภาคธุรกิจ นโยบายโมเดลประเทศไทย 4.0 ที่ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์จากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (บุญเพ็ง สิทธิวิชา และคณะ, 2566) แต่ปัจจุบันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมส่วนมากยังประกอบธุรกิจแบบไร้ทิศทาง ขาดการนำนวัตกรรมมาใช้จึงทำธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร สูญเสียโอกาสการทำกำไรและเติบโต (ณัชพัฒน์ สิทธิวิวัฒน์ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข, 2568) ผลการสำรวจของ IMD World Competitiveness Center พ.ศ. 2568 สรุปว่า ภาคธุรกิจมีความสามารถทางการแข่งขันค่อนข้างต่ำ การนำนวัตกรรมมาใช้พัฒนาธุรกิจระดับต่ำ และขาดการส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (วาสนา จรุงศรีโชติกำจร และคณะ, 2568)

เมื่อพิจารณาถึงนวัตกรรมที่จะช่วยสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าการยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน เกิดจากการนำแนวคิดใหม่ หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่มาใช้ในการรูปแบบใหม่ (สุรัชย์ จันทรโรจน์วานิช และคณะ, 2562; Kahn, 2018) เพื่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ด้วยการเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ และความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (2) นวัตกรรมบริการ (3) นวัตกรรมกระบวนการ และ (4) นวัตกรรมการจัดการ โดยนวัตกรรมเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จของผู้ประกอบการในด้านกระบวนการภายในและอัตราการเติบโตของธุรกิจ (สุวิมล มรรส, 2563; Audrestch et al., 2023; Rodrigues & Rua, 2025)

จังหวัดนราธิวาสมีศักยภาพทางเศรษฐกิจเนื่องจากอยู่ในโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ภาครัฐให้การสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจการค้าบริเวณพรมแดน โดยธุรกิจส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิต การค้า และเกษตรกรรม (กรมสรรพสามิต, 2567) และผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมมีความต้องการพัฒนาสมรรถนะเกี่ยวกับเรื่องการจัดการทางการตลาดและการนำนวัตกรรมด้านต่าง ๆ มาเสริมสร้างสมรรถนะทางการแข่งขัน (อนันย์ แวสตาปอ และคณะ, 2568)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยถึงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส โดยมุ่งศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมการจัดการ โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าผลจากการวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาสได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส
2. เพื่อศึกษานวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส

แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรมจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เกี่ยวกับความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมและนวัตกรรม และนวัตกรรม จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

ความสำเร็จของผู้ประกอบการในด้านกระบวนการภายใน และอัตราการเติบโตของธุรกิจ เกิดจากองค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Atkinson, 2013) โดยด้านกระบวนการภายในเกิดจากประสบการณ์ ทักษะ ความเชี่ยวชาญที่ทำให้องค์กรปรับตัวได้ และเติบโตอย่างยั่งยืน (Dubickis & Gaile-Sarkane, 2015) ความสามารถทางการแข่งขันทางธุรกิจมีหลายระดับ เช่น การเพิ่มผลิตภาพที่ส่งผลต่อต้นทุน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการที่ส่งผลให้สามารถกำหนดราคาให้สูงขึ้น หรือความสามารถขององค์กรที่การจัดการกระบวนการและกิจกรรมทางธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Al-Tit et al., 2019) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นมี 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) ผลลัพธ์ด้านรายได้ที่เป็นตัวเงิน คือ รายได้ที่เป็นไปตามเป้าหมาย หรือส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้น (2) ผลลัพธ์ด้านภาพลักษณ์และชื่อเสียงของธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ความเชื่อมั่นจากลูกค้า (วิภาภรณ์ ศรีหาธาตุ, 2565) โดยความสำเร็จของธุรกิจวัดได้จาก (1) แนวโน้มของกำไร (2) แนวโน้มของจำนวนลูกค้า (3) แนวโน้มของยอดขาย (วรวิมล พันธามา และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร, 2565)

นวัตกรรม

จากแนวคิดนวัตกรรมของ Kahn (2018) อธิบายไว้ว่า นวัตกรรมเป็นการสร้างสิ่งใหม่ เช่น แนวคิด ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการที่ทำให้เกิดคุณค่ามากขึ้น โดยไม่ใช่แค่การคิดค้น แต่เป็นการนำไปปฏิบัติและได้ผล ดังนี้

(1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ทั้งการพัฒนาเทคโนโลยี ถึงการใช้งาน วัสดุ อุปกรณ์ ชิ้นส่วน หรือองค์ประกอบต่าง ๆ ให้มีประโยชน์มากขึ้น ตอบสนองต่อการใช้งานมากขึ้น นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นผลผลิตที่อยู่ในรูปแบบของตัวสินค้าหรือบริการ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสทางการตลาดหรือช่วยให้ขายสินค้าได้มากขึ้น (วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ และปรียาภรณ์ เอื้ออภัย, 2563)

(2) นวัตกรรมบริการ (Service Innovation) คือ การพัฒนารูปแบบของบริการ ขั้นตอนการให้บริการ หรือเทคนิคของขั้นตอนในการให้บริการที่แตกต่างจากเดิม ประสิทธิภาพมากขึ้น สร้างความพึงพอใจเพิ่มมากขึ้น และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด เช่น การอำนวยความสะดวกมากขึ้น ความรวดเร็วในการบริการเพิ่มขึ้นและลดเวลาการรอคอย หรือการสร้างประสบการณ์ที่ดีกว่าเดิม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2562)

(3) นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) คือ การปรับเปลี่ยนเทคโนโลยี เครื่องจักร เครื่องมือ อุปกรณ์ หรือกรรมวิธีการผลิตที่ทำให้เกิดกระบวนการผลิตใหม่ที่มีประสิทธิภาพมากกว่าเดิม เช่น เพิ่มอายุการใช้งานของสินค้า เพิ่มความคงทนให้แก่สินค้า ลดระยะเวลาการผลิตลง ลดของเสียในระบบลดต้นทุนการผลิต (Wiklund & Shepherd, 2005)

(4) นวัตกรรมการจัดการ (Organization Innovation) คือ การปรับแนวทางการทำงานให้มีรูปแบบใหม่ ทั้งการดำเนินงานภายในองค์กร แนวทางและธรรมเนียมในการทำธุรกิจ ความสัมพันธ์กับคู่ค้า ชุมชน หรือพันธมิตรทางการค้า รวมถึงการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมการทำงานใหม่ กลยุทธ์การดำเนินงานและการประเมินผลใหม่ (Kahn, 2018)

จากงานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ผ่านมา พบว่า นวัตกรรมบริการ และกระบวนการมีผลกระทบของการสร้างแรงบันดาลใจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (Herinawati & Machmud, 2020) นวัตกรรมบริการ และการจัดการ (Al-Tit et al., 2019) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อความสามารถของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย (นิรุชา ศิริวิรัชกุล, 2560) นวัตกรรมจัดการและนวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจ นวัตกรรมบริการส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย (สุวิมล มธูรส, 2563) เป็นต้น

สมมติฐานการวิจัย

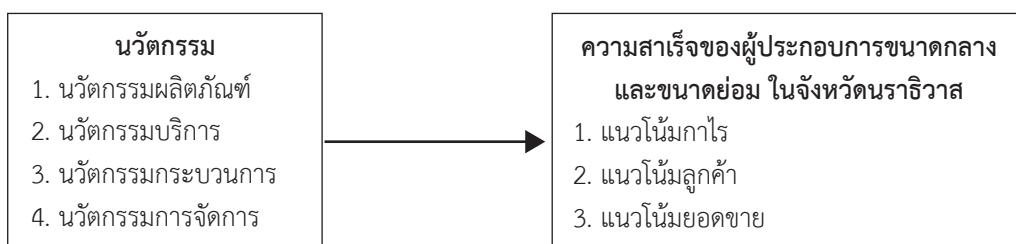
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมบริการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมจัดการ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส ครั้งนี้ มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังแสดงในภาพที่ 1

ภาพที่ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ศึกษาจากข้อมูล 2 ส่วน ได้แก่ (1) การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ด้วยการศึกษานวนคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (2) การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จากตัวอย่างที่ผู้วิจัยกำหนดไว้

ประชากรและตัวอย่าง

ประชากร คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสที่ยังดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 1,566 แห่ง (สำนักงานแรงงานจังหวัดนราธิวาส, 2564)

ตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส จากภาคการผลิต การค้า บริการ และเกษตรกรรมที่ยังดำเนินกิจการอยู่ในปัจจุบัน จำนวน 355 คน โดยแบบทราบนขนาดประชากรที่แน่นอนของ Yamane (1973) สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เนื่องจากไม่สามารถเข้าถึงประชากรได้ทุกคนจากข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากร ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2562)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้จากการทบทวนวรรณกรรมโดยแบบสอบถามนี้ผ่านการตรวจสอบค่าความเที่ยง (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ซึ่งผ่านการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องทุกข้อ โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.700–0.900 ซึ่งมีความมากกว่า 0.500 จึงถือว่า แบบสอบถามนี้มีความตรงตามเนื้อเรื่องจากการปรับคำถามให้เหมาะสมกับบริบทของงานวิจัยมากขึ้น จากนั้นจึงนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยทดลองกับคนที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 คน และมีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.948 ซึ่งมีความมากกว่า 0.700 แสดงว่า แบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปเป็นเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจัดทำแบบสอบถามออนไลน์บน Google Form จากนั้นจึงส่งข้อมูลไปยังสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส และกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจการค้า สมาคมหรือห้างร้านหรือแหล่งที่คาดว่าจะเป็นที่ชุมนุมกันของตัวอย่าง เช่น Line และ Facebook ระยะเวลาศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม–เดือนตุลาคม พ.ศ. 2567

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) คือ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis: MRA) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยใช้วิธี Enter (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2562)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส จำนวน 355 ธุรกิจ ส่วนใหญ่มีขนาดของธุรกิจขนาดย่อม (ดังแสดงในตารางที่ 1) อายุของกิจการ 1–5 ปี ลักษณะของธุรกิจแบบกิจการการค้าแหล่งเงินทุนของกิจการจากเงินทุนของตนเอง และไม่มีการกู้ยืมเงิน

ตารางที่ 1

จำนวนและร้อยละของขนาดของธุรกิจ

ขนาดของธุรกิจ	n = 355	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ขนาดย่อม	388	95.20
ขนาดกลาง	17	4.80
รวม	355	100.00

ตารางที่ 2

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสโดยภาพรวม

นวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	4.33	0.68	มากที่สุด	1
นวัตกรรมการจัดการ	4.32	0.64	มากที่สุด	2
นวัตกรรมกระบวนการ	4.29	0.67	มากที่สุด	3
นวัตกรรมบริการ	4.28	0.69	มากที่สุด	4
รวม	4.30	0.67	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 ข้างต้น พบว่า ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสมีความเห็นด้วยต่อนวัตกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.30 (S.D.=0.67)

ตารางที่ 3

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสโดยภาพรวม

ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	อันดับ
แนวโน้มกำไร	4.03	0.38	มาก	3
แนวโน้มจำนวนลูกค้า	4.17	0.85	มาก	1
แนวโน้มยอดขาย	4.09	0.42	มาก	2
รวม	4.12	0.73	มาก	

จากตารางที่ 3 ข้างต้น พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสโดยภาพรวมอยู่ในระดับสำเร็จมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 (S.D.=0.73) จากแนวโน้มของจำนวนลูกค้า ยอดขาย และกำไร ตามลำดับ

ตารางที่ 4

การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรในการวิจัย

Correlation		Success	Product	Service	Process	Management
Success	Pearson	1				
Product	Pearson	0.524**	1			
Service	Pearson	0.550**	0.558**	1		
Process	Pearson	0.625**	0.564**	0.750**	1	
Management	Pearson	0.671**	0.603**	0.665**	0.766**	1

**ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

หมายเหตุ. Success แทน ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส; Product แทน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์; Service แทน นวัตกรรมบริการ; Process แทน นวัตกรรมกระบวนการ; Management แทน นวัตกรรมจัดการ

จากตารางที่ 4 ข้างต้น การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson (Pearson Product Moment Correlation-r) โดยใช้โปรแกรมประมวลผลสำเร็จรูป SPSS สรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กันเชิงเส้นตรง ซึ่งตัวแปรแต่ละตัวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.524–0.766 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.800 อธิบายได้ว่า ตัวแปรแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับปกติ สามารถนำตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณได้

การทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (MRA) ใช้วิธี Enter ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีสมการพหุคูณเชิงเส้นทั่วไป คือ

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \cdots + \beta_k X_k + \varepsilon$$

ตารางที่ 5

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส

Model 1	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.	Beta			Tolerance	VIF
Constant	0.267	0.213		1.255*	0.010		
Product	0.152	0.053	0.140	2.837**	0.005	0.589	1.699
Service	0.063	0.063	0.060	0.998	0.319	0.402	2.490
Process	0.218	0.075	0.198	2.894**	0.004	0.307	3.256
Management	0.456	0.073	0.395	6.278***	0.000	0.363	2.753
R = 0.704a, R ² = 0.496, Adjusted R ² = 0.490, SEE=0.52736, Dubrin-Watson = 1.882, F = 86.008, Sig = 0.000 ^b							

*ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05; **ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01; ***ที่ระดับนัยสำคัญ 0.001

หมายเหตุ. Success แทน ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส; Product แทน นวัตกรรมผลิตภัณฑ์; Service แทน นวัตกรรมบริการ; Process แทน นวัตกรรมกระบวนการ; Management แทน นวัตกรรมจัดการ

จากตารางที่ 5 ข้างต้น พบว่า การทดสอบการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (MRA) วิธี Enter โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง (R=0.704) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การพยากรณ์ (R²=0.496) หรือมีค่าทำนายสมการได้ร้อยละ 49.60 มีค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.882 อยู่ในเกณฑ์ช่วง 1.500-2.500 อธิบายได้ว่า ไม่มีปัญหาระหว่างความคลาดเคลื่อนกับเวลา

เนื่องจากมีค่า VIF ไม่เกิน 10.00 และมีค่า Tolerance มากกว่า 0.20 จึงสรุปว่า สามารถนำไปใช้ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis และใช้ในการพยากรณ์ความสัมพันธ์ได้

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Linear Regression) โดยที่สมการมีตัวแปรอิสระรวม 4 ตัวแปร และพบตัวแปรอิสระจำนวน 3 ตัวแปร คือ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product) นวัตกรรมกระบวนการ (Process) และนวัตกรรมจัดการ (Management) มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นำมาแทนค่าในสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$Success = 0.267 + 0.152Product^{**} + 0.063Service^{**} + 0.218 + 0.456 Management^{**}$$

สมการพยากรณ์ว่า นวัตกรรมจัดการ (Management) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 เป็นลำดับแรก (Beta = 0.395) โดยมีความสัมพันธ์ที่อยู่ในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในสมการ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H0 และยอมรับสมมติฐาน H1 หมายความว่า ถ้านวัตกรรมจัดการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสเพิ่มขึ้น 0.456 หน่วย เมื่อปัจจัยอื่น ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง

สมการพยากรณ์ว่า นวัตกรรมกระบวนการ (Process) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นลำดับที่สอง ($Beta = 0.198$) โดยมีความสัมพันธ์ที่อยู่ในทิศทางเดียวกัน ดังแสดงในสมการ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ถ้านวัตกรรมกระบวนการ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสเพิ่มขึ้น 0.218 หน่วย เมื่อปัจจัยอื่น ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง

สมการพยากรณ์ว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 เป็นลำดับที่สาม ($Beta = 0.140$) โดยมีความสัมพันธ์ที่อยู่ในทิศทางเดียวกันดังแสดงในสมการ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน H_0 และยอมรับสมมติฐาน H_1 หมายความว่า ถ้านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสเพิ่มขึ้น 0.152 หน่วย เมื่อปัจจัยอื่น ๆ ไม่เปลี่ยนแปลง และพบว่า นวัตกรรมบริการ (Service) ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส

ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาสอยู่ในระดับสำเร็จมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องมาจากผู้ประกอบการฯ มีประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบกับมีความสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้ สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่ได้มากขึ้น สภาพคล่องทางการเงินดีจากการลงทุนเพื่อขยายธุรกิจให้มีขนาดใหญ่ กิจกรรมสินค้า/บริการใหม่เพิ่มขึ้น เช่น มีสินค้าเพิ่มขึ้น การพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันได้มากกว่าคู่แข่ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Atkinson (2013) ที่อธิบายไว้ว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการเกิดจากปัจจัยกระบวนการภายในและอัตราการเติบโตของธุรกิจ สามารถวัดผลได้จากด้านการเงิน และด้านที่ไม่ใช่ด้านการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Herinawati and Machmud (2020) พบว่า ผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศอินโดนีเซียประสบความสำเร็จในระดับสูง และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิมล มรรุส (2563) ที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางถึงสูง

2. นวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องมาจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสมีการใช้นวัตกรรมสร้างสินค้า/บริการใหม่เพื่อให้มีลูกค้ามากขึ้น เพื่อการสร้างสินค้า/บริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Al-Tit et al. (2019) ที่พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความสำเร็จที่สำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเทศซาอุดีอาระเบีย และสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ และปริยาภรณ์ เอื้องอ้าย (2563) ที่พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จด้วยการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน

นวัตกรรมกระบวนการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากการทำงานที่มีการระบุกระบวนการทำงานที่ชัดเจน ปรับปรุง

ขั้นตอนการทำงานให้มีความกระชับ ลดขั้นตอนซ้ำซ้อน ช่วยให้ช่วยในการทำงานราบรื่นและมีประสิทธิภาพ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kahn (2018) ที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herinawati and Machmud (2020) ที่พบว่า นวัตกรรมกระบวนการ มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศอินโดนีเซีย

นวัตกรรมการจัดการมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องจากผู้ประกอบการควรเรียนรู้และทำความเข้าใจความสำเร็จของกิจการเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด เช่น การตรวจสอบ และการออกรายงานสรุปผล การนำนวัตกรรมมาจัดการความรู้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ และปรียาภรณ์ เอื้ออภัย (2563) ที่พบว่า นวัตกรรมจัดการ เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ด้วยการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน และมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิมล มธูรส (2563) ที่พบว่า ปัจจัยนวัตกรรมจัดการส่งผลต่อปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม

นวัตกรรมบริการไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส ผู้วิจัยมีความเห็นว่า เนื่องมาจากธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสส่วนใหญ่อยู่ในภาคการผลิตและภาคการค้า ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมบริการน้อย มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Herinawati and Machmud (2020) ที่ไม่พบว่า นวัตกรรมบริการมีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศอินโดนีเซีย

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

1. ความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสวัดได้จากการที่จากแนวโน้มของจำนวนลูกค้า ยอดขายและกำไรเพิ่มมากขึ้น ตามลำดับ
2. นวัตกรรมจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยสำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาส และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรนำนวัตกรรมสร้างสินค้า/บริการใหม่ พัฒนาและปรับปรุงสินค้า/บริการเดิมที่มีอยู่ โดยการนำความรู้ใหม่มาสร้างความแปลกใหม่ให้แก่กิจการ สร้างสินค้า/บริการใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และการมีนโยบายในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ชัดเจน

1.2 นวัตกรรมกระบวนการ ผู้ประกอบการควรจัดทำแผนการกระบวนการทำงานและระบุขั้นตอนการทำงานที่ชัดเจน รวมทั้งปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีความกระชับ ลดขั้นตอนซ้ำซ้อนให้มีประสิทธิภาพ ปรับปรุงโครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการนำนวัตกรรมมาใช้งาน การออกแบบกระบวนการทำงานของกิจการรองรับการนำนวัตกรรมมาใช้พัฒนาสินค้า/บริการ เพื่อช่วยให้การทำงานราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

1.3 นวัตกรรมจัดการ ผู้ประกอบการควรเรียนรู้และทำความเข้าใจว่าความสำเร็จของกิจการเกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด การนำนวัตกรรมมาใช้ที่เหมาะสมจะทำให้ลดปัญหาในการผลิตสินค้าหรือบริการ การพัฒนากลยุทธ์การจัดการภายในเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงาน เช่น การตรวจสอบ และการออกรายงานสรุปผล การนำนวัตกรรมมาจัดการความรู้ภายในกิจการจะทำให้มีสินค้า/บริการที่มีมูลค่ามากขึ้น และความสำเร็จเกิดจากการลดต้นทุนได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดนราธิวาสนำนวัตกรรมมาใช้ในการทำงาน เพื่อให้เกิดความสำเร็จมากยิ่งขึ้น โดยให้การสนับสนุนให้มีการใช้นโยบายในการประยุกต์ใช้นวัตกรรมจัดการ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการสร้างความสำเร็จเกิดจากการลดต้นทุนได้อย่างเหมาะสม

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ด้วยวิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการจัดการ ในมิติที่มีความหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส เนื่องจากเป็นวิธีการที่ทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นวงกว้าง

3.2 การวิจัยในครั้งต่อไปควรสุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาสอย่างเฉพาะเจาะจงแต่ละประเภทหรือกลุ่มธุรกิจ เช่น ภาคการผลิต ภาคการค้า เป็นต้น

3.3 การวิจัยในครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาในเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการการส่งเสริมด้านนวัตกรรม อุปสรรคหรือปัญหาที่จะนำนวัตกรรมเข้ามาใช้พัฒนาความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส

ข้อจำกัดการศึกษา

เนื่องจากข้อจำกัดของการศึกษาที่เกิดจากธุรกิจเกือบทั้งหมดในจังหวัดนราธิวาสอยู่ในภาคการผลิต และภาคการเกษตร ขณะที่ธุรกิจภาคบริการมีจำนวนน้อยมาก จึงอาจจะเป็นสาเหตุที่ส่งผลให้นวัตกรรมทางด้านการบริการไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนราธิวาส

รายการอ้างอิง

- กรมสรรพสามิต. (2567). *การพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษราชิวาส*. <https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/mjaw/mdyx/~edisp/webportal16200061339.pdf>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2562). *สถิติสำหรับงานวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 12). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชัยนาท ชัยมะลิ และสืบชาติ อันทะไชย. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 11(1), 14-28. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/245339>
- ณชพัฒน์ สิทธิวัฒน์ และกฤษฎา เขียววัฒนสุข. (2568). นวัตกรรมดิจิทัลกับการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันสำหรับธุรกิจ SMEs. *วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 11(1), 400-411. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/svittj/article/view/278846>
- นิรุชา ศิริวิชกุล. (2560). ผลกระทบของความสามารถขององค์กรต่อความมั่นคงของผลผลิตในบทบาทของความได้เปรียบจากทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ของอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขาสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์ และศิลปะ*, 37(1), 69-91. <https://doi.org/10.14456/sujthai.2017.25>
- บุญเพ็ง สิทธิวิชา, กนกอร บุญมี, และบุญช่วย กิตติวิชญกุล. (2566). การขับเคลื่อนธุรกิจ SMEs สดาร์ทอัพในการใช้นวัตกรรมแก่นของประชาชนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่*, 1(5), 1-16. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/article/view/707>
- วรวิทย์ พันธามา และจิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะคิดต่อการเป็นผู้ประกอบการกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการเซาธ์อีสท์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 8(1), 19-34. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/249862
- วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ และปรียาภรณ์ เอื้องอ้าย. (2563). การจัดการนวัตกรรมของธุรกิจเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน. *วารสารบริหารธุรกิจครินครินทร์วิโรฒ*, 11(2), 49-61. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/13591>
- वासना จรูญศรีโชติกำจร, รวาวาด ยิ้มสวัสดิ์, และปรีดา รุ่งหมิ. (2568). ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษ: หลักฐานเชิงประจักษ์จากภาคการผลิต. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 7(4), 11-25. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/5601>
- วิภากรณ์ ศรีหาธาตุ. (2565). คุณลักษณะของผู้ประกอบการและปัจจัยในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจร้านอาหารในเขตตำบลบ้านเป็ด อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 15(1), 258-269. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/277171>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, และจิระวัฒน์ อนุชานนท์. (2562). *หลักการการตลาด* (ฉบับปรับปรุงใหม่). ธรรมสาร.

- สำนักงานแรงงานจังหวัดนราธิวาส. (2564). *สถานการณ์แรงงานจังหวัดนราธิวาส ไตรมาสที่ 2 พ.ศ. 2564*.
<https://narathiwat.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/80/2021/08/สถานการณ์ด้านแรงงานไตรมาส-2-ปี-2564-2.pdf>
- สุรัชย์ จันทโรจน์วาณิช, ดวงสมร รุ่งสุวรรณโพธิ์, และนัยนา เกิดวิชัย. (2562). สมรรถนะขององค์กรจัดการความรู้ คุณภาพของเครือข่ายทางธุรกิจและการสนับสนุนจากหอการค้าไทยที่มีผลต่อนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจ. *วารสารมหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 6(10), 5516-5528. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND/article/view/227485>
- สุวิมล มธุรส. (2563). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย* [ปริญญาานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต]. RSUIR. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/320>
- อนันต์ แวศตাপอ, เบญจพร ธัญวงษ์, และอัฟซา อาแว. (2568). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการร้านอาหารในจังหวัดนราธิวาส. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการศึกษา*, 1(3), 14-27. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/JISSE/article/view/5978>
- Al-Tit, A., Omri, A., & Euch, J. (2019). Critical success factors of small and medium-sized enterprises in Saudi Arabia: Insights from sustainability perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 1-12. <https://doi.org/10.3390/admsci9020032>
- Atkinson, R. D. (2013). *Competitiveness, innovation & productivity: Clearing up the confusion*. The Information Technology & Innovation Foundation. <https://www2.itif.org/2013-competitiveness-innovation-productivity-clearing-up-confusion.pdf>
- Audrestch, D. B., Belitski, M., Caiazza, R., & Phan, P. (2023). Collaboration strategies and SME innovation Performance. *Journal of Business Research*, 164(1), Article 114018. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114018>
- Dubickis, M., & Gaile-Sarkane, E. (2015). Perspectives on innovation and technology transfer. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 965-970. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.11.512>
- Herinawati, E., & Machmud, A. (2020). The effect of innovation on increasing business performance of SMEs in Indonesia. *WEAS Transaction on Business and Economics*, 17, 51-57. <https://wseas.com/journals/articles.php?id=765>
- Kahn, K. B. (2018). Understanding innovation. *Business Horizons*, 61(3), 453-460. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.01.011>
- Rodrigues, D., & Rua, O. L. (2025). Open innovation as a model to boost the business success of SMEs in the automotive sector: A multiple case study. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 11(3), Article 100577. <https://doi.org/10.1016/j.joitmc.2025.100577>

- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005) Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71-91. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). Harper and Row.