

## การวิเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

### Analysis of Process Innovation for Small and Medium Enterprise

ภัทรพล ชุ่มมี

Pattarapon Chummee

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

College of Innovative Management, Valaya Alongkorn Rajabhat University, Thailand

\*Corresponding Author E-mail Address: atta9899@hotmail.com

Received May 13, 2022; Revised May 20, 2022; Accepted May 23, 2022

#### บทคัดย่อ

นวัตกรรมส่งผลกระทบต่อกระบวนการเปลี่ยนแปลงของโลกและธุรกิจต่าง ๆ อย่างมากเช่นผลกระทบต่อ GDP และการพัฒนาท้องถิ่น การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของนวัตกรรมกระบวนการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ประกอบด้วยทฤษฎีทฤษฎีด้านนวัตกรรม และทฤษฎีการสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการ ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก สาขาอาหารเก็บตัวอย่างจำนวน 400 รายในเขตภาคกลางและปริมณฑล ผลการวิเคราะห์ค่า IOC มีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละพบว่ามีจำนวนพนักงานมากที่สุดสองอันดับแรกคือมีพนักงานตั้งแต่ 41-60 คน จำนวน 161 รายเท่า ๆ กับมีพนักงาน 61-200 รายคิดเป็นร้อยละ 40.3 ด้านผลการวิเคราะห์องค์ประกอบพบว่ามีค่าดัชนีวัดความสอดคล้องเหมาะสมกลมกลืนดี ( $\chi^2=155.56$ ,  $df=5$ ,  $P\text{-value}=0.000$ ,  $RMSEA=0.057$ ) อีกทั้งมีค่า tolerance ที่ 0.733 และมีค่า VIF ที่ 1.365 และท้ายสุดเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง ( $P_c$ ) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง ( $P_v$ ) ของนวัตกรรมกระบวนการพบว่ามีค่า  $P_c$  ที่ 0.860 และค่า  $P_v$  ที่ 0.560

องค์ความรู้จากการวิจัยปรับปรุงเทคนิคการกำหนดราคาสินค้าที่ใช้สำหรับราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการปรับปรุงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์สมัยใหม่และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยองค์กรต้องมีการบริหารจัดการธุรกิจโดยการแสวงหาความรู้ใหม่ การสำรวจและการวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ยิ่งไปกว่านั้นนำเทคโนโลยีสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความอยู่รอดและการปรับปรุงตัวเองเพื่อความอยู่รอด รวมถึงความยั่งยืนและความมั่นคงขององค์กร อนึ่งองค์กรต้องมีการคิดค้นนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อลดสิ่งที่ไม่จำเป็นลงไปเพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันการธุรกิจอื่น ๆ ได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยผู้ประกอบการกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมควรปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบใหม่เชิงรุกผ่านสื่อต่าง ๆ พัฒนابรรยากาศให้ทันสมัยเหมาะสมแก่ผู้บริโภคในแต่ละวัย

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมกระบวนการ, ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก, การวิเคราะห์องค์ประกอบ

## Abstract

Innovation has a profound effect on global and business changes, such as its impact on GDP and local development. This research aims to analyze the components of process innovation in small and medium-sized businesses. It contains the theory of innovation theory. and entrepreneurial value creation theory. The target populations were 400 sample size of small and medium-sized business entrepreneurs in the food sector in the central and metropolitan areas. The results of the IOC analysis were consistent between 0.60 - 1.00. The percentage analysis revealed that the top two numbers of employees were between 41-60 and 61-200 employees with 161 employees, equivalent to 40.3%. As for the results of the composition analysis, it was found that the conformity index was good and harmonious. (Chi-square=155.56, df=5, P-value=0.000, RMSEA=0.057), also has a tolerance of 0.733 and a VIF of 1.365. Finally, when analyzing the reliability of the latent variable ( $P_c$ ) and mean of the extracted variance of the latent variable ( $P_v$ ) of the process innovation, it was found that the  $P_c$  value was 0.860 and the  $P_v$  value was 0.560.

Knowledge from research to improve product pricing techniques used for new product prices What's more, new product design processes are being improved. There must be an understanding of consumer behavior that changes with modern situations and fast changing behaviors. The organization must manage the business by seeking new knowledge. Surveys and research to obtain information for decision making. Moreover, using technology to communicate between customers and operators Entrepreneurs must consider survival and self-improvement in order to survive. Including the sustainability and stability of the organization. In addition, organizations need to innovate or create new products to reduce unnecessary things in order to gain competitive advantages in other business.

Recommendations for researching small and medium enterprises should improve production processes to meet international standards. including the development of new marketing channels through social media Develop new marketing strategies, proactively through various media, and develop modern packaging suitable for consumers of each age.

**Keywords:** Process Innovation, Small and Medium Enterprise, Factor Analysis

## บทนำ

นวัตกรรมส่งผลต่อกระบวนการต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกและธุรกิจต่าง ๆ อย่างมากหากพิจารณาผลกระทบต่อ GDP พบว่าจีนมีผลกระทบต่อ GDP 6.7 เท่า สหรัฐอเมริกามีผลกระทบต่อ GDP 4.2 เท่า สหราชอาณาจักรผลกระทบต่อ GDP 1.6 เท่า และไทยมีผลกระทบต่อ GDP -0.7 เท่า หากพิจารณาถึงประเทศที่มีนวัตกรรมมาก 10 อันดับแรกของโลกเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ สวิตเซอร์แลนด์ สวีเดน สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ เดนมาร์ก ฟินแลนด์ สิงคโปร์ เยอรมัน และ เกาหลีใต้ (Insead, 2020 และ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564)

กล่าวได้ว่านวัตกรรมส่งผลต่อการพัฒนาท้องถิ่น คือ ผลิตภัณฑ์ กระบวนการการจัดการใหม่ที่คิดค้นและพัฒนาจากองค์ความรู้และประสบการณ์ของชุมชน เพื่อแก้ปัญหาการประกอบอาชีพ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต และการเสริมสร้างสุขภาวะอย่างเป็นระบบตามภูมิสังคมของชุมชน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม ตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงและการพัฒนาที่ยั่งยืน (ปณิตา แก้วเกตุ, 2555)

ยิ่งไปกว่านั้นจากการศึกษาของมหาวิทยาลัย Ohio (2021) ที่ทำการศึกษานวัตกรรมต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มพบว่านวัตกรรมที่ส่งผลต่อมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ได้แก่การแนะนำผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ตัวอย่างเช่นบริษัท apple แนะนำโทรศัพท์มือถือใหม่ que สร้างมูลค่าเพิ่มได้สร้างรายได้ให้แก่บริษัทมากกว่า 53.4 พันล้านเหรียญฯ ด้านนวัตกรรมกระบวนการได้แก่การปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือช่องทางการจัดส่งแบบใหม่ ๆ ได้แก่บริษัท Amazon ได้แนะนำบริษัทจัดส่งสินค้าสินค้าฟรีแก่ลูกค้ารายหลัก (Prime member) ด้านนวัตกรรมการตลาด ได้แก่การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ บรรจุภัณฑ์ ราคาและการส่งเสริมการขายใหม่

อนึ่งนวัตกรรมกระบวนการคือการดำเนินการตามวิธีการผลิตหรือการส่งมอบใหม่หรือการปรับปรุงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งรวมถึงการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในเทคนิค อุปกรณ์ และ/หรือซอฟต์แวร์ และนวัตกรรมการตลาดหมายถึงการใช้วิธีการตลาดแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ การจัดวางผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายหรือการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มยอดขาย วิธีการทางการตลาดใหม่ในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์นั้นเกี่ยวข้องกับการใช้การพัฒนาและการแนะนำสัญลักษณ์แบรนด์ใหม่โดยพื้นฐาน ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของบริษัทในตลาดใหม่หรือสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ (Monroe-White, 2018)

ประเทศไทยมีศักยภาพในหลากหลายด้านตลอดรวมถึงมีความเข้มแข็งของชุมชน ได้รับการส่งเสริมด้านการประกอบการและการพึ่งพาตนเอง รวมถึงมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ที่ได้รับการพัฒนาและความสนใจอย่างกว้างขวางทั้งจากภาครัฐและเอกชน มีการจัดตั้งองค์กรต่าง ๆ ขึ้นมาเพื่อให้ผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจส่งผลให้เกิดเงินทุนหมุนเวียนทั้งในชุมชนและในจังหวัด อีกทั้งยังสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่ต้องพึ่งพาตนเอง รวมตลอดถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มและนวัตกรรมให้แก่ผู้ประกอบการ ด้วยเหตุผลดังกล่าวจึงดำเนินการศึกษาวิเคราะห์นวัตกรรมกระบวนการเพื่อค้นหาและให้ข้อเสนอแนะแก่ผู้ประกอบการ

## ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีด้านนวัตกรรมจากการศึกษาของ Schumpeter (1934) เสนอว่าทุกคนที่แสวงหาผลกำไรต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ นั่นจะทำให้เกิดการจ้างงานที่แตกต่างกันของอุปทานที่มีอยู่ของระบบเศรษฐกิจ Schumpeter (1934) เชื่อว่านวัตกรรมถือเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของความสามารถในการแข่งขัน และพลวัตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ เขายังเชื่อว่านวัตกรรมเป็นศูนย์กลางของการเปลี่ยนแปลงเชิงนิเวศน์ ทำให้เกิดการเปลี่ยนอย่างรวดเร็ว “การทำลายอย่างสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นคำที่ Schumpeter สร้างขึ้นในระบบทุนนิยมสังคมนิยม และประชาธิปไตย ตามแนวคิดของ Schumpeter นวัตกรรมคือ “กระบวนการของการกลายพันธุ์ทางอุตสาหกรรม ที่ปฏิวัติโครงสร้างทางเศรษฐกิจอย่างไม่หยุดยั้งจากภายใน ทำลายโครงสร้างเก่าอย่างไม่ลดละ สร้างโครงสร้างใหม่อย่างไม่หยุดยั้ง”

ทฤษฎีการสร้างมูลค่าของผู้ประกอบการ (The entrepreneurial value creation theory) จากการศึกษา Olanrewaju et. al. (2018) อธิบายทฤษฎีนี้ว่าประสบการณ์ของผู้ประกอบการจากความตั้งใจของผู้ประกอบการและการค้นพบโอกาสในการพัฒนาความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจและการจัดสรรรางวัล กระบวนการของการเริ่มต้นธุรกิจไม่ใช่กระบวนการที่เป็นอิสระ ผู้ประกอบการเป็นส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ของการเริ่มต้นธุรกิจ ดังนั้นความตั้งใจที่จะเริ่มต้นธุรกิจและทรัพยากรที่เป็นองค์ประกอบที่แท้จริงของกระบวนการเริ่มต้นธุรกิจ กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการระบุโอกาสภายนอก เพื่อให้ตรงกับโอกาสที่จะตระหนักถึงความสามารถในการเริ่มต้นธุรกิจ ได้รับทรัพยากรภายนอกถ้าจำเป็น สร้างมูลค่าที่ยั่งยืน และการจัดสรรรางวัลสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจ

ด้านวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากการศึกษาของ Pierre and Fernandez (2018) ที่กล่าวว่านวัตกรรมกระบวนการคือการบูรณาการกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์และกิจกรรมต่าง ๆ ขององค์กร กระบวนการจัดการนวัตกรรม การบริหารจัดการโครงการ การประเมินผลและการเลือก การจัดสรรทรัพยากรที่เฉพาะเจาะจง การจัดการโครงการคุณภาพเวลาและการจัดการต้นทุนเป็นมืออาชีพ และการบริหารจัดการทรัพยากรทางเทคโนโลยี ดังนั้นนวัตกรรมกระบวนการเป็นองค์ประกอบใหม่ที่น่าสนใจในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์และบริการภายในบริษัท เช่น วัสดุ ข้อมูลเฉพาะของงานกลไก หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือให้บริการ กล่าวได้ว่านวัตกรรมกระบวนการคือวิธีการในการรักษาและปรับปรุงคุณภาพและเพื่อให้สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ รวมถึงวิธีสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ

## วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของนวัตกรรมกระบวนการของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็

## การดำเนินการวิจัย

### 1) ประชากรเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยคือผู้ประกอบการในภาคการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า SMEs ในสาขาอาหาร มีจำนวนมากที่สุดโดยมีจำนวนทั้งสิ้น 58,707 ราย (วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME), 2563)

### กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างของ ยามาเน่ความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง 397 ราย อีกทั้งยังได้ยึดหลักตามแนวทางของ Hair (2010) ที่เสนอว่าต้องมีกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 100 ตัวอย่างหรือมีสัดส่วนของขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 10-20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้ 35 ตัวแปรสังเกตได้ เมื่อคูณด้วย 10 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ จะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 350 ตัวอย่าง ยิ่งไปกว่านั้น นางลักษณ วิรัชชัย (2542) เสนอไว้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมควรเป็น 400 ตัวอย่าง ด้วยเหตุผลดังกล่าวเพื่อป้องกันข้อผิดพลาดด้านการขาดตกบกพร่อง ข้อมูลไม่ครบ ตลอดจนการไม่สามารถเข้าร่วมตอบแบบสอบถามได้เนื่องจากภาวะการระบาดของโควิด-19 ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง โดยเก็บตัวอย่างในเขตภาคกลางและปริมณฑล

### 2) การสร้างเครื่องมือและการหาคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความครอบคลุมของแบบสอบถาม ความเหมาะสมและความชัดเจนของการใช้ ภาษาจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พบว่ามีค่าความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ดังนั้น ข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถามจึงมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัดมีความเที่ยงตรงตามเนื้อหาและมีความชัดเจนของภาษา และครอบคลุมเนื้อหาที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา จึงสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำ เช่น เพิ่มประธานในประโยคคำถาม แก้ไขภาษาที่ไม่เป็นทางการ แก้ไขคำให้มีความเหมาะสม ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.76

### 3) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบตัดขวางจากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 400 รายตามลำดับรายชื่อโดยทำการส่งแบบสอบถามทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ และ/หรือ Google form เพราะให้คำตอบที่สะดวก มีเวลาในการอ่านทบทวน คิดวิเคราะห์ และไม่เป็นการบังคับให้ตอบในเวลาจำกัด

### 4) การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิจัยกำหนดใช้สถิติพรรณนาเพื่อเป็นการอธิบายถึงสภาพทั่ว ๆ ไปของข้อมูลที่จัดเก็บได้ และอธิบายให้ทราบถึงคุณสมบัติทั่วไปของประชากรที่ศึกษา โดยใช้สถิติที่นิยมใช้ในการวัดเชิงปริมาณ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ค่าสูงสุด (maximum) และ ค่าต่ำสุด (minimum) และการวิเคราะห์องค์ประกอบ (factors analysis) เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบนั้นเป็นเทคนิคการวิเคราะห์เพื่อใช้จัดหมวดหมู่ตัวแปรจำนวนมาก ให้เป็นหมวดหมู่ อีกทั้งยังช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะดำเนินการจัดหมวดหมู่ของตัวแปรต่าง ๆ ได้ในกรณีที่ผู้วิจัยไม่ทราบว่า จะทำการจัดหมวดหมู่ได้อย่างไร (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544)

## ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ร้อยละของธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กละสาขาอาหารพบว่า มีจำนวนพนักงานมากที่สุดสองอันดับแรกคือมีพนักงานตั้งแต่ 41-60 คน จำนวน 161 รายเท่า ๆ กับมีพนักงาน 61-200 รายคิดเป็นร้อยละ 40.3 รองลงไปที่มีพนักงานตั้งแต่ 21-40 คน จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 และอันดับสุดท้ายคือมีพนักงานตั้งแต่ 101-200 คนจำนวน 6 รายคิดเป็นร้อยละ 1.6 ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง

| ตัวแปร                           | จำนวน (ราย) | คิดเป็นร้อยละ |
|----------------------------------|-------------|---------------|
| จำนวนพนักงานในกิจการของท่าน (คน) |             |               |
| 1-20                             | 15          | 3.8           |
| 21-40                            | 57          | 14.2          |
| 41-60                            | 161         | 40.3          |
| 61-100                           | 40.3        | 40.3          |
| 101-200                          | 6           | 1.6           |
| ระดับการศึกษา                    |             |               |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี                 | 4           | 1.0           |
| ปริญญาตรี                        | 330         | 82.5          |
| สูงกว่าปริญญาตรี                 | 66          | 16.5          |
| อายุ (ปี)                        |             |               |
| 20-30                            | 16          | 4.0           |
| 31-40                            | 68          | 17.0          |
| 41-50                            | 255         | 63.7          |
| 51-60                            | 58          | 14.5          |
| มากกว่า 61 ปีขึ้นไป              | 3           | 0.8           |

ด้านระดับการศึกษาพบว่ามีการศึกษาในระดับปริญญาตรีเป็นจำนวนมากที่สุดมีจำนวน 330 รายคิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงไปที่จบกว่าศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 66 รายคิดเป็นร้อยละ 16.5 และจบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 4 รายคิดเป็นร้อยละ 1.0

ผลการวิเคราะห์ค่าร้อยละด้านอายุพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 41-50 ปีเป็นจำนวนมากที่สุดถึง 255 รายคิดเป็นร้อยละ 63.7 รองลงไปที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปีมีจำนวน 68 รายคิดเป็นร้อยละ 17 อันดับที่สามคือมีอายุระหว่าง 51-60 ปีมีจำนวน 58 รายคิดเป็นร้อยละ 14.5 อันดับที่สุดคือมีอายุระหว่าง 20-30 ปีมีจำนวน 16 รายคิดเป็นร้อยละ 4 และอันดับสุดท้ายคือมีอายุมากกว่า 61 ปีขึ้นไปมีจำนวน 3 รายคิดเป็นร้อยละ 0.8

ด้านความสามารถด้านภาษาอังกฤษจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่ได้ระบุว่าสามารถพูดได้หรือไม่เป็นจำนวนมากที่สุดถึง 384 รายคิดเป็นร้อยละ 96 รองลงไปคือไม่สามารถพูดภาษาอังกฤษจำนวน 12 รายคิดเป็นร้อยละ คิดเป็นร้อยละ 1.0 ส่วนประเภทของกิจการพบว่าเป็นผู้ประกอบการในกลุ่มอาหารมากถึงจำนวน 388 รายคิดเป็นร้อยละ 97

## ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนวัตกรรมกระบวนการ

| ชื่อตัวแปร   | ความหมาย                                          | ค่าเฉลี่ย | ส่วนเบี่ยงเบน<br>มาตรฐาน | ระดับค่า<br>คะแนน |
|--------------|---------------------------------------------------|-----------|--------------------------|-------------------|
| Pro 1        | การกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า       | 4.16      | 0.32                     | มาก               |
| Pro 2        | การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่ง | 3.85      | 0.36                     | มาก               |
| Pro 3        | การเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต               | 3.85      | 0.31                     | มาก               |
| Pro 4        | การลดต้นทุนผันแปรในการผลิต                        | 3.85      | 0.36                     | มาก               |
| Pro 5        | การกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า             | 4.12      | 0.63                     | มาก               |
| ค่าเฉลี่ยรวม |                                                   | 3.96      |                          | มาก               |

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยรวมของนวัตกรรมกระบวนการพบว่าค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก โดยพบว่ามีระดับค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.85-4.16 เมื่อพิจารณารายละเอียดพบว่าข้อคำถามด้านการกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่ง (Pro1) เป็นข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดที่ 4.16 รองลงไปคือการกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิต และการลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่งในกระบวนการขนส่งหรือที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งมีค่าเฉลี่ยที่เท่า ๆ กับการเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต รวมถึงด้านเทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ และการลดต้นทุนผันแปรในการผลิต รวมถึงด้านกระบวนการ เทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ตามลำดับ

ด้านผลการวิเคราะห์ความเชื่อมั่นพบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ 0.793 และมีค่า item total correlation ระหว่าง 0.510-0.670 ด้านผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้ดำเนินการวิจัยโดยใช้การหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax ปรากฏผลดังตารางที่ 3

## ตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจด้านนวัตกรรมกระบวนการ

| ชื่อองค์ประกอบ | องค์ประกอบ                                              |
|----------------|---------------------------------------------------------|
| Pro 1          | การกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า 0.870       |
| Pro 2          | การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่ง 0.840 |
| Pro 3          | การเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต 0.779               |

| ชื่อองค์ประกอบ |                                       | องค์ประกอบ |        |
|----------------|---------------------------------------|------------|--------|
| Pro 4          | การลดต้นทุนผันแปรในการผลิต            | 0.937      |        |
| Pro 5          | การกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า | 0.806      |        |
|                | Eigenvalue                            | 1.659      | 2.208  |
|                | Percent of Variance                   | 33.189     | 44.153 |
|                | Cumulative Percent                    | 44.153     | 77.342 |

KMO. 0.669, Chi square 743.57, df 10

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแปรด้านนวัตกรรมกระบวนการพบว่า ข้อคำถามที่ใช้วัดทั้ง 5 ข้อคำถามผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำตามที่กำหนด สามารถแยกออกได้เป็น 2 องค์ประกอบ โดยข้อคำถามด้านการลดต้นทุนผันแปรในการผลิต รวมถึงด้านกระบวนการ เทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ (Pro4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากที่สุดที่ 0.937

หากพิจารณาค่า Eigenvalue พบว่าองค์ประกอบที่ 1 มีค่าที่ 1.659 และองค์ประกอบที่ 2 มีค่าเท่ากับ 2.208 ด้านค่า KMO. มีค่าเท่ากับ 0.669 แสดงว่ามีความเหมาะสมที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้ปานกลาง ยิ่งไปกว่านั้นองค์ประกอบที่ 1 ประกอบด้วยตัวแปร 3 ตัวคือ Pro1-Pro3 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 33.189 และด้านองค์ประกอบที่ 2 ประกอบด้วยตัวแปร 2 ตัวคือตัวแปร Pro4-Mk5 สามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 44.153 ดังนั้นตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 5 ตัวร่วมกันสามารถอธิบายความแปรปรวนทั้ง 2 องค์ประกอบได้ร้อยละ 77.342

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อทำการวิเคราะห์การแจกแจงปกติพบว่ามีความเบ้ (value of skewness) ที่ 0.203 และค่าความโด่ง (value of kurtosis) ที่ 0.203 จึงผ่านเกณฑ์ขั้นต้นในการตรวจสอบข้อมูลด้านความแปรปรวนของตัวแปร สามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

เมื่อทำการวิเคราะห์ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) ของนวัตกรรมกระบวนการพบว่ามีความ tolerance ที่ 0.733 และมีค่า VIF ที่ 1.365 กล่าวได้ว่าตัวแปรแต่ละตัว ไม่รับอิทธิพลซึ่งกันและกันจากตัวแปรอื่น ๆ และไม่มีปัญหาด้านภาวะร่วมเส้นตรงสูง

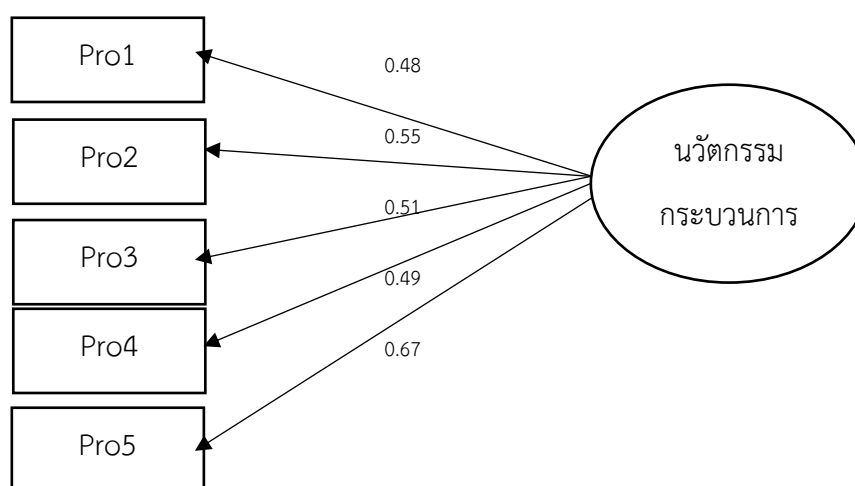
### การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการตรวจสอบโมเดลการวัดตัวแปรแฝงด้านนวัตกรรมกระบวนการกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Chi-square=155.56, df=5, P-value=0.000, RMSEA=0.057) แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ด้านการกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่ง (Pro1) การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่งในกระบวนการขนส่งหรือที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (Pro2) การเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต รวมถึงด้านเทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ (Pro3) การลดต้นทุนผันแปรในการผลิต รวมถึงด้านกระบวนการ เทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ (Pro4) และ การกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิต (Pro5) สามารถนำมาใช้วัดตัวแปรแฝงนวัตกรรมกระบวนการได้จริงดังรายละเอียดตารางที่ 4 และภาพที่ 1



ตารางที่ 4 ผลการตรวจสอบโมเดลการวัดตัวแปรแฝงด้านนวัตกรรมกระบวนการ

|       | ตัวแปรสังเกตได้                                                               | $\lambda_i$ | t     |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------|
| Pro 1 | การกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่า                                   | 0.48        | 15.29 |
| Pro 2 | การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่ง                             | 0.55        | 15.97 |
| Pro 3 | การเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต รวมถึงด้านเทคนิค เครื่องจักร              | 0.51        | 17.31 |
| Pro 4 | การลดต้นทุนผันแปรในการผลิต รวมถึงด้านกระบวนการ เทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ | 0.49        | 7.73  |
| Pro 5 | การกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิต                          | 0.67        | 11.95 |



Chi-square=155.56, df=5, P-value=0.000, RMSEA=0.057

ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของนวัตกรรมกระบวนการ

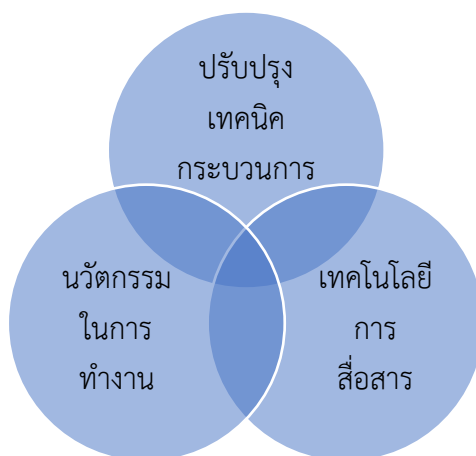
จากตารางที่ 4 พบว่าค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตได้ด้านการกำหนดและกำจัดการกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดส่ง (Pro1) การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่งในกระบวนการขนส่งหรือที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง (Pro2) การเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต รวมถึงด้านเทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ (Pro3) การลดต้นทุนผันแปรในการผลิต รวมถึงด้านกระบวนการ เทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ (Pro4) และ การกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิต (Pro5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ในช่วง 0.48-0.67 โดยที่ค่าน้ำหนักของตัวแปรสังเกตได้ทุกเส้นมีค่าแตกต่างจากศูนย์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรสังเกตได้ทั้ง 5 ตัวแปรสามารถนำมาวัดตัวแปรแฝงนวัตกรรมกระบวนการได้จริง เมื่อพิจารณาตามภาพที่ 1 พบว่าตัวแปรสังเกตได้ด้านการกำหนดและลดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มมูลค่าในกระบวนการผลิตมีความสำคัญในตัวแปรแฝงด้านนวัตกรรมด้านการตลาดสูงสุด (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ = 0.67) รองลงไปที่การลดต้นทุนผันแปรและ/หรือเพิ่มความเร็วในการจัดส่งใน

กระบวนการขนส่งหรือที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง และการเพิ่มคุณภาพผลผลิตในกระบวนการผลิต รวมถึงด้านเทคนิค เครื่องจักรและซอฟต์แวร์ตามลำดับ

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อทำการวิเคราะห์ความตรงแบบรวมศูนย์ (convergent validity) พบว่ามีค่า AVE ที่ 0.545 และค่า CR ที่ 0.800 ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า มาตรการมีความเที่ยงตรงสูงมาก และสามารถวัดเรื่องราวในหมวดของตนได้เป็นอย่างดี และมาตรการในแต่ละหมวดมีความคงเส้นคงวา (consistency) สูง

และท้ายสุดเมื่อทำการวิเคราะห์ค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง ( $P_c$ ) และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ของตัวแปรแฝง ( $P_v$ ) ของนวัตกรรมกระบวนการพบว่ามีค่า  $P_c$  ที่ 0.860 และค่า  $P_v$  ที่ 0.560 กล่าวได้ว่าค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝงมีระดับความเชื่อถือได้ ( $P_c$ ) ค่อนข้างสูง แต่สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบ ( $P_v$ )

### องค์ความรู้จากการวิจัย



ภาพที่ 2 องค์ความรู้จากการวิจัย

จากการศึกษานวัตกรรมกระบวนการได้องค์ความรู้จากการวิจัยโดย 1) ปรับปรุงเทคนิคการกำหนดราคาสินค้าที่ใช้สำหรับราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ ยิ่งไปกว่านั้นยังมีการปรับปรุงกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยต้องมีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์สมัยใหม่และพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว โดยองค์กรต้องมีการบริหารจัดการธุรกิจโดยการแสวงหาความรู้ใหม่ การสำรวจและการวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจ

2) มีการใช้เทคโนโลยีสื่อสารระหว่างลูกค้ากับผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการต้องคำนึงถึงความปลอดภัยและการปรับปรุงตัวเองเพื่อความอยู่รอด รวมถึงความยั่งยืนและความมั่นคงขององค์กร อนึ่งองค์กรต้องมีการคิดค้นนวัตกรรมหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เพื่อลดสิ่งที่ไม่จำเป็นลงไปเพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขันการธุรกิจอื่น ๆ ได้

กล่าวได้ว่าต้องมีการนำ 3) นวัตกรรมเข้ามาใช้ในการวางแผนการทำงาน เพื่อช่วยให้การทำงานงานสามารถดำเนินงานไปอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการบริหารจัดการด้านเวลา การจัดส่งหรือส่งมอบสินค้าให้

สามารถดำเนินงานได้อย่างเต็มความสามารถ กิจกรรมต้องมีการติดตามความก้าวหน้าของกิจการของตนเอง เพื่อให้สามารถทราบว่าสามารถดำเนินไปได้ตามแผนหรือไม่

จากองค์ความรู้ทั้ง 3 ประการ เมื่อผู้ประกอบการนำไปใช้แล้วจะส่งผลต่อสถานประกอบการ ดังนี้

1) มีกระบวนการผลิตที่ทันสมัยตรงต่อเวลาและความต้องการของผู้บริโภค สามารถผลิตสินค้าตอบสนองต่อตลาดได้ ก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังช่วยเพิ่มการจ้างงาน และลดการโยกย้ายถิ่นฐาน

2) ก่อให้เกิดนวัตกรรมในการทำงานโดยเฉพาะการทำงานที่เป็นระบบและเป็นกระบวนการ สร้างประสิทธิภาพและมาตรฐานในการทำงาน

3) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำงานโดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยส่งเสริมและกระจายสินค้าได้อย่างกว้างขวาง เข้าถึงลูกค้าได้ตลอดเวลา สามารถกระจายสินค้าได้ทั่วโลก และหลากหลายกลุ่ม อย่างไรก็ตามต้องพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมกับผู้บริโภคและแต่ละช่วงวัยด้วย

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์หาค่าประจักษ์ประกอบเชิงยืนยันพบว่าดัชนีวัดความสอดคล้องมีความเหมาะสมกลมกลืนดี ( $\chi^2=155.56$ ,  $df=5$ ,  $P\text{-value}=0.000$ ,  $RMSEA=0.057$ ) โดยต้องมีการวางแผนการทำงานและลดกิจกรรมที่ไม่จำเป็นลง รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานและขายสินค้า เนื่องจากมีกระบวนการทำงานที่ไม่ก่อให้เกิดคุณภาพ และใช้เวลามากในการทำงานไม่ก่อให้เกิดคุณภาพ สอดคล้องกับทฤษฎีด้านนวัตกรรมที่เสนอว่านวัตกรรมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ และมูลค่าเพิ่ม (Schumpeter, 1934) สนับสนุนด้วยผลการศึกษาของ Ismanu and Kusmintarti (2019) นวัตกรรมกระบวนการเป็นองค์ประกอบใหม่ที่น่าสนใจในการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์และบริการภายในบริษัท เช่น วัสดุข้อมูลเฉพาะของงานกลไก หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หรือให้บริการนวัตกรรมกระบวนการตลอดจนถึงวิธีการในการรักษาและปรับปรุงคุณภาพ และกระบวนการนวัตกรรมเป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยจำเป็นต้องมีนวัตกรรมกระบวนการเพื่อปรับปรุงระดับการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มความพึงพอใจในงานของพนักงาน รวมถึงการปรับปรุงการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือมูลค่าบริการให้กับลูกค้า การตรวจสอบและการลดข้อเสีย การตรวจสอบและการลดกระบวนการในการผลิต และลดเวลาและต้นทุนในการประมวลผล ด้วยเหตุผลสามารถกล่าวได้ว่าหากมีนวัตกรรมกระบวนการสามารถช่วยลดปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำงานลงได้ ช่วยจัดระบบในการทำให้มีคุณภาพได้มาตรฐานตรงตามกำหนดเวลา สามารถทำให้องค์กรสามารถทำงานได้เป็นระบบ ดังนั้นการผลิตสินค้าจะได้มาตรฐานและการยอมรับมากยิ่งขึ้น จะส่งผลต่อกระบวนการต่าง ๆ ที่ดียิ่งขึ้น ส่งเสริมให้การผลิตที่มีประสิทธิภาพ ควบคู่กับการจัดส่งสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่มีมาตรฐานมากยิ่งขึ้น ทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะด้านนวัตกรรม

พัฒนาขีดความสามารถด้านความสามารถด้านนวัตกรรม ด้วยการพัฒนาแนวทางการสร้างสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ พัฒนาแนวทางในการลดต้นทุนในการดำเนินงาน เพิ่มคุณภาพในการบริการจัดการลดขั้นตอนที่ซับซ้อนลง

สร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน เช่นลดต้นทุนการผลิต สร้างช่องทางการตลาด กระบวนการผลิตภัณฑ์แบบใหม่ ๆ ให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น รวมถึงการเปิดตลาดและกลุ่มผู้บริโภคใหม่ ๆ

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชน

กิจการขนาดกลางและขนาดเล็กสาขาอาหารสามารถนำข้อค้นพบไปใช้โดยพัฒนานวัตกรรมการผลิตอาหารให้เกิดความประหยัด ลดต้นทุน เก็บรักษาได้นาน ยิ่งไปกว่านั้นต้องพัฒนาอาหารให้เหมาะสมกับสังคมผู้สูงอายุที่รับประทาณง่าย ไม่ก่อให้เกิดโรคร้ายต่าง ๆ อีกทั้งยังต้องเหมาะสมกับผู้ป่วยที่ป่วยเป็นโรคต่าง ๆ ที่สามารถช่วยลดอาการของโรคหรือไม่ไปก่อให้เกิดการเพิ่มโรคร้ายต่าง ๆ ได้

ผู้ประกอบการกิจการขนาดกลางและขนาดย่อมควรปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐานสากล รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดใหม่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบใหม่เชิงรุกผ่านสื่อต่าง ๆ พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยเหมาะสมแก่ผู้บริโภคในแต่ละวัย รวมถึงอาหารที่ผลิตออกมาต้องเหมาะสมกับผู้บริโภคโดยเฉพาะผู้สูงอายุ อีกทั้งยังต้องเหมาะสมกับผู้บริโภคที่ป่วยมีโรคประจำตัว ยิ่งไปกว่านั้นต้องกระบวนการผลิตที่สามารถลดต้นทุนการผลิตโดยจัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ยิ่งไปกว่านั้นต้องมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการจัดการเพื่อให้สามารถพัฒนาผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 3. ข้อเสนอแนะระดับชาติ

สำหรับแนวทางการพัฒนาในระดับชาติส่งเสริมให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านนวัตกรรมด้านต่าง ๆ อย่างแท้จริงเช่น การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์มากกว่าจะจัดตั้งเป็นหน่วยงานแบบภาพรวม เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมในด้านต่าง ๆ รวมตลอดถึงต้องส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงกันระหว่างนวัตกรรมที่ผลิตได้ในประเภทเชื่อมโยงกับกิจการต่าง ๆ เช่นดนตรี ละคร สื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ออกไปสู่สาธารณชน เพื่อส่งเสริมให้ผู้รับสื่อได้ใช้หรือติดตามในเรื่องรานั้น นำไปสู่การสร้างควาามนิยมในตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของประเทศได้

## แนวทางการวิจัยในอนาคต

1. วิเคราะห์กรอบแนวความคิดด้านนวัตกรรมนี้กับกลุ่มประชากรอื่น ๆ เช่น ผู้ประกอบการขนาดกลางหรือขนาดเล็ก หรือวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างเสริมนวัตกรรมให้เกิดความก้าวหน้ากับธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กต่อไปได้ รวมถึงการวิเคราะห์กับกลุ่มประชากรอื่น ๆ ได้เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจในกลุ่มอื่น ๆ เป็นต้น

2. ทำการศึกษาตัวแปรกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเป็นการเฉพาะเพื่อค้นคว้าให้พบข้อเสนอแนะที่เฉพาะเจาะจงกับตัวแปรกลุ่มนั้น ๆ

3. ศึกษาในช่วงเวลาที่แตกต่างกันออกไปเพื่อสามารถเก็บข้อมูลใหม่ ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E., (2010). *Multivariate data analysis: A global perspectives*. Upper, Saddle River, NJ: Pearson Education, International.
- Insead. (2020). Knowledge. Retrieved September 1, 2021, from: <https://knowledge.insead.edu/entrepreneurship/the-worlds-most-innovative-countries-2020-15076>
- Ismanu, Sidik and Kusmintarti, Anik. (2019). Innovation and Firm Performance of Small and Medium Enterprises. Retrieved July 6, 2021, from: [http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber\\_8-s2\\_28\\_h18-093\\_312-323.pdf](http://buscompress.com/uploads/3/4/9/8/34980536/riber_8-s2_28_h18-093_312-323.pdf)
- Monroe-White, Thema. (2018). Social Enterprise Innovation: A Quantitative Analysis of Global Patterns. Retrieved 1, 2021, from: <file:///C:/Users/Phrat/Downloads/SocialEnterpriseInnovation-Voluntas.pdf>
- National Innovation Agency. (2021). A look at the global innovation policy in the era of COVID-19. Retrieved September 1, 2021, from: <https://www.nia.or.th/public/index.php/COVID-19worldinnovationpolicy>
- Nongluck Wiratchai. (1999) Lisrail model: statistical analysis for research. Bangkok: Printing House of Chulalongkorn University, 1999.
- Ohio University. (2021). The Four Types of Innovation That Add Value to Your Business. Retrieved September 1, 2021, from: <https://www.creativityatwork.com/2016/12/02/how-you-can-benefit-from-business-innovation/>. 1 September 2021.
- Olanrewaju, A., Lim, X. Y., Tan, S. Y., Lee, J. E., and Adnan, H. (2018). Factors affecting Housing Prices in Malaysia: analysis of the supply side. *Planning Malaysia: Journal of the Malaysian Institute of Planners*, 16(2), pp. 225–235.
- Panita Kaewket. (2012). Meaning, Composition, Type and Importance of Innovation. Retrieved September 1, 2021, from: <https://www.gotoknow.org/posts/492092>
- Pierre, Antoine and Fernandez, Anne-Sophie. (2018). GOING DEEPER INTO SMES' INNOVATION CAPACITY: AN EMPIRICAL EXPLORATION OF INNOVATION CAPACITY FACTORS. Retrieved July 6, 2021, from: [file:///C:/Users/Phrat/Downloads/JIE\\_PR1\\_0019.pdf](file:///C:/Users/Phrat/Downloads/JIE_PR1_0019.pdf)
- Schumpeter, J.A. (1934). The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest and the business cycle, Harvard Economic Studies, Vol. 46, Harvard College, Cambridge, MA.
- Small and medium enterprises (SME). (2020). Food business innovation concept. Retrieved June 26, 2021, from: <https://www.sme knowledgecenter.com/slides/slide/214>