

# อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

## Influence of Entrepreneurial Innovation Management Skills Affecting the Success of Small and Medium Enterprises in Chiang Mai Province

ศักดิ์ดนัย ชัยวิรัตน์<sup>1\*</sup> ภัทธานันท์ กิตติธินันท์<sup>2</sup> สударัตน์ แสงแก้ว<sup>3</sup>

Sakdanai Chaiwirat<sup>1\*</sup> Phathranit Kitthitinan<sup>2</sup> Sudarat Saengkeaw<sup>3</sup>

Corresponding Author's Email: 64864104@g.cmu.ac.th

(Received: June 23, 2023; Revised: August 17, 2023; Accepted: September 11, 2023)

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของทักษะการจัดการนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 ราย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาเพื่อหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในภาคการบริการที่เป็นธุรกิจขนาดย่อม โดยมีรายได้ต่อก่อนหักค่าใช้จ่าย ไม่เกิน 50 ล้านบาท ใช้ระยะเวลาในการประกอบกิจการ มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป และมีจำนวนพนักงานทั้งหมด (รวมเจ้าของกิจการ) ตั้งแต่ 1 - 5 คน

ผลการศึกษาทักษะการจัดการนวัตกรรม พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากกับปัจจัยที่ 2 (ด้านกระบวนการใหม่) และด้านความสำเร็จของวิสาหกิจนั้น ผู้ประกอบการให้ความสำคัญมากกับการบรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่ได้ตั้งไว้

ผลการทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ พบว่า มี 3 ปัจจัย ที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปน้อย ได้ดังนี้ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่ โดยสามารถพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.10

**คำสำคัญ:** ทักษะการจัดการนวัตกรรม ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

### Abstract

The purposes of this research were to study the importance of innovation management skills, entrepreneur transformational leadership, and the success of small and medium enterprises in Chiang Mai province and to test the influence of innovation management skills and entrepreneur transformational leadership towards the success of small and medium enterprises in Chiang Mai. This research is quantitative research. Data collection was conducted with a questionnaire with 400 entrepreneurs of small and medium enterprises in Chiang Mai province. Data were analyzed

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

<sup>3</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

<sup>1</sup> Master's Student, Master of Business Administration, Program Business Administration, Chiang Mai Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer, Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

<sup>3</sup> Lecturer, Department of Business Computers, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University

by using descriptive statistics to find frequency, percentage, mean, standard deviation. Also, inferential statistics, which is factor analysis, was analyzed for exploratory factor and multiple regression.

The results of the research revealed that most entrepreneurs were female, aged between 31 to 40 years old with a bachelor's degree. Most of them were from small businesses in a service sector with annual income, before deducting expenses, not exceeding 50 million baht, and having more than 5 years business operation as well as having a total number of 1-5 employees (including business owners).

The results of the study on innovation management skills found that entrepreneurs focused on the second factor (new processes). And the success of the enterprise, entrepreneurs focused on the achievement of business goals that had been set.

The results of testing the influence of innovation management skills of entrepreneurs found that there were 3 factors that had a positive influence. to the success of small and medium enterprises in Chiang Mai. Can be ranked in order of importance from the most to the least as follows: human capital development, new products, and finding new markets, which can forecast the trend of success of small and medium enterprises in Chiang Mai at 31.10 percent.

**Keywords:** innovation management skills, the success of small and medium enterprises

## ความเป็นมาของปัญหา

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2564 สร้างรายได้ถึง 5,602,743 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 34.6 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานจำนวน 12,601,726 คน คิดเป็นร้อยละ 71.86 ในขณะที่วิสาหกิจขนาดใหญ่ก่อให้เกิดการจ้างงานเพียง 4,934,610 คน คิดเป็นร้อยละ 28.14 เท่านั้น ในประเทศไทยมีจำนวนวิสาหกิจทั้งสิ้น 3,178,124 แห่ง โดย ร้อยละ 99.57 เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.43 เป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565)

เมื่อพิจารณาเฉพาะในเขตภาคเหนือ พบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุดจำนวน 103,600 แห่ง โดยร้อยละ 99.28 เป็นวิสาหกิจขนาดย่อม ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 0.72 เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจประเภทบริการ 47,747 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 46.09 รองลงมาเป็นวิสาหกิจการค้า จำนวน 37,484 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 36.18 และวิสาหกิจการผลิต จำนวน 18,369 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 17.73 ตามลำดับ ทั้งนี้สามารถสร้างรายได้ 143,260 ล้านบาท และเกิดการจ้างงาน 353,425

คน ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงถือเป็นแหล่งของ การจ้างงาน แหล่งของการกระจายรายได้ แหล่งแปรรูปสินค้า และเสียภาษีให้กับภาครัฐ ที่เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ และแนวคิดใหม่ๆ ขณะเดียวกันจังหวัดเชียงใหม่ก็มีจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ไม่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในเขตภาคเหนือเช่นกัน ระหว่างปี พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2565 มีจำนวนวิสาหกิจที่ปิดกิจการจำนวน 3,889 แห่ง (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2565) สืบเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) และปัญหา ของความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ สาเหตุหลักที่ทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ประสบความสำเร็จจนต้องปิดกิจการ นั่นคือ การปรับตัวของผู้ประกอบการ

จากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำพาธุรกิจให้สามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัวที่จะยอมรับและจัดการที่จะนำเอานวัตกรรมมาปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์หรือสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยในปัจจุบันนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจ เพื่อช่วยให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจดีขึ้น เช่น

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการตลาดจากรูปแบบเดิมการตลาดออฟไลน์ (Offline Marketing) เปลี่ยนเป็นการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ซึ่งจะช่วยให้อุปสงค์สินค้าเพิ่มขึ้น ด้วยการทำการตลาดผ่านการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Instagram ตลอดจนการจำหน่ายสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee และ Lazada เป็นต้น ดังนั้นหากผู้ประกอบการสามารถปรับตัวด้วยการเปิดใจยอมรับนวัตกรรม และนำเอานวัตกรรมมาปรับใช้แทนที่กระบวนการทำงานแบบเดิมจะสามารถช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ถึงแม้ว่าจะเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงก็ตาม

ดังนั้น ทักษะการจัดการนวัตกรรม จึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญของผู้ประกอบการ สำหรับการสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ (นาวา มาสวนจิก, ปิยะวรรณ ยางคำ, พรวิทย์ รักษาศรี, กชนิภา วานิชิตติกุล และอัจฉรพร เฉลิมชิต, 2562) ถึงแม้ว่าจะมีการศึกษาด้านทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จกันอย่างกว้างขวาง แต่ก็ยังมีบทสรุปที่ไม่ชัดเจน โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

ประเด็นแรก ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ มีทั้งปัจจัย และประกอบด้วยปัจจัยใดบ้าง ยกตัวอย่าง เช่น การศึกษาของ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ มี 1 ปัจจัยเท่านั้น คือ ปัจจัยการพัฒนาทุนมนุษย์ ในขณะที่ จัตุรแก้ว ฮาตระกูล (2555) พบว่า มี 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และปัจจัยด้านการบริการใหม่ แต่ผลการศึกษาของ ศิริณภา สันติภาณุโสภณ (2562) กลับพบว่า มี 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ ปัจจัยด้านการตลาดใหม่ และปัจจัยด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ของธุรกิจ เป็นต้น

ประเด็นที่สอง ความไม่สอดคล้องกันของผลการศึกษาทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ยกตัวอย่าง เช่น ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ โดย สุพัตรา ปราณี, ธนพล ก่อฐานะ, กุญชรย์ คำชาย และ บัณฑิต ผังนิรันดร์ (2561); นาวา มาสวนจิก และ คณะ (2562); ศิริณภา สันติภาณุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ วีระธนชัยกุล (2563); ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563); สุวิมล มธุรส (2563) และฐาภา อนุสรณ์

พานิชกุล (2563) พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในขณะที่ จัตุรแก้ว ฮาตระกูล (2555) และ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) กลับพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ และปัจจัยด้านการบริการใหม่ โดย จัตุรแก้ว ฮาตระกูล (2555); สุพัตรา ปราณี และ คณะ (2561); นาวา มาสวนจิก และ คณะ (2562); กัลยารัตน์ วีระธนชัยกุล (2563) และ สุวิมล มธุรส (2563) พบว่า ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ในทางตรงกันข้าม วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) พบว่า ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เป็นต้น

ประเด็นที่สาม ยังมีข้อถกเถียงกันถึงเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาความสำเร็จของธุรกิจ นักวิชาการ ได้นำเสนอเกณฑ์ที่ใช้พิจารณาความสำเร็จไว้แตกต่างกัน สามารถแยกเป็น 2 วิธี คือ การพิจารณาจากศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ และการพิจารณาจากผลการดำเนินงานของธุรกิจ แต่ก็ยังมีบทสรุป ที่ไม่ชัดเจนว่าจะใช้วิธีการใดในการวัดค่าความสำเร็จที่แน่นอน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ มี 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ด้านการบริการใหม่ ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ด้านการตลาดใหม่ และด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ส่วนความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใช้ผลการดำเนินงานของธุรกิจทางด้านเศรษฐกิจเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ประกอบด้วย ยอดขายที่เพิ่มขึ้น กำไรที่เพิ่มขึ้น และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงปริมาณที่สามารถวัดค่าความสำเร็จออกมาเป็นตัวเลขได้ ทำให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด

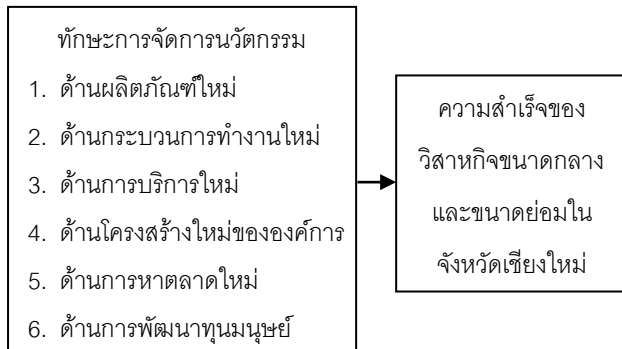
## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของทักษะการจัดการนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

## สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ( $H_1$ ) : อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

### กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

## ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 1. แนวคิดเกี่ยวกับผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าผู้ประกอบการ หมายถึง บุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจ สามารถรวบรวมข้อมูล มีการคิดวิเคราะห์และวางแผน เพื่อที่จะดำเนินการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา โดยการนำเอาปัจจัยการผลิตต่างๆ เช่น ทุน ที่ดิน แรงงาน และเทคนิคการบริหารจัดการ มาดำเนินงานด้วยวิธีที่สร้างสรรค์นำเสนอการขายในตลาดเพื่อหวังผลกำไรและพร้อมที่จะยอมรับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจของตน ดังที่ กนกกาญจน์ อวีรุตม์ (2561) ศึกษาไว้ว่า ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่มีความคิดริเริ่มในการประกอบธุรกิจหรือมองเห็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ ทั้งการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตใหม่ให้ดีกว่าเดิม และมีการประยุกต์ใช้ความรู้และความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการ ใช้ความคิดสร้างสรรค์มาช่วยในการวางแผนและดำเนินการจัดการ บริหารพัฒนาธุรกิจ โดยผู้ประกอบการนั้นต้องสามารถแบกรับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ในการดำเนินธุรกิจ มุ่งเน้นความสำเร็จของธุรกิจในลักษณะของผลกำไรและความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจ

### 2. แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จทางธุรกิจ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าความสำเร็จของธุรกิจ คือ การบรรลุผลของเป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายหนึ่งๆ ของผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจที่สามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ชัดเจน เช่น ผลกำไร ยอดขาย

จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้น และไม่สามารถวัดค่าเป็นตัวเลขได้ชัดเจน เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า เจ้าของกิจการ รวมถึงคู่แข่ง และการเรียนรู้และเติบโตของธุรกิจ โดยงานวิจัยครั้งนี้ ใช้การวัดค่าความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ตามแนวคิดของ เฟรเซอร์ (Frese, 2000) ที่วัดความสำเร็จทางเศรษฐกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลทางธุรกิจ ได้แก่ ผลกำไร ยอดขาย และจำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง เนื่องจากเป็นปัจจัยเชิงปริมาณที่สามารถวัดค่าความสำเร็จออกมาเป็นตัวเลขได้ และทำให้มองเห็นภาพได้ชัดเจนที่สุด

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการจัดการนวัตกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถสรุปได้ว่าทักษะการจัดการนวัตกรรม หมายถึง การบริหารจัดการทางด้านความคิดและกระบวนการใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน หรือการพัฒนาต่อยอดจากของเดิมให้ดีขึ้น และเมื่อนำมาใช้สามารถทำให้งานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ตามแนวคิดของ Zhao (2006) ที่ให้ความหมายของทักษะการจัดการนวัตกรรมไว้ว่า เป็นความสามารถของบุคคลในการใช้เทคโนโลยีที่สามารถเรียนรู้ อบรมและพัฒนาได้ เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจทุกภาคส่วน เพื่อการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ ซึ่งประกอบ ด้วยทักษะการจัดการนวัตกรรม 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) คือ การคิดค้น ปรับปรุง วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือเกิดเป็นสิ่งใหม่ สร้างความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้

2) ด้านกระบวนการใหม่ (New process) คือ การนำเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่มาปรับปรุงและพัฒนาวิธีการผลิตการดำเนินงาน และการบริหาร เพื่อลดต้นทุน ลดขั้นตอน และเพิ่มประสิทธิภาพ

3) ด้านการบริการใหม่ (New service) คือ การนำความคิดและแนวทางใหม่ มาใช้ในการสร้างบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งการรักษาคุณภาพและมาตรฐานเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า

4) ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร (New form of organization) คือ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาปรับปรุงโครงสร้างองค์กรใหม่ เพื่อให้สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

5) ด้านการหาตลาดใหม่ (New markets) คือ การพัฒนาวิธีการทำการตลาด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือบริการใหม่ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้

6) ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human capital development) คือ การพัฒนาความรู้ ทักษะและความสามารถให้กับบุคลากร โดยการนำวิธีการใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการพัฒนาปรับปรุงให้เกิดความชำนาญ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานที่ประสบความสำเร็จ

### วิธีดำเนินงานวิจัย

1. ประชากร คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 103,600 แห่ง

2. กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยคำนวณกลุ่มตัวอย่าง กรณีทราบจำนวนประชากรตามแนวคิดของ Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย

### 3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยเป็นคำถามที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมมาและได้พัฒนาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาสร้างเป็นข้อคำถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ เป็นข้อคำถามแบบตัวเลือก (Check list question)

ส่วนที่ 2-3 เป็นคำถามเกี่ยวกับทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการ และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นข้อคำถามแบบมาตราวัดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

### 4. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

มีการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ราย ซึ่งได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ที่คำนวณได้อยู่ระหว่าง 0.8-1.00 คะแนน ซึ่งสูงกว่า 0.5 ในทุกข้อคำถาม แสดงว่า ข้อคำถามตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้ (สิน พันธุ์พินิจ, 2551) และได้ทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้นำแบบสอบถามออกไปทดสอบ (Try-out) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่

กลุ่มตัวอย่าง เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach' Alpha Coefficient) โดยมีผลการวิเคราะห์ ด้านทักษะการจัดการนวัตกรรม เท่ากับ 0.914 และ ด้านความสำเร็จ เท่ากับ 0.863 ซึ่งทั้ง 2 ด้านมีค่ามากกว่า 0.7 แสดงว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Nunnally, 1978 อ้างถึงใน George and Mallery, 2003)

### 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional study)

### 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อใช้ในการทดสอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis) และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และสมมติฐานที่ 1 ( $H_1$ ) : อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

### ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในจังหวัดเชียงใหม่ แสดง 3 ลำดับแรก

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ | ลำดับ 1<br>(ร้อยละ)  | ลำดับ 2<br>(ร้อยละ)            | ลำดับ 3<br>(ร้อยละ)                         |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------------|---------------------------------------------|
| เพศ                         | หญิง<br>(56.50)      | ชาย<br>(43.50)                 | -                                           |
| อายุ                        | 31-40 ปี<br>(34.75)  | 41-50 ปี<br>(20.50)            | 51-60 ปี<br>(19.25)                         |
| ระดับการศึกษา               | ปริญญาตรี<br>(48.75) | อนุปริญญา<br>(ปวส.)<br>(19.25) | ต่ำกว่า<br>มัธยมศึกษา<br>ตอนปลาย<br>(13.75) |

ตารางที่ 1 (ต่อ)

| ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ | ลำดับ 1<br>(ร้อยละ)            | ลำดับ 2<br>(ร้อยละ)         | ลำดับ 3<br>(ร้อยละ)    |
|-----------------------------|--------------------------------|-----------------------------|------------------------|
| ประเภทและขนาดของธุรกิจ      | ภาคการบริการ<br>(41.75)        | ภาคการค้า<br>(31.50)        | ภาคการผลิต<br>(26.75)  |
| - ภาคการบริการ              | รายย่อยและขนาดย่อม<br>(40.25)  | ขนาดกลาง<br>(1.50)          | -                      |
| - ภาคการค้า                 | รายย่อยและขนาดย่อม<br>(30.25)  | ขนาดกลาง<br>(1.25)          | -                      |
| - ภาคการผลิต                | รายย่อยและขนาดย่อม<br>(25.75)  | ขนาดกลาง<br>(1.00)          | -                      |
| ระยะเวลา                    | มากกว่า 5 ปี ขึ้นไป<br>(48.80) | ตั้งแต่ 1 - 5 ปี<br>(43.20) | ไม่เกิน 1 ปี<br>(8.00) |
| จำนวนพนักงาน                | 1-5 คน<br>(74.80)              | 6-30 คน<br>(22.20)          | 31-100 คน<br>(2.00)    |

จากตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 56.50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.75 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.75 ส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในภาคบริการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 โดยเป็นธุรกิจภาคบริการรายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 40.25 ภาคการค้ารายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 30.25 และภาคการผลิตรายย่อยและขนาดย่อม คิดเป็นร้อยละ 25.75 มีระยะเวลาในการประกอบกิจการมากกว่า 5 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 48.80 และมีจำนวนพนักงานทั้งหมด 1-5 คน คิดเป็นร้อยละ 74.80

**2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการจัดการนวัตกรรม และความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่** ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์

**2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการจัดการนวัตกรรม**

**ตารางที่ 2** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทักษะการจัดการนวัตกรรม

| ทักษะการจัดการนวัตกรรม   | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|--------------------------|-----------|-------|--------------------|
| 1. ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่     | 3.72      | 0.756 | สำคัญมาก           |
| 2. ด้านกระบวนการใหม่     | 3.97      | 0.721 | สำคัญมาก           |
| 3. ด้านการบริการใหม่     | 3.93      | 0.736 | สำคัญมาก           |
| 4. ด้านโครงสร้างใหม่     | 3.72      | 0.779 | สำคัญมาก           |
| 5. ด้านการตลาดใหม่       | 3.60      | 0.832 | สำคัญมาก           |
| 6. ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ | 3.77      | 0.719 | สำคัญมาก           |
| ค่าเฉลี่ยรวม             | 3.77      | 0.772 | สำคัญมาก           |

จากตารางที่ 2 พบว่า จากภาพรวมผลการวิเคราะห์ข้อมูลของทักษะการจัดการนวัตกรรม ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก แสดงว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ( $\bar{X}$  = 3.77, S.D.= 0.772) สามารถเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุดได้ดังนี้ ด้านกระบวนการใหม่ (New process) ( $\bar{X}$  = 3.97, S.D.= 0.721) รองลงมา คือ ด้านการบริการใหม่ (New service) ( $\bar{X}$  = 3.93, S.D.= 0.736) และน้อยที่สุด คือ ด้านการตลาดใหม่ (New markets) ( $\bar{X}$  = 3.60, S.D.= 0.832)

**2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม**

**ตารางที่ 3** แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ

| ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ                                       | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|-----------------------------------------------------------------|-----------|-------|--------------------|
| 1. ธุรกิจของท่านมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง                   | 3.59      | 0.680 | สำคัญมาก           |
| 2. ธุรกิจของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง            | 3.76      | 0.636 | สำคัญมาก           |
| 3. ธุรกิจของท่านมียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง                 | 3.74      | 0.676 | สำคัญมาก           |
| 4. ธุรกิจของท่านได้บรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่ท่านได้ตั้งไว้ | 3.80      | 0.650 | สำคัญมาก           |

ตารางที่ 3 (ต่อ)

| ด้านความสำเร็จทางเศรษฐกิจ                     | $\bar{X}$ | S.D.  | ระดับ<br>ความสำคัญ |
|-----------------------------------------------|-----------|-------|--------------------|
| 5. ท่านรู้สึกพึงพอใจในความสำเร็จ<br>ของกิจการ | 3.70      | 0.694 | สำคัญมาก           |
| รวม                                           | 3.72      | 0.671 | สำคัญมาก           |

จากตารางที่ 3 พบว่า ในภาพรวมผู้ประกอบการ  
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่  
ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับสำคัญมาก ( $\bar{X} = 3.72$ ,  
S.D.= 0.671) ต่อความสำเร็จของกิจการ เมื่อพิจารณารายข้อ  
สามารถเรียงลำดับจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด  
ได้ดังนี้ ธุรกิจของท่านได้บรรลุผลตามเป้าหมายทางธุรกิจที่  
ท่านได้ตั้งไว้ ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D.= 0.650) รองลงมา คือ ธุรกิจ  
ของท่านมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.76$ ,  
S.D.= 0.636) และน้อยที่สุด คือ ธุรกิจของท่านมีกำไรเพิ่มขึ้น  
อย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.59$ , S.D.= 0.680)

**3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของทักษะการ  
จัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อ  
ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใน  
จังหวัดเชียงใหม่** ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อที่ 2 โดยใช้  
เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor  
analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบเป็น  
ขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

**ขั้นตอนที่ 1** การจัดกลุ่มปัจจัยทักษะการจัดการ  
นวัตกรรม ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ  
(Exploratory Factor Analysis)

**ตารางที่ 4** แสดงค่าแปรปรวนของปัจจัย ค่าน้ำหนักปัจจัย  
และค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาครอนบาคของปัจจัย  
ทักษะการจัดการนวัตกรรม

| ทักษะการจัดการนวัตกรรม                                                       | ค่า<br>น้ำหนัก | ค่า<br>แปรปรวน | ความ<br>เชื่อมั่น |
|------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| 1. ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่                                             |                | 27.031         | 0.702             |
| 1.1 กิจการสามารถกระจายอำนาจ<br>ให้แก่บุคลากรตามโครงสร้างการ<br>บริหารงานใหม่ | 0.974          |                |                   |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

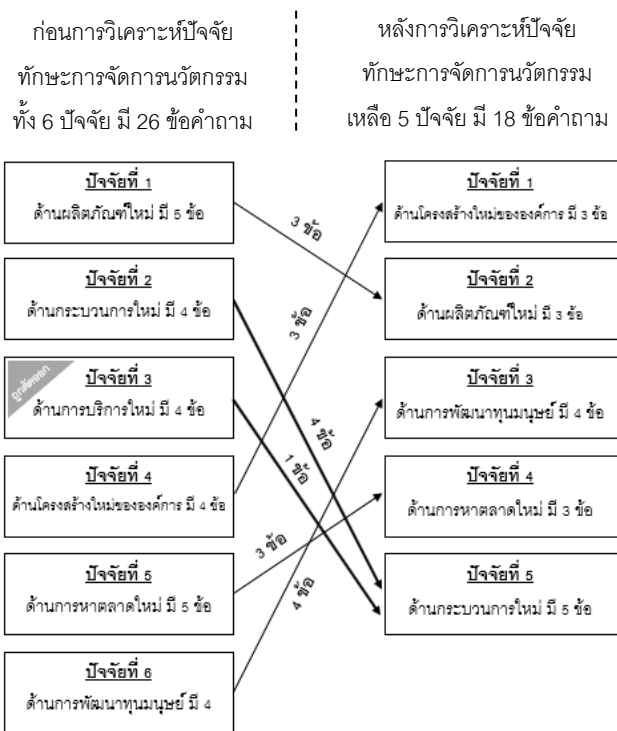
| ทักษะการจัดการนวัตกรรม                                                                                                | ค่า<br>น้ำหนัก | ค่า<br>แปรปรวน | ความ<br>เชื่อมั่น |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|-------------------|
| 1.2 กิจการสามารถปรับลดขนาด<br>องค์กรเพื่อความสะดวกต่อการ<br>บริหารงานภายในองค์กร                                      | 0.563          |                |                   |
| 1.3 กิจการสามารถปรับเปลี่ยน<br>โครงสร้างองค์กรให้สอดคล้องกับการ<br>เปลี่ยนแปลง                                        | 0.532          |                |                   |
| 2. ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่                                                                                      |                | 12.746         | 0.716             |
| 2.1 กิจการสามารถนำเสนอ<br>ผลิตภัณฑ์ให้ตอบสนองความต้องการ<br>ของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม                                    | 0.894          |                |                   |
| 2.2 กิจการสามารถพัฒนา<br>ผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและแตกต่าง<br>จากคู่แข่งอย่างชัดเจน                                 | 0.711          |                |                   |
| 2.3 กิจการสามารถพัฒนา<br>ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่เคยมีในตลาดมาก่อน                                                         | 0.515          |                |                   |
| 3. ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์                                                                                  |                | 9.384          | 0.750             |
| 3.1 กิจการสามารถส่งเสริมบุคลากร<br>ให้ใช้ความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่                                                | 0.775          |                |                   |
| 3.2 กิจการเน้นการพัฒนาความรู้<br>และทักษะของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง<br>เพื่อให้สามารถปรับตัวให้ทันต่อการ<br>เปลี่ยนแปลง | 0.761          |                |                   |
| 3.3 กิจการสามารถเปิดโอกาสให้<br>บุคลากรได้เรียนรู้ในการทำงานข้ามสาย<br>งานเพื่อปฏิบัติงานได้หลากหลาย                  | 0.580          |                |                   |
| 3.4 กิจการมีการพัฒนาความรู้และ<br>ทักษะของบุคลากรได้อย่างรวดเร็วเมื่อมี<br>การนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ในธุรกิจ        | 0.494          |                |                   |
| 4. ปัจจัยที่ 4 ด้านการตลาดใหม่                                                                                        |                | 12.746         | 0.716             |
| 4.1 กิจการเก็บรวบรวมข้อมูลทาง<br>การตลาดเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่                                                      | 0.894          |                |                   |
| 4.2 กิจการมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์<br>ใหม่เพื่อตอบสนองตลาดใหม่ได้รวดเร็ว<br>กว่าคู่แข่ง                                   | 0.711          |                |                   |
| 4.3 กิจการเปิดโอกาสรับฟังความ<br>คิดเห็นของพนักงานและผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อ<br>นำไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด             | 0.515          |                |                   |

ตารางที่ 4 (ต่อ)

| ทักษะการจัดการนวัตกรรม                                                                    | ค่าน้ำหนัก | ค่าแปรปรวน | ความเชื่อมั่น |
|-------------------------------------------------------------------------------------------|------------|------------|---------------|
| 5. ปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่                                                          |            | 6.124      | 0.713         |
| 5.1 กิจการสามารถนำเทคนิคและวิธีการปฏิบัติงานใหม่มาปรับใช้ในกระบวนการผลิต                  | 0.816      |            |               |
| 5.2 กิจการสามารถลดขั้นตอนกระบวนการทำงาน เพื่อความสะดวกและรวดเร็ว                          | 0.636      |            |               |
| 5.3 กิจการสามารถปรับปรุงกระบวนการผลิตและกำหนดงานให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้า        | 0.624      |            |               |
| 5.4 กิจการสามารถนำเสนอบริการใหม่ให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว                               | 0.450      |            |               |
| 5.5 กิจการสามารถนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย | 0.389      |            |               |
| รวม                                                                                       |            | 62.652     |               |

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่า Factor Loading มีค่าระหว่าง 0.3 - 0.9 ตามเกณฑ์ของ แฮร์, แอนเดอร์สัน, เทแฮม และแบล็ค (Hair, Anderson, Tatham and Black, 2003) ค่าน้ำหนักปัจจัยควรมีค่าตั้งแต่ 0.25 ขึ้นไป หากกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามที่ได้จากการวิเคราะห์มีความเหมาะสมที่จะอยู่ในปัจจัยเดียวกัน ซึ่งค่า Factor Loading ของทักษะการจัดการนวัตกรรมใหม่ทั้ง 5 ด้าน มีค่ามากกว่า 0.25 ตามเกณฑ์ โดยสามารถวัดค่าความแปรปรวนทั้งหมด ได้เท่ากับ 62.652

ภายหลังจากการวิเคราะห์ทั้ง 26 ข้อคำถาม ของปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรมทั้ง 6 ปัจจัย มีข้อคำถามที่สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้ 18 ข้อคำถาม ใน 5 ปัจจัย แสดงไว้ใน ภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 การจัดกลุ่มปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรม

ข้อคำถามที่ถูกตัดออก จำนวน 8 ข้อคำถาม เนื่องจากค่าสถิติของข้อคำถามเหล่านั้นไม่สัมพันธ์กับปัจจัยใดเลยจึงไม่สามารถนำมาจัดกลุ่มปัจจัยใหม่ได้

**ขั้นตอนที่ 2** การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเป็นแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรอิสระ คือ ทักษะการจัดการนวัตกรรมทั้ง 5 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ปัจจัยที่ 4 ด้านการตลาดใหม่ และปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่ โดยใช้ค่าคะแนนปัจจัย (Factor score) ที่ได้จากการจัดกลุ่มปัจจัยมาใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยในครั้งนี้เลือกใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ซึ่งมีเงื่อนไข 2 ข้อ โดยมีรายละเอียดดังนี้



## 1) ผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูล

**ตารางที่ 5** แสดงผลการทดสอบการแจกแจงของข้อมูลของ  
ทักษะการจัดการนวัตกรรม

| Tests of Normality             |                                 |     |       |
|--------------------------------|---------------------------------|-----|-------|
| Factor                         | Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup> |     |       |
|                                | Statistic                       | df  | Sig.  |
| 1. ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์การ | 0.199                           | 400 | 0.200 |
| 2. ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่           | 0.160                           | 400 | 0.200 |
| 3. ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์       | 0.379                           | 400 | 0.170 |
| 4. ด้านการหาตลาดใหม่           | 0.265                           | 400 | 0.200 |
| 5. ด้านกระบวนการใหม่           | 0.381                           | 400 | 0.200 |

จากตารางที่ 5 การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลด้วยค่าสถิติ Kolmogorov-Smirnov<sup>a</sup> เมื่อกลุ่มตัวอย่างมีมากกว่า 50 ตัวอย่างขึ้นไป พบว่า ข้อมูลมีการกระจายตัวเป็นเส้นโค้งปกติ สามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณได้

## 2) ผลการทดสอบ Multicollinearity

**ตารางที่ 6** แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของปัจจัยทักษะการจัดการนวัตกรรม

| ทักษะการจัดการนวัตกรรม                  |             |             |             |             |             |
|-----------------------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Factor                                  | ปัจจัยที่ 1 | ปัจจัยที่ 2 | ปัจจัยที่ 3 | ปัจจัยที่ 4 | ปัจจัยที่ 5 |
| ปัจจัยที่ 1 ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์การ | 1.000       |             |             |             |             |
| ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่           | 0.159       | 1.000       |             |             |             |
| ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์       | 0.225       | 0.092       | 1.000       |             |             |
| ปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่           | 0.016       | 0.264       | 0.131       | 1.000       |             |
| ปัจจัยที่ 5 ด้านกระบวนการใหม่           | 0.183       | 0.217       | 0.122       | 0.293       | 1.000       |

จากตารางที่ 6 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทั้ง 5 น้อยกว่า 0.3 ทุกคู่ปัจจัย โดย ยุทธ ไกรวรรณ (2556) กล่าวว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยน้อยกว่า 0.30 จะไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity

## 3) ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

**ตารางที่ 7** แสดงปัจจัยของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

| ทักษะการจัดการนวัตกรรม                                         | B      | Std. Error | t       | Sig.   |
|----------------------------------------------------------------|--------|------------|---------|--------|
| ค่าคงที่ (Constant)                                            | 18.585 | 0.107      | 173.287 | .000** |
| ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์                              | 0.837  | 0.128      | 6.557   | .000** |
| ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่                                  | 0.422  | 0.140      | 3.020   | .003** |
| ปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่                                  | 0.354  | 0.135      | 2.628   | .009** |
| R = 0.566      Adjusted R <sup>2</sup> = 0.311      F = 6.909  |        |            |         |        |
| R <sup>2</sup> = 0.317      Std. Error of the Estimate = 2.145 |        |            |         |        |

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 7 พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ มี 3 ปัจจัย โดยมีความสำคัญเรียงตามลำดับมากไปน้อย ดังนี้ ปัจจัยที่ 3 ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (B=0.837, Sig=0.000) ปัจจัยที่ 2 ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ (B=0.422, Sig=0.003) และปัจจัยที่ 4 ด้านการหาตลาดใหม่ (B=0.354, Sig=0.009) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สามารถร่วมกันพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ร้อยละ 31.10 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ผู้ประกอบการมีทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการหาตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น ยังมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จมากขึ้น สามารถตอบสมมติฐานที่ 1 (H<sub>1</sub>): ทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ว่า “สนับสนุนเป็นบางส่วน”

## อภิปรายผล

ผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งการวิเคราะห์ปัจจัยและการทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมนั้น มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปราย ดังนี้

### 1. ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่สำคัญ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถเรียงลำดับความสำคัญ ได้ดังนี้

1.1 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2562); ศิริภา สันติภานุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) และ ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) ที่ค้นพบว่า การพัฒนาศักยภาพด้านทุนมนุษย์ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ เนื่องจาก การพัฒนาทุนมนุษย์เป็นการพัฒนาความรู้ ทักษะ ความสามารถในการปฏิบัติงาน ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทุนมนุษย์ เพราะหากผู้ประกอบการ มีบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ ความสามารถ ยิ่งช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

1.2 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2560); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) และ สุวิมล มธุรส (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ เนื่องจาก การจัดการนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการสร้างสิ่งใหม่หรือนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาเป็น

เครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ตัวสินค้าหรือบริการให้มีความโดดเด่นเหนือคู่แข่งชั้น เมื่อสินค้ามีคุณภาพ ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ยิ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

1.3 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการตลาดใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ยิ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญในเรื่องทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการตลาดใหม่ ยิ่งมีแนวโน้มที่จะทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ สุพัตรา ปรานิ และ คณะ (2561); นาวา มาสวณจิก และ คณะ (2562); ศิริภา สันติภานุโสภณ (2562); สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ (2562); กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) และ ปรียาพรพน พุ่มระหงษ์ (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า การตลาดใหม่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากการตลาดใหม่หรือหากกลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีความต้องการในตัวสินค้า มีผลกระทบโดยตรงต่อความอยู่รอดของธุรกิจและเพื่อจะได้เปรียบในการแข่งขัน จึงจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องหาตลาดใหม่เพื่อให้ได้ซึ่งผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น ยิ่งผู้ประกอบการแสวงหาตลาดใหม่เพิ่มมากขึ้น ยิ่งทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเพิ่มขึ้น

### 2. ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ไม่สำคัญสำหรับงานวิจัยในครั้งนี้

2.1 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) และ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) ที่ค้นพบในลักษณะเดียวกัน โดยพบว่า ด้านโครงสร้างใหม่ขององค์กร ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งนี้ เนื่องจากการศึกษาของ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) และ กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล (2563) ได้ทำการทดสอบกับกลุ่มวิสาหกิจภาคบริการ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ ได้ทำการทดสอบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในภาคบริการ เช่นเดียวกัน คิดเป็นร้อยละ 41.75

2.2 ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ จากผลการวิจัย พบว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านกระบวนการใหม่ ไม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับผลการศึกษาเชิงประจักษ์ของ ฉัตรแก้ว ฮาตระกูล (2555) ที่พบว่า ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งได้ทำการทดสอบกับสถานประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ไทย (วิสาหกิจภาคการผลิต) และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของ วารุณี กุลรัตนวิจิตร (2560) ที่พบว่า ด้านกระบวนการทำงานใหม่ ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งได้ทำการทดสอบกับกลุ่มวิสาหกิจภาคบริการ ในขณะที่การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ทำการทดสอบกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ที่ประกอบด้วย ภาคการบริการ ภาคการค้า และภาคการผลิตและการเกษตร เช่นเดียวกัน

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ 3 ส่วน ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะด้านวิชาการ จากผลการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ทักษะการจัดการนวัตกรรม (มี 3 ปัจจัยได้แก่ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่) ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

2. ข้อเสนอแนะด้านการปฏิบัติ

2.1 ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จภายใต้สถานการณ์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของผู้ประกอบการจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องยอมรับและนำนวัตกรรมมาปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยที่ทักษะการจัดการนวัตกรรมที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญ

สำคัญ คือ ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่

2.2 ผู้กำหนดนโยบายภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม ควรให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมให้ความรู้และทักษะการจัดการนวัตกรรม ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ และด้านการตลาดใหม่แก่ผู้ประกอบการ ทั้งนี้จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นแล้วว่าทักษะการจัดการนวัตกรรมมีความสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ได้ทดสอบอิทธิพลของทักษะการจัดการนวัตกรรมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น ดังนั้นควรศึกษาพื้นที่อื่นด้วย เช่น จังหวัดอื่นๆ หรือในภาคอื่นๆ เพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบและตรวจสอบกับผลการวิจัยในครั้งนี้ ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะทักษะการจัดการนวัตกรรมเท่านั้น ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีตัวแปรหรือปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ เช่น ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านวัตถุดิบ และปัจจัยด้านการขนส่ง เป็นต้น ดังนั้นควรศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ด้วย เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

- กนกกาญจน์ อวิรุตม์. (2561). *คุณลักษณะผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของธุรกิจที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคล อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา* (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- กัลยารัตน์ ธีระธนชัยกุล. (2563). *รายงานการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเหตุและผลของการเป็นองค์กรแห่งนวัตกรรมของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคบริการของประเทศไทย* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

- จันทร์แก้ว ฮาตระกูล. (2555). *การจัดการนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันของสถานประกอบการขึ้นส่วนยานยนต์ไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ.
- ฐาภา อนุสรณ์พานิชกุล. (2563). รูปแบบภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการจัดการนวัตกรรมที่มีผลต่อความสำเร็จวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 9(2), 14-25.
- นาวา มาสวณจิก, ปิยะวรรณ ยางคำ, พรวิทย์ รักษาศรี, กชนิภา วาณิชกิตติกุล และอัจฉรพร เฉลิมขิต. (2562). รายงานการวิจัยเรื่อง การจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ปรียาพรรณ พุ่มระหงส์. (2563). นวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ. *วารสารรวมคำแห่งฉบับมนุษยศาสตร์*, 3(2), 105-124.
- ยุทธ ไกรวรรณ. (2556). *การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วารุณี กุลรัตนวิจิตร. (2560). *ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ศิริภา สันติภาณุโสภณ. (2562). *แนวทางการจัดการนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ในภาคธุรกิจอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพฯ.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *รายงานสถานการณ์ SME ไตรมาส ที่ 2 ปี 2565*. หน่วยงานส่งเสริม SME. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).
- สิน พันธุ์พินิจ. (2551). *เทคนิคการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- สุดารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์. (2562). *ความสามารถในการจัดการนวัตกรรมเพื่อผลการดำเนินงานขององค์กรที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมเกษตรในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- สุพัตรา ปราณี่, ธนพล ก่อฐานะ, ญชรี คำชาย และบัณฑิต ผังนิรันดร์. (2561). นวัตกรรมจัดการและศักยภาพเชิงพลวัตที่ส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ธุรกิจก่อสร้าง. *วารสารวิชาการเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรมพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*, 11(3), 123-133.
- สุวิมล มธุรส. (2563). *ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- Frese, M. (2000). *Success and failure of micro business owners in Africa: A psychological approach*. United States of America: Greenwood Publishing Group.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2003). *Multivariate data analysis*. (5<sup>th</sup> ed.). Pearson Education, India.
- George, D., & Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference*. 11.0 update. (4<sup>th</sup> ed.). Boston: Allyn & Bacon.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3<sup>rd</sup> ed). New York: Harper and Row Publications.
- Zhao, F. (2006). *Entrepreneurship and Innovations in E-Business: An integrative perspective*. Hershey, PA: Idea Group.