

นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

มรุต กลัดเจริญ¹ วรภา มหาสำราญ^{1*}

Received: November 19, 2025

Revised: February 16, 2026

Accepted: February 24, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดระยอง รวมจำนวนประชากรทั้งหมด 400 คน โดยคัดเลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 52.80 แสดงให้เห็นว่านวัตกรรมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักเชิงมาตรฐานของตัวแปร พบว่า นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลสูงสุดต่อผลการดำเนินงาน รองลงมาคือ นวัตกรรมด้านกระบวนการ ด้านโมเดลธุรกิจ และด้านผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางธุรกิจ โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

คำสำคัญ: นวัตกรรมทางธุรกิจ ผลการดำเนินงานของธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

* Corresponding author Email: mworapapha@aru.ac.th

Business Innovation and Its Impact on the Performance of Small and Medium-Sized Enterprises in the Eastern Special Economic Zone

Marut Kludcharoen¹ Worapapha Mahasumran^{1*}

Abstract

The objective of this study is to examine the influencing of business innovation on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the Eastern Special Economic Zone. This research employed a quantitative approach. The sample comprised SME entrepreneurs located in the Eastern Special Economic Zone, specifically in Chonburi, Chachoengsao, and Rayong provinces, totaling 400 participants selected through purposive sampling. The data collection instrument was an online questionnaire. The statistical techniques used for data analysis included descriptive statistics frequency, percentage, mean, and standard deviation as well as multiple regression analysis.

The results revealed that business innovation had a positive and statistically significant influence on the performance of SMEs at the 0.05 level, explaining 52.80% of the variance in business performance. This finding indicates that business innovation is a critical factor contributing to business success. Based on the standardized regression coefficients, technological innovation had the greatest influence on business performance, followed by process innovation, business model innovation, and product innovation respectively. This finding demonstrates that the development and application of business innovation, particularly technological innovation, play a vital role in enhancing operational efficiency and strengthening the competitive advantage of SMEs in the Eastern Special Economic Zone.

Keywords: Business Innovation, Business Performance, Small and Medium-sized Enterprises

¹ Faculty of Management Science, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University

บทนำ

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่มีความผันผวนและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจในทุกภาคส่วนของประเทศไทยต่างเผชิญกับความท้าทายจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนของตลาด และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็ว โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการจ้างงานของประเทศ กลับได้รับผลกระทบในระดับที่รุนแรงกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ เนื่องจากข้อจำกัดด้านทรัพยากร สภาพคล่องทางการเงิน และความสามารถในการปรับตัวเชิงกลยุทธ์ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นฐานการผลิตที่แท้จริงของระบบเศรษฐกิจเผชิญแรงกดดันจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัว ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น และการพึ่งพาเทคโนโลยีหรือวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้หลายกิจการต้องปรับลดกำลังการผลิต ชะลอการลงทุน หรือจำกัดการขยายตลาด โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งมีความอ่อนไหวต่อความผันผวนของเศรษฐกิจและตลาดโลก ในขณะเดียวกัน SMEs ที่สามารถพัฒนาศักยภาพในการพึ่งพาตนเอง โดยอาศัยทรัพยากรในท้องถิ่น ภูมิปัญญาไทย และแนวคิดการบริหารจัดการที่ยืดหยุ่น มักมีความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้ดีกว่า อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านอุปสงค์ที่ไม่ฟื้นตัวอย่างเต็มที่และความตึงตัวทางการเงินอย่างต่อเนื่อง หากปราศจากมาตรการสนับสนุนและแนวทางการพัฒนาศักยภาพอย่างเป็นระบบ อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนไม่น้อยไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืน ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567) ในยุคปัจจุบันธุรกิจและนวัตกรรมได้กลายเป็นแนวคิดสำคัญที่สะท้อนถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรให้สอดคล้องกับพลวัตของโลกาภิวัตน์ ซึ่งขับเคลื่อนด้วย “ความรู้” และ “นวัตกรรม” ในฐานะปัจจัยหลักในการสร้างคุณค่า เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดการค้าเสรี การพัฒนาองค์กรให้ก้าวสู่ “ธุรกิจแห่งนวัตกรรม” จำเป็นต้องเริ่มจากความมุ่งมั่นของผู้บริหารในการส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเชิงนวัตกรรมในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจที่มีระดับนวัตกรรมสูงมักมีองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการดำเนินงาน ได้แก่ ภาวะผู้นำ (Leadership) การวางแผน (Planning) ระบบสารสนเทศ (Information) ทรัพยากรบุคคล (People) และกระบวนการดำเนินงาน (Processes) (Gretzinger et al., 2010) ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร นอกจากนี้ การขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จในสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จำเป็นต้องอาศัยภาวะผู้นำเชิงมืออาชีพที่สามารถบริหารจัดการองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นิธิกันต์ วรรณเสริมสกุล และคณะ, 2565) ควบคู่กับการส่งเสริมให้บุคลากรมีโอกาสรเรียนรู้และพัฒนา

อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการปฏิบัติงานและสร้างคุณค่าให้แก่องค์กรในระยะยาว (ชูพงษ์ พันธุ์แดง, 2564) และต้องมีกลยุทธ์การปรับประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจภายใต้สภาพการแข่งขันที่รุนแรง การปรับใช้เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงลูกค้าได้อย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านหลากหลายช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความรวดเร็วและความสะดวกสบายในการใช้บริการ (อนงค์ ไต้วัลย์ และคณะ, 2567)

ซึ่งในการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรมีเกณฑ์และวิธีการที่หลากหลาย โดยบางเกณฑ์มุ่งเน้นเฉพาะการวัดผลด้านการเงินเพียงมิติเดียว ซึ่งอาจไม่สามารถสะท้อนภาพรวมของการดำเนินงานได้อย่างครบถ้วน ดังนั้น เพื่อให้การประเมินผลการดำเนินงานมีความครอบคลุมและสะท้อนศักยภาพขององค์กรในมิติต่าง ๆ ได้อย่างเป็นองค์รวม แนวคิดการวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) จึงได้รับการนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย BSC เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวัดและประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรจาก 4 มุมมองหลัก ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) (Kaplan, 1996) ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ถือเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในหลายด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ศักยภาพทางการเงิน รวมถึงการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในระดับจังหวัดและประเทศ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเพื่อส่งเสริมให้เป็นธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีความสามารถในการเติบโตอย่างยั่งยืน อันจะก่อให้เกิดการสร้างงาน การสร้างรายได้ และเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพการดำเนินงานของภาคธุรกิจ รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจของประเทศโดยรวม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ของ Barney (1991) อธิบายว่าความสามารถขององค์กรในการสร้างนวัตกรรมบริการและความได้เปรียบทางการแข่งขันขึ้นอยู่กับกรอบครองและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ขององค์กร โดยทรัพยากรที่สามารถก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืนต้องมีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ มีคุณค่า (Valuable) หายาก (Rare) ลอกเลียนแบบได้ยาก (Inimitable) และไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Substitutable) ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวจะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างความแตกต่างและรักษาตำแหน่งทางการแข่งขันในระยะยาวได้ แนวคิดดังกล่าวมีรากฐานมาจากทฤษฎีของ Penrose (1959) ที่มองการเติบโตขององค์กรใน

สองแนวทาง ได้แก่ การเติบโตจากภายในและการเติบโตจากภายนอก โดยเน้นบทบาทขององค์กรในการสะสมและพัฒนาทรัพยากรเพื่อการผลิตและการขยายศักยภาพในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม แนวคิดของ Penrose ยังอยู่ในระดับเชิงนามธรรม จนกระทั่ง Barney (1991) ได้นำเสนอกรอบแนวคิดที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ผ่านการระบุคุณลักษณะของทรัพยากรที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน Barney (1991) ชี้ให้เห็นว่า ทรัพยากรที่มีคุณค่าและหายากสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะสั้น จนกว่าคู่แข่งจะสามารถเข้าถึงหรือพัฒนาทรัพยากรในลักษณะเดียวกันได้ ในขณะที่ทรัพยากรที่มีลักษณะลอกเลียนแบบได้ยากและไม่สามารถทดแทนได้ จะช่วยเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้แก่องค์กร ต่อมา Montgomery and Collis (1995) ได้นำแนวคิดมุมมองฐานทรัพยากรมาใช้เป็นกรอบปรัชญาหลักในการอธิบายความสามารถในการแข่งขันขององค์กรภาคธุรกิจ โดยเสนอว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันเกิดจากสองมิติสำคัญ ได้แก่ การครอบครองทรัพยากร (Resources) และความสามารถในการนำทรัพยากรดังกล่าวมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Capabilities) ซึ่งการผสมผสานกันอย่างเหมาะสมของทั้งสองมิติจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าคู่แข่ง

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง การนำความรู้ ความคิดสร้างสรรค์หรือเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพหรือคุณค่าในกระบวนการทำงาน หรือผลิตภัณฑ์ (Rogers, 2003) ซึ่งนวัตกรรมอาจเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือวิธีการที่แตกต่างจากเดิม (ภักดี คงไพศาล, 2564) ในส่วนของ "การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม" หมายถึง การปรับเปลี่ยนรูปแบบการกระทำ การเลือกใช้ หรือการตอบสนองต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอก เช่น เทคโนโลยีหรือสภาพสังคม (Ajzen, 1991)

นวัตกรรมทางธุรกิจ (Business Innovation) หมายถึง การนำแนวคิด เทคโนโลยี หรือวิธีการใหม่มาประยุกต์ใช้ภายในองค์กร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม เสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Drucker, 1985) โดยนวัตกรรมทางธุรกิจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่เท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานและรูปแบบการดำเนินธุรกิจขององค์กร ตามแนวคิดของ Tidd and Bessant (2020) นวัตกรรมทางธุรกิจสามารถจำแนกออกเป็นหลายมิติที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยประกอบด้วย (1) นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี (Technological Innovation) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ (2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) ที่มุ่งเน้นการปรับปรุงขั้นตอนและวิธีการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพการดำเนินงาน (3) นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ (Business Model Innovation) ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงวิธีการสร้างส่งมอบ และจับคุณค่าจากลูกค้า และ (4) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ที่มุ่งพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมให้มีความแตกต่าง หลากหลาย และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น งานวิจัยเชิงประจักษ์ของ Garcia et al., (2024) สนับสนุนบทบาทของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยพบว่า การ

ประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางธุรกิจในอุตสาหกรรมขนส่ง โดยเฉพาะการนำปัญญาประดิษฐ์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะมาใช้ในการติดตามสินค้าและการวางแผนเส้นทาง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างมีนัยสำคัญ

ผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Business Performance) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานขององค์กรซึ่งได้รับการประเมินโดยการเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เพื่อสะท้อนระดับความสำเร็จในการบรรลุเป้าหมายของกิจการ (Smith & Brown, 2023) การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรในปัจจุบันจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงตัวชี้วัดทางการเงินเท่านั้น หากแต่ให้ความสำคัญกับตัวชี้วัดที่ไม่ใช่การเงินควบคู่กัน เพื่อสะท้อนประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันขององค์กรอย่างรอบด้าน แนวคิดดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงานตามกรอบ Balanced Scorecard (BSC) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในฐานะเครื่องมือที่ช่วยประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างเป็นระบบและสมดุล โดยครอบคลุมทั้งมิติทางการเงินและไม่ใช้การเงิน ประกอบด้วย มิติด้านการเงิน มิติด้านลูกค้า มิติด้านกระบวนการภายใน และมิติด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Kaplan & Norton, 1996) ซึ่งแนวคิดดังกล่าวช่วยให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นภาพรวมของผลการดำเนินงานได้ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว พสุ เดชะรินทร์ (2546) ได้เสนอว่า Balanced Scorecard เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถติดตาม ประเมิน และปรับปรุงผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยช่วยระบุทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กรในแต่ละมิติ อันนำไปสู่การปรับกลยุทธ์และการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ การวัดผลการดำเนินงานตามกรอบ BSC จะพิจารณาจากสี่มุมมองหลัก ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ซึ่งสะท้อนถึงความสมดุลของผลการดำเนินงานในมิติระยะสั้นและระยะยาว หากองค์กรให้ความสำคัญเพียงด้านใดด้านหนึ่ง เช่น การบรรลุผลทางการเงิน โดยละเลยการพัฒนากระบวนการภายในหรือการเรียนรู้และการพัฒนาบุคลากร อาจส่งผลให้ความสำเร็จดังกล่าวเป็นเพียงชั่วคราวและขาดความยั่งยืน เนื่องจากองค์กรไม่สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ ในทางตรงกันข้าม การให้ความสำคัญกับการพัฒนาองค์ความรู้ การเรียนรู้ขององค์กร และการปรับปรุงกระบวนการภายในอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืน (Schumacker & Lomax, 2010) สำหรับงานวิจัยเรื่องปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการวัดผลการดำเนินงานตามกรอบ Balanced Scorecard มาใช้เป็นกรอบตัวแปรหลักในการศึกษา โดยครอบคลุมทั้งสี่มิติ ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา เพื่อสะท้อนผลการดำเนินงานของธุรกิจเชิงองค์รวม ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมทางธุรกิจและผลการดำเนินงานสะท้อนให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านการผลิต เทคโนโลยี และกระบวนการดำเนินงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร สอดคล้องกับ Damanpour (1996) ที่ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนานวัตกรรมภายในองค์กรจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ การปรับโครงสร้างองค์กร ระบบการบริหารจัดการ กระบวนการทางเทคโนโลยี ตลอดจนแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากร ซึ่งการบูรณาการองค์ประกอบเหล่านี้อย่างเหมาะสมจะนำไปสู่การยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืน

พัฒนาสมมติฐาน

นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยงานวิจัยของ Shah et al. (2024) ได้ศึกษาบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในบริบทเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศปากีสถาน โดยมุ่งเน้นกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาซอฟต์แวร์ การจำหน่ายอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และเครื่องใช้ไฟฟ้า การให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และธุรกิจบริการด้านการสื่อสาร ผลการศึกษายืนยันสมมติฐานว่าความสามารถทางดิจิทัลขององค์กรมีอิทธิพลสูงสุดต่อการสร้างนวัตกรรมดิจิทัล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความสามารถด้านเทคนิคและเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมภายในองค์กร และนำไปสู่การยกระดับผลการดำเนินงานโดยรวม ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saad Ullah et al. (2025) ที่วิเคราะห์ผลของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมดิจิทัลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในกลุ่มบริษัทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในประเทศปากีสถาน ซึ่งพบว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลควบคู่กับการพัฒนานวัตกรรมดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะในมิติของความคล่องตัวในการดำเนินงานและความสามารถในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ นอกจากนี้ งานวิจัยในบริบทของประเทศไทยของ อิริยา ผ่องพิทยา และคณะ (2566) ซึ่งศึกษาปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกลุ่มธุรกิจค้าส่งในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการปฏิบัติงาน เนื่องจากช่วยเพิ่มความสะดวก รวดเร็ว และความถูกต้องในการดำเนินงานและการตรวจสอบข้อมูล ทั้งยังสะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักรู้ของผู้ประกอบการว่า การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจำเป็นต้องปรับแนวทางการบริหารให้สอดคล้องกับบริบทของโลกาภิวัตน์และการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า การนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและกระบวนการดำเนินงาน ไม่เพียงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

โดยหมายถึง การประยุกต์ใช้หลักการ วิธีการ หรือแนวทางใหม่ ๆ ในการดำเนินงาน ซึ่งส่งผลให้กระบวนการผลิตสินค้าและการให้บริการ รวมถึงการดำเนินงานโดยรวมขององค์กรมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น ตัวอย่างของนวัตกรรมด้านกระบวนการ ได้แก่ การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการออกแบบหรือปรับปรุงกระบวนการผลิตและการให้บริการรูปแบบใหม่ การพัฒนากระบวนการทำงานเพื่อลดความซ้ำซ้อน เพิ่มความคล่องตัว และยกระดับคุณภาพการดำเนินงาน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นวัตกรรมกระบวนการเป็นการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรที่ครอบคลุมทั้งเครื่องมือ เทคโนโลยี และรูปแบบการจัดการ โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการส่งมอบคุณค่าไปสู่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ (Gopalakrishnan & Damanpour, 1997) แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมด้านกระบวนการยังเน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันขององค์กร เนื่องจาก นวัตกรรมกระบวนการมักมุ่งเน้นการควบคุมคุณภาพ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญของระบบการดำเนินงาน ได้แก่ ปัจจัยนำเข้า (Inputs) กระบวนการ (Processes) และผลลัพธ์ (Outputs) ซึ่งการพัฒนาในแต่ละองค์ประกอบอย่างสอดคล้องจะช่วยยกระดับสมรรถนะโดยรวมขององค์กรและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว งานวิจัยเชิงประจักษ์ในช่วงที่ผ่านมาได้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านกระบวนการต่อความสามารถในการแข่งขันและผลการดำเนินงานของธุรกิจอย่างชัดเจน โดยงานวิจัยของ วสุธิดา นักเกษม และ ยุวลักษณ์ เวชวิทยาลัง (2567) พบว่า การมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการออกแบบรูปแบบการให้บริการใหม่และการสื่อสารเชิงรุกกับตลาด ล้วนมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าและช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กร ในทำนองเดียวกัน ภัทรพล ชุ่มมี (2565ก) ได้ศึกษานวัตกรรมด้านกระบวนการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพบว่า การปรับปรุงกระบวนการทำงานโดยคำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสมัยใหม่ การนำองค์ความรู้ใหม่และเทคโนโลยีการสื่อสารมาใช้ในการบริหารจัดการและสร้างปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างทั่วถึง ตลอดจนการพัฒนากระบวนการทำงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน สามารถช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมด้านกระบวนการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทั้งผลการดำเนินงานและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและแรงกดดันจากการแข่งขัน การพัฒนากระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่องจึงเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2 นวัตกรรมด้านกระบวนการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

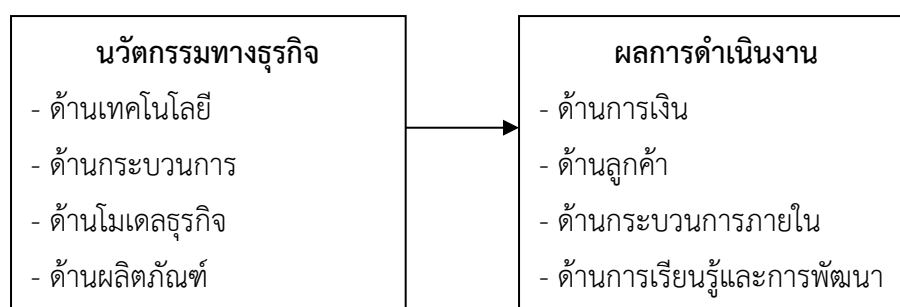
นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการสร้างคุณค่า (Value Creation) การส่งมอบคุณค่า (Value Delivery) และการสร้างรายได้ (Value Capture) ของธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กร ซึ่งการปรับเปลี่ยนแปลงกล่าวมามีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขยายฐานลูกค้า เพิ่มรายได้ และเสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวขององค์กร อันนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันและความยั่งยืนในระยะยาว งานวิจัยเชิงประจักษ์ของ ชูพงษ์ พันธุ์แดง (2564) ซึ่งศึกษาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบและพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่า องค์ประกอบของนวัตกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ นวัตกรรมด้านการเงิน นวัตกรรมด้านการตลาด นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านการจัดการ และนวัตกรรมด้านกระบวนการ ล้วนมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการนวัตกรรมในหลากหลายมิติเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับสมรรถนะและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาล ภาณุศุภนิรันดร์ และศิริกานดา แหยมคง (2567) ที่ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมทางธุรกิจ ความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ โอกาสในการประกอบการ และผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพในประเทศไทย โดยพบว่า การมุ่งนวัตกรรมทางธุรกิจมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการเป็นผู้ประกอบการ และส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ นอกจากนี้ โมเดลการวิเคราะห์ยังมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการแสวงหาและพัฒนาทรัพยากรนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง จากการสังเคราะห์วรรณกรรมสามารถสรุปได้ว่า การพัฒนานวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจและการมุ่งนวัตกรรมทางธุรกิจในมิติต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการ การตลาด การเงินและบัญชี หรือกระบวนการดำเนินงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจ SMEs และกิจการสตาร์ทอัพที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอย่างรวดเร็ว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3 นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรและธุรกิจที่ต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงอย่าง

รวตเร็ว ชนิกันต์ พนมอุฬัมภ์ (2564) ได้ศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกิจกรรมพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการมุ่งเน้นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัทรพล ชุ่มมี (2565) ซึ่งได้วิเคราะห์องค์ประกอบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และพบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจของลูกค้า โดยการพัฒนาคูณภาพผลิตภัณฑ์ การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และการนำนวัตกรรมใหม่มาประยุกต์ใช้ สามารถดึงดูดความสนใจและสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ในการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้ายังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการโดยตรง นอกจากนี้ อรุโณทัย จันทวงษ์ และวิโรจน์ เกษภูลักษณะ (2562) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารคุณภาพขององค์กรกับประสิทธิภาพการดำเนินงานของตราสินค้า ผ่านบทบาทของนวัตกรรมบริการและนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษพบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลให้อัตราการแข่งขันด้านนวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้น โดยองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการบริหารคุณภาพภายในและการเรียนรู้ของบุคลากรสามารถพัฒนานวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างประสิทธิภาพการดำเนินงานและความเข้มแข็งของตราสินค้า จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในมิติด้านลูกค้า การสร้างคุณค่า และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทขององค์กรที่ต้องการสร้างความแตกต่างและรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงกำหนดสมมติฐานการวิจัยไว้ดังนี้

สมมติฐานที่ 4 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จำนวน 7,864 ราย จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 69,299 ราย และจังหวัดระยอง จำนวน 17,857 ราย (กรมพัฒนาธุรกิจ, 2568)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดระยอง นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

ขนาดตัวอย่าง

จากประชากร (Population) กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้ประกอบการในธุรกิจ SMEs ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดชลบุรี และขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบการหรือเป็นสมาชิกสำนักงานส่งเสริมธุรกิจ SMEs ในจังหวัดชลบุรี จำนวน 44,886 ราย นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 หรือระดับนัยสำคัญ 0.05

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \quad \text{สูตร}$$

เมื่อ n = แทนจำนวนหรือขนาดตัวอย่างที่จะได้จากการคำนวณ

N = แทนขนาดจำนวนประชากรในการศึกษา

e = แทนค่าความคลาดเคลื่อน (0.05)

แทนค่าในสูตรจะได้

$$n = \frac{44,886}{1+44,886 (0.05)^2}$$

$$n = 400$$

ดังนั้นจากการคำนวณจากสูตรข้างต้นแล้วจะพบว่าจะต้องทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) พิจารณาความเหมาะสมของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดระยอง ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบบโควตา (Quota Sampling)

จังหวัด	ประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	สัดส่วน
ชลบุรี	7,864	33	8.25
ฉะเชิงเทรา	69,299	291	72.75
ระยอง	17,857	76	19.00
รวม	95,020	400	100

2. เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองและการส่งแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms ได้รับแบบสอบถามกลับคืนจำนวน 400 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 ตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับของแบบสอบถามได้ 0.95 และค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) แต่ละด้าน ได้แก่ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ($\alpha=0.919$) นวัตกรรมด้านกระบวนการ ($\alpha=0.869$) นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ ($\alpha=0.938$) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ ($\alpha=0.924$) ผลการดำเนินงาน ($\alpha=0.920$) ซึ่งได้ค่ามากกว่า 0.80 (กัลยา วานิชย์บัญชา และ ฐิตา วานิชย์บัญชา, 2558) แสดงว่าเครื่องมือแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้

3. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและธุรกิจ (10 ข้อ) 2) ระดับการใช้นวัตกรรมทางธุรกิจ (20 ข้อ แบบ Likert 5 ระดับ) สร้างตามแนวคิดของ Tidd and Bessant (2020) 3) ผลการดำเนินงานธุรกิจ (12 ข้อ แบบ Likert 5 ระดับ) สร้างตามแนวคิดของ Kaplan (2009)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ และร้อยละ 2) การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) โดยใช้ Pearson's Product Moment Correlation เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และ 3) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของนวัตกรรมทางธุรกิจต่อผลการดำเนินงาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

ประเภทนวัตกรรม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี	3.89	0.73	มาก
นวัตกรรมด้านกระบวนการ	3.72	0.69	มาก
นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ	3.67	0.77	มาก
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์	3.58	0.71	มาก
รวม	3.87	0.69	มาก

ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมทางธุรกิจของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก นวัตกรรมด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 อยู่ในระดับมาก นวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 อยู่ในระดับมาก และนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 อยู่ในระดับมาก เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลในปัจจุบันมีความพร้อมใช้งานสูงและต้นทุนการลงทุนที่ลดลง ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ในภาพรวม

ประเภทผลการดำเนินงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านการเงิน	3.75	0.68	มาก
ด้านลูกค้า	3.66	0.71	มาก
ด้านกระบวนการภายใน	3.81	0.73	มาก
ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา	3.89	0.65	มาก
รวม	3.86	0.64	มาก

ผลการวิจัย พบว่า ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 โดยผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 อยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

3.81 อยู่ในระดับมาก ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 อยู่ในระดับมาก และด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 อยู่ในระดับมาก

การทดสอบสมมติฐานนวัตกรรมทางธุรกิจจะสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

1. ผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ซึ่งก่อนที่จะทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผู้วิจัยได้ทดสอบข้อมูลตามเงื่อนไขข้อตกลงเบื้องต้นเพื่อทดสอบว่าข้อมูลที่นำมาใช้นั้น มีความเหมาะสมหรือไม่ดังต่อไปนี้

1.1 การทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนจะต้องมีการแจกแจงปกติ (Normal Distribution) โดยพบว่า ความเบ้ (Skewness) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.577 และค่าสูงสุดเท่ากับ -0.276 ส่วนค่าความโด่ง (Kurtosis) มีค่าต่ำสุดเท่ากับ -0.659 และค่าสูงสุดเท่ากับ -0.218 จะเห็นได้ว่า ความเบ้และความโด่งของข้อมูลมีค่าอยู่ระหว่าง -2 ถึง 2 แสดงว่าข้อมูลมีความกระจายแบบปกติ (Normality) (Tabachnick and Fidell, 2007)

1.2 การตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละค่าต้องเป็นอิสระจากกัน โดยการตรวจสอบค่า Durbin-Watson Statistic มีค่าเท่ากับ 1.689 ซึ่งระหว่าง 1.5-2.5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการทดสอบไม่มีความสัมพันธ์ภายในตัวเองหรือมีความคลาดเคลื่อนระหว่างตัวแปรเป็นอิสระจากกัน (Vanichbuncha, 2007)

1.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละคู่ไม่เกิน 0.9 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีปัญหา

1.4 การตรวจสอบ Multicollinearity ค่า Tolerance มีค่าอยู่ระหว่าง 0.627 – 0.688 และค่า VIF มีค่าระหว่าง 1.474–1.701 เป็นไปตามเกณฑ์ของ Hair et al., (2010) ที่กำหนดให้ค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.01 และ ค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันและสามารถนำมาวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก

นวัตกรรมทางธุรกิจ	ผลการดำเนินงาน					Collinearity Statistics	
	B	S.E.	β	t	p-value	Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.727	0.128		4.282	0.000		
ด้านเทคโนโลยี	0.263	0.034	0.278	2.761	0.001*	0.627	1.487
ด้านกระบวนการ	0.208	0.097	0.223	3.211	0.002*	0.639	1.564
ด้านโมเดลธุรกิจ	0.225	0.089	0.254	2.402	0.017*	0.688	1.701
ด้านผลิตภัณฑ์	0.232	0.091	0.216	2.344	0.010*	0.678	1.474
R = 0.659, R ² = 0.564, Adjusted R ² = 0.528 SE = 0.415							

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (Adjusted R²) เท่ากับ 0.528 ซึ่งแปลว่า นวัตกรรมทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านกระบวนการ ด้านโมเดลธุรกิจ และด้านผลิตภัณฑ์ สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก คิดเป็นร้อยละ 52.80 โดยนวัตกรรมทางธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยี ด้านกระบวนการ ด้านโมเดลธุรกิจ และด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาน้ำหนักของปัจจัย นวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก โดยเรียงค่าความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามลำดับดังนี้ ด้านเทคโนโลยี ($\beta = 0.278$) ด้านโมเดลธุรกิจ ($\beta = 0.254$) ด้านกระบวนการ ($\beta = 0.223$) และด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.216$) ตามลำดับดังนี้

$$Y = 0.727 + 0.263 (X_1) + 0.208 (X_2) + 0.225 (X_3) + 0.232 (X_4)$$

$$Z = 0.278 (X_1) + 0.254 (X_2) + 0.223 (X_3) + 0.216 (X_4)$$

สรุปและอภิปรายผล

ความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ลำดับแรก คือ นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี โดยนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี ด้านกระบวนการ ด้านโมเดลธุรกิจ และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีอยู่ในลำดับแรก แสดงให้

เห็นว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ระบบดิจิทัลในการจัดการ การผลิต หรือการให้บริการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจยุคดิจิทัล และการมุ่งสู่ความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในระยะยาว ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะเทคโนโลยีในปัจจุบันมีความพร้อมใช้งานสูงและต้นทุนการลงทุนที่ลดลงทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น (Smith & Brown, 2023) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Somchai et al. (2022) พบว่า ธุรกิจขนส่งไทยให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยี ระบบการหาตำแหน่งทั่วโลก (GPS) และระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ นอกจากนี้ การที่ธุรกิจขนาดใหญ่มีระดับการใช้นวัตกรรมสูงกว่าธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางสะท้อนถึงความแตกต่างด้านทรัพยากรและขีดความสามารถในการลงทุน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออกเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเงิน และด้านลูกค้า ซึ่งในด้านการเรียนรู้และการพัฒนาได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การถ่ายทอดองค์ความรู้ และการสร้างนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว โดยเฉพาะในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษที่มีการแข่งขันสูงและต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ด้านกระบวนการภายในอยู่ในลำดับรองลงมา สะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพ เช่น การบริหารจัดการต้นทุน การควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการ และการพัฒนาเทคโนโลยีในการดำเนินงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิผลและลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตและบริการ ในส่วนของด้านการเงิน ที่อยู่ในลำดับที่สาม แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการมีการบริหารจัดการทางการเงินอย่างรอบคอบเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมั่นคงและต่อเนื่อง แม้ว่าจะต้องเผชิญกับข้อจำกัดด้านเงินทุนหรือความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจในบางช่วงเวลา ส่วนด้านลูกค้าได้รับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด เมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ อาจสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังต้องพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาด การสร้างความพึงพอใจและความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความภักดีของลูกค้าและขยายฐานลูกค้าในอนาคต

นวัตกรรมทางธุรกิจกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก ซึ่งนวัตกรรมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยเฉพาะนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการเงินมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter and Heppelmann (2014) ที่ระบุว่า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มผลตอบแทนทางการเงินให้กับองค์กร การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกระบวนการดำเนินงานช่วยลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ และยกระดับคุณภาพการให้บริการ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถสร้าง

รายได้และผลกำไรได้เพิ่มขึ้น (Liu et al., 2023; Zhang et al., 2024) นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานของ Wanna et al. (2023) ที่ชี้ว่า การสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จในการนำนวัตกรรมมาใช้ โดยผู้บริหารที่ให้การสนับสนุนทั้งด้านนโยบาย ทรัพยากรและแรงจูงใจจะช่วยส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งนวัตกรรมในองค์กร ขณะเดียวกัน งบประมาณที่เพียงพอก็เป็นปัจจัยสำคัญลำดับรอง ซึ่งสะท้อนถึงความจำเป็นในการมีทรัพยากรทางการเงินที่มั่นคงสำหรับการลงทุน วิจัย และพัฒนานวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ในด้านการตลาดและลูกค้า พบว่า การพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ ที่เน้นการตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลและสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานในภาพรวม ซึ่งสอดคล้องกับ Garcia et al. (2024) พบว่าการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลผลักดันให้ธุรกิจต้องนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่ลูกค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในระยะยาวชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรมทางธุรกิจ โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีและการสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยยกระดับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกให้มีความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมทางธุรกิจกับผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สามารถเสนอแนะแนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ผู้ประกอบการควรพัฒนานวัตกรรมด้านโมเดลธุรกิจควบคู่กับนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี โดยลงทุนในแพลตฟอร์มดิจิทัลและระบบบริการแบบครบวงจรเพื่อสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้า
2. ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น ระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ ระบบ AI สำหรับการวางแผนเส้นทาง และระบบจัดการข้อมูลลูกค้าแบบบูรณาการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการดำเนินงาน
3. ควรจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น ระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ สำหรับการวางแผนเส้นทาง และระบบจัดการข้อมูลลูกค้าแบบบูรณาการ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุนการดำเนินงาน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการเปรียบเทียบการนำนวัตกรรมมาใช้ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างของแนวทางการจัดการ ปัจจัยความสำเร็จ และอุปสรรคในการบริหารนวัตกรรมในแต่ละประเภทของธุรกิจ

2. ศึกษาผลกระทบของการใช้นวัตกรรมต่อความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจขนส่ง เพื่อประเมินบทบาทของนวัตกรรมในการสนับสนุนการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและลดผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติ

3. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการนำนวัตกรรมมาใช้ต่อผลการดำเนินงานในระยะยาว ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงพลวัตของการพัฒนานวัตกรรมและผลลัพธ์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่อง

รายการอ้างอิง

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2568). ข้อมูลธุรกิจในพื้นที่การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC).

<https://www.dbd.go.th/datastorage/attachment/3f4cd546ff41e1c3b9e6c068.pdf>

กัลยา วานิชย์บัญชา และ จูฑิตา วานิชย์บัญชา. (2558). การใช้ SPSS for windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชนิกานต์ พนมอุทัย. (2564). นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกิจกรรมพื้นฐานของห่วงโซ่คุณค่าที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในประเทศไทย.

วารสารนวัตกรรมสังคมและเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, 5(2), 64-77.

ชัชวาล ภานุคุณรินทร์ และ ศิริกานดา แหยมคง. (2567). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการมุ่งนวัตกรรมธุรกิจความสามารถการเป็นผู้ประกอบการโอกาสในการประกอบการและผลการดำเนินงานของกิจการสตาร์ทอัพ ในประเทศไทย. วารสารการวิจัยการสะลองคำมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 18(1), 29-47.

ชูพงษ์ พันธุ์แดง. (2564). การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15(2), 44-53.

นิธิกานต์ วรรณเสริมสกุล, ดวงเดือน อาจสมบูรณ์, สิริจันทรา ทองจีน, พรพีชา โสตา และวนิดา อ่อนละมัย. (2565). ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้ใช้บริการมาใช้บริการโรงแรม เพื่อส่งผลดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 4(2), 13-26.

พลุ เดชะรินทร์. (2546). เส้นทางจากกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicators (พิมพ์ครั้งที่ 8). โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภักดี คงไพศาล. (2564). นวัตกรรม: ความหมายและบทบาทในยุคดิจิทัล. วารสารนวัตกรรมและเทคโนโลยี, 12(1), 15-29.

ภัทรพล ชุ่มมี. (2565ก). การวิเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก. วารสารสหวิทยาการวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา, 1(1), 16-28.

- ภัทรพล ชุ่มมี. (2565ข). การวิเคราะห์องค์ประกอบนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจขนาดกลางและขนาด เล็ก สาขาอาหาร. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(3), 217-230.
- วสุธิดา นักเกษม และ ยวลักษณ์ เวชวิทยาลัง. (2567). อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม กระบวนการที่ส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน. *วารสารการบริหารนิติบุคคล และนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(7), 779-790.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) เดือนกันยายน 2567*. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2567 <https://www.sme.go.th/uploads/file/20241030>
- อนงค์ ไตวัลย์, นวรัตน์ ชวนะโชติ, ลลิตา จูมโสดา และ พัทยา เทินกลาง. (2567). กลยุทธ์การปรับตัว เพื่อความอยู่รอดของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดนนทบุรี. *Maejo Business Review*, 6(2), 19-38.
- อรุณทัย จันทพงษ์ และ วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2562). การบริหารคุณภาพขององค์กรส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการทำงานของตราสินค้า ผ่านนวัตกรรมบริการและผลิตภัณฑ์: ในบทบาทเชิง ปฏิสัมพันธ์การมุ่งเน้นการเรียนรู้. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 13(3), 998-1014.
- อริยา ผ่องพิทยา, ภัควลัญญ์ ภาณิตพิษฐวงศ์, ณัฏฐา ธาตรินรานนท์, กฤษฎาภรณ์ รุจิธำรงกุล และ ลาวัลย์ ต้นสกุลรุ่งเรือง. (2566). ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจในยุคดิจิทัลส่งผลต่อการ ดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี. *วารสารนวัตกรรม การจัดการศึกษาและการวิจัย*, 5(2), 353-364.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Damanpour, F. (1996). Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models. *Management science*, 42(5), 693-716.
- Drucker, P. F. (1985). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 63(3), 67-72.
- Garcia, A. L., Bell, J. B., Nonaka, A., Srivastava, I., Ladiges, D., & Kim, C. (2024). An introduction to computational fluctuating hydrodynamics. arXiv preprint arXiv:2406.12157. <https://arxiv.org/html/2406.12157v1>
- Gopalakrishnan, S. & Damanpour, F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics, Sociology and Technology Management. *The International Journal of Management Science*, 25(1), 15-28.

- Gretzinger, S., Hinz, H., & Matiaske, W. (2010). Cooperation in innovation networks: The case of Danish and German SMEs. *Management Revue*, 21(2), 193-216.
- Hair, J.F., et al. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). NJ : Prentice Hall.
- Kaplan. R. S. (1996). *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Prentice Hall.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Linking the balanced scorecard to strategy. *California management review*, 39(1), 53-79.
- Kaplan, R. S. (2009). Conceptual foundations of the balanced scorecard. *Handbooks of management accounting research*, 3, 1253-1269.
- Liu, S., Chen, X., & Zhang, Y. (2023). AI in logistics: Cost reduction strategies. *Journal of Supply Chain Management*, 15(2), 45-60. <https://doi.org/10.1016/j.jscm.2023.02.003>
- Montgomery, C. A., & Collis, D. (1995). Competing on resources: strategy in the 1990s. *Harvard Business Review*, 73(4), 118-128.
- Penrose, R. (1959). The apparent shape of a relativistic ally moving sphere. *In Mathematical Proceedings of the Cambridge Philosophical Society*, 55(1), 137-139.
- Porter, M. E., & Heppelmann, J. E. (2014). How smart, connected products are transforming competition. *Harvard business review*, 92(11), 64-88.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.
- Saad Ullah, M., Umair, M., Qureshi, A. A., Baloch, F. M., & Ahmad, S. (2025). The Role of Digital Technology and Digital Innovation towards Firm Performance in a Digital Economy: In Pakistan. *Innovative Education Research Institute*, 2(1), 45-62.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2010). *A Beginners Guide to Structural Equation Modeling*. Routledge.
- Shah, N., Zehri, A. W., Saraih, U. N., Abdelwahed, N. A. A., & Soomro, B. A., (2024). The Role of Digital Technology and Digital Innovation towards Firm Performance in a Digital Economy. *Kybernetes*, 53(2), 620-644.
- Smith, J., & Brown, A. (2023). The impact of digital innovation on transportation business performance: Evidence from Thailand. *Journal of Business Innovation*, 12(3), 45-60. <https://doi.org/10.1016/j.jbi.2023.05.003>

- Somchai, J., Wittaya, S., & Arun, C. (2022). Digital innovation adoption in Thai logistics business: A case study of large transportation companies. *Thammasat Business Journal*, 15(2), 45-60. <https://doi.org/10.14456/tbj.2022.04>
- Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., & Ullman, J. B. (2007). *Using multivariate statistics* (5th ed.). Pearson.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2020). *Managing innovation: Integrating technological, market organizational change* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Vanichbuncha, K. (2007). *Statistical analysis: Statistics for management and research* (10th ed). Chulalongkorn University Press.
- Wanna, S., Prasit, N., & Sumet, R. (2023). Factors affecting the success of innovation implementation in small and medium-sized transportation businesses. *Chiang Mai University Research Journal*, 28(3), 112-130. <https://doi.org/10.14456/cmuj.2023.08>
- Yamane, S. (1973). Localization of amylase activity in digestive organs of carp determined by a substrate film method. *Bulletin of the Japanese Society of Scientific Fisheries*, 39(5), 497-504.
- Zhang, L., Wang, M., & Liu, H. (2024). AI adoption in last-mile delivery: Performance Outcomes and challenges. *Computers & Industrial Engineering*, 185, 109876. <https://doi.org/10.1016/j.cie.2024.109876>