

นวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ
MANAGEMENT INNOVATION THAT AFFECTS THE SUCCESS OF
BUSINESS ORGANIZATIONS

ปรียาพรรณ พุ่มระหงษ์
สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง ประเทศไทย
ผู้รับผิดชอบบทความ

Preeyapun Poomrahong
Email: Pangpreeyapun@gmail.com
Department of Management, Faculty of Business Administration,
Ramkhamhaeng University, Thailand.
Corresponding author

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราประกอบด้วย ด้านผู้นำองค์กร ด้านทุนมนุษย์ ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาดและด้านนวัตกรรมจัดการ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ คือ องค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 327 องค์กร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เชิงพรรณนาได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการเก็บข้อมูลพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พบว่า ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 72.2 มีอายุระหว่าง 23-40 ปี ร้อยละ 46.2 ซึ่งมีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีร้อยละ 73.4 มีประสบการณ์ในการทำงาน 5-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับพนักงานในองค์กร ทำธุรกิจเกี่ยวกับการบริการร้อยละ 45.9 และธุรกิจผลิตร้อยละ 43.4 ซึ่งดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 15 ปีถึงร้อยละ 56

ผลการวิจัยพบว่า องค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในด้านนวัตกรรมจัดการมากที่สุดโดยคิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.065 ซึ่งอยู่ในระดับที่สำคัญมาก รองลงมาคือปัจจัยด้านผู้นำองค์กร โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.052 และลำดับที่สามคือปัจจัยด้านนวัตกรรมการตลาดมีค่าเฉลี่ยที่ 3.914 ด้านทุนมนุษย์และด้านนวัตกรรมการผลิตพบว่ามีค่าเฉลี่ยรองลงมาตามลำดับโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.906 และ 3.854

คำสำคัญ: นวัตกรรมจัดการ; ความสำเร็จ; องค์กรธุรกิจ

ABSTRACT

The objectives of this study is 1) to study individual information of business organizations in Chachoengsao Province 2) to study the factors that affect the success of business organizations in Chachoengsao Province, consisting of organization leaders human capital, production innovation, marketing innovation and management innovation 3) to study the success of business organizations in Chachoengsao Province. The sample group in this research is 327 business organizations in Chachoengsao Province by using questionnaires as a tool for data collection. The statistics used in the descriptive analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. The results of the data collection showed that majority of the respondents are female 72.2%, aged between 23-40 years 46.2%, who have a bachelor's degree, 73.4%. And are employees in organizations with 5-10 years of working experience most respondents are staff level in the organization 45.9% of service-related businesses and 43.4% of manufacturing businesses which have been in business for more than 15 years

The results of the research showed that Business organizations in Chachoengsao Province prioritizes the most important factor that affect the success is management innovation, with an average of 4.065 which is at an especially important level. Next is the organizational leadership factors with an average of 4.052, and the third is marketing innovation, averaging at 3.914, while human capital factors and production innovation is found to be of less importance respectively with an average of 3.906 and 3.854

Keywords: Management innovation; Success; Business organizations.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสภาพแวดล้อมในสังคมเปลี่ยนแปลงเร็ว ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการใช้ชีวิต หรือเทคโนโลยี หรือกระแสความนิยม ทำให้องค์กรธุรกิจโดยเฉพาะองค์กรขนาดเล็กมักปรับตัวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนแปลงภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจในหลายด้านได้แก่

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ การเปิดเขตการค้าเสรี (FTA) หรือการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้การเคลื่อนย้ายคน และการลงทุนระหว่างประเทศสมาชิกมีมากขึ้น การรวมกลุ่ม ทำให้กำแพงภาษีหายไป ส่งผลให้ภาคการเกษตร และภาคพาณิชย์ที่สามารถทั้งนำเข้าและส่งออกระหว่างประเทศได้ง่ายขึ้น จึงเกิดธุรกิจรายย่อยที่ค้าขายระหว่างประเทศมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เทคโนโลยีทั้ง Hardware และ Software มีการเปลี่ยนแปลงเร็ว การพัฒนาเทคโนโลยีใช้เวลาสั้นลง ประสิทธิภาพดีกว่าเดิม และมีราคาถูกลง รวมถึงรูปลักษณ์มีความสวยงามมากขึ้น นอกจากนี้

เทคโนโลยียังช่วยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้าน และยังมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การพัฒนาสังคมและอุตสาหกรรมอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภค มีกระแสการเปลี่ยนแปลงให้เห็นเด่นชัด คือ ผู้หญิงมีจำนวนมากขึ้น และมีรายได้สูงขึ้น ผู้หญิงทั่วโลกมีแนวโน้มการศึกษาดีกว่าผู้ชายและจะอยู่ในตำแหน่งดีกว่า แนวโน้มนี้ทำให้ตลาดผลิตภัณฑ์ผู้หญิงโตเร็วกว่าผลิตภัณฑ์ผู้ชายประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมของผู้สูงวัยใน ขณะที่ไลฟ์สไตล์ของอนาคตผู้สูงวัยกลุ่มนี้จะกลายเป็นตัวขึ้นนำความต้องการใหม่ๆ ของกลุ่มผู้บริโภค และอำนาจการซื้อไม่ต่างจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มอื่น แนวโน้มตลาดสินค้าและบริการที่จะมารองรับลูกค้ากลุ่มนี้จึงเป็นตลาดที่ใหญ่มาก จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่จะตามมามากมาย คนต่างด้าวที่ทำงานในไทยจะมีมากขึ้น โดยแยกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มต่างด้าวมีเงิน ได้แก่ ไต้หวัน, ญี่ปุ่น, สิงคโปร์ ที่เข้ามาทำงานในไทยในฐานะผู้บริหาร หรือเจ้าของกิจการ กลุ่มสองคือต่างด้าวที่ทำงานในระดับแรงงาน และโครงสร้างของครอบครัวยุคใหม่ที่มีขนาดเล็กลง โดยกลุ่มพ่อแม่มีแนวโน้มจะมุ่งเน้นในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของลูกโดยการเพิ่มกิจกรรมให้แก่เด็กในการเรียนพิเศษ การเสริมทักษะต่าง ๆ

การเกิดธุรกิจแบบใหม่ เมื่อพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปต้องการความสะดวกสบาย รวดเร็ว และต้องการมีเอกลักษณ์เฉพาะบุคคลมากขึ้น โดยเทคโนโลยีการสื่อสารยุคใหม่เชื่อมโยงกันด้วยเครือข่ายไร้สายมากขึ้น ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ (New Business Model) เกิดเป็นธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางการทำตลาดเพิ่มมากขึ้น ในโลกแห่งดิจิทัลผู้คนใช้ชีวิตอยู่กับสมาร์ตโฟน (Smart phone) กันมากขึ้น ทำให้เกิดการพัฒนาคอนเทนต์(Content) ของธุรกิจต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ ธุรกิจบันเทิง ซอปปิง ท่องเที่ยว การเดินทาง บริการทางการเงิน และการศึกษา ทำให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่อยู่ในระบบ Digital Economy ที่มีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นและมีมูลค่ามหาศาล

การขยายตัวของชุมชนเมือง การเปลี่ยนแปลงของสังคมเมืองขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว โดยมีเมืองหลักเกิดขึ้นก่อน แล้วเมืองเล็ก ๆ ที่อยู่รอบข้างจะเชื่อมโยงเข้ามา ทำให้ขอบเขตของเมืองหลักขยายตัวกว้างออกไป การขยายตัวของชุมชนเมืองไม่เพียงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในแง่ของวิถีในการดำรงชีวิต การทำงาน การจับจ่ายใช้สอย และการเดินทาง แต่ยังทำให้เกิดความจำเป็นในการสร้างโครงการขนาดใหญ่ใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคขนาดใหญ่ เช่น สนามบิน สถานีขนส่ง หรือท่าเรือขนส่งสินค้า รวมถึง ระบบการศึกษา ระบบประกันสุขภาพ และการจ้างงานต่าง ๆ เพื่อสนองตอบความต้องการของคนเมือง (ที่มา :กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม)

จากหลายปัจจัยในหลายด้านข้างต้นบ่งบอกได้ว่าองค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในปัจจุบันนี้ จำเป็นต้องปรับตัวอย่างมากเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้อย่างเหมาะสม จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ เนื่องจากมีตลาดใหม่ การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต ค่านิยม การเกิดสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น จึงต้องมีการคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ ทั้งด้านการผลิตสินค้าและการบริการ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน อีกทั้งยังต้องปรับตัวด้านการลดต้นทุนเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ เพราะเมื่อองค์กรสามารถควบคุมต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการได้ จะส่งผลให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยปัจจุบันเมื่อมีเทคโนโลยีเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงมีการสนับสนุนการค้าเสรี เพื่อเพิ่มโอกาสในการทำธุรกิจระหว่างประเทศแถบอาเซียน(AEC) และจุดประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียน จึงทำให้เกิดการแข่งขันทั้งทางด้านแรงงาน ต้นทุนการผลิต จึงต้องอาศัยนวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งในด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และปัจจัยอื่น ๆ เพื่อนำมาปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้มีความมั่นคงและยั่งยืน ในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ในการศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ผู้วิจัย มีความสนใจที่จะศึกษานวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ เพื่อต้องการที่จะทราบว่าองค์กรธุรกิจนั้นให้ความสำคัญกับปัจจัยใดบ้างที่จะสามารถนำมาพัฒนาองค์กรให้สามารถแข่งขันได้ในปัจจุบัน ซึ่งกลุ่มประชากรที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาคือ กลุ่มองค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา เนื่องจากจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ในเขตพื้นที่ที่รัฐบาลกำหนดให้เป็นหนึ่งจังหวัดในเขตภาคตะวันออกที่อยู่ในโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) โดยโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีเป้าหมายหลักในการเติมเต็มภาพรวมในการส่งเสริมการลงทุนซึ่งจะเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน โดยการสร้างโครงข่ายคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่สมบูรณ์ ในพื้นที่เป้าหมายนำร่องใน 3 จังหวัดคือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรีและระยองซึ่งในตัวโครงการได้มีการออกแบบการขนส่งและการคมนาคมไว้อย่างครอบคลุมทั้งทางถนน ทางราง ทางอากาศ และทางน้ำ รวมถึงให้สิทธิประโยชน์เพื่อดึงดูดให้บริษัทข้ามชาติจากทั่วทุกมุมโลกสนใจมาลงทุนตั้งฐานการผลิตที่ไทย ซึ่งแผนการลงทุนของรัฐบาลตามกรอบการลงทุนรวมของภาครัฐและเอกชน ระยะเวลา 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) รวมวงเงินทั้งสิ้น 988,948.10 ล้านบาท (ที่มา: สำนักงานบริหารนโยบายของนายกรัฐมนตรี)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัยในเรื่องนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อองค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งมีฐานการผลิตในหลายอุตสาหกรรมและกำลังจะเป็นพื้นที่ที่น่าลงทุนเพิ่มเติมในอนาคต และอาจจะเป็นแหล่งให้บริษัทข้ามชาติ เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ทั้งยังจะนำเทคโนโลยีเข้ามาเผยแพร่ เป็นองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรแรงงานในประเทศ รวมทั้งในระหว่างการเริ่มดำเนินงานการเข้ามาก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานก็เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตพื้นที่เหล่านี้ให้มีการขยายตัวมากยิ่งขึ้น จึงเป็นที่น่าสังเกตว่าองค์กรที่อยู่ในเขตพื้นที่เหล่านี้ มีการบริหารจัดการในด้านใด เพื่อปรับตัว และพัฒนาองค์กรให้เข้ากับสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา
3. เพื่อศึกษาความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา

ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรามีขอบเขตงานวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาในงานวิจัยนี้คือองค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นพนักงาน หัวหน้างาน ผู้บริหาร หรือเจ้าของกิจการที่ปฏิบัติงานอยู่ในองค์กร ซึ่งมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานในองค์กรธุรกิจทั้งภาคการผลิต การค้า และภาคการบริการ โดยการเก็บตัวอย่างประชากร การเก็บตัวอย่างเก็บแบบสอบถามหนึ่งชุดต่อหนึ่งองค์กร

2. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากจำนวนขององค์กรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรามีจำนวนทั้งสิ้น 1,771 องค์กร การกำหนดกลุ่มตัวอย่างจึงต้องกำหนดโดยการเปิดตารางหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ซึ่งทาง

ผู้วิจัยได้กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ที่ 0.05 จึงทำให้มีระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และจากการเปิดตารางที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้มีจำนวน 327 ตัวอย่าง

3. ขอบเขตของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้จะใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับวัตรกรรมการจัดการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ

4. ขอบเขตด้านเนื้อหาและประเด็นในการศึกษา เพื่อศึกษานวัตกรรมกรรมการจัดการที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยศึกษาปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ด้านทุนมนุษย์ ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมจัดการ ที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรโดยการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ตัวแปรดังต่อไปนี้

ตัวแปรอิสระ คือ ข้อมูลส่วนบุคคลเช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาการดำเนินงานขององค์กรและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กรในด้านผู้นำองค์กร ด้านทุนมนุษย์ ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาด และด้านนวัตกรรมจัดการ

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจประกอบด้วย กำไร ยอดขาย ส่วนแบ่งทางการตลาด เงินปันผล มูลค่าทรัพย์สิน และผลการดำเนินงาน

5. ขอบเขตระยะเวลา การดำเนินการศึกษาวิจัยเริ่มตั้งแต่เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรธุรกิจให้สามารถดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จ
2. เป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและบริหารงานที่ดีขององค์กร เพื่อให้สามารถแข่งขันและดำเนินกิจการต่อได้อย่างยั่งยืน
3. เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่ดีขององค์กร

กรอบแนวความคิด



วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยที่เรียกว่า แบบไม่ทดลอง เป็นการวิจัยที่มีการศึกษาตามสภาพที่เป็นไปตามธรรมชาติ โดยไม่มีการจัดกระทำหรือควบคุมตัวแปรใด ๆ เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนามแบบวิจัยตัดขวาง คือเป็นการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว โดยใช้เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามและทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติ

ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานหรือผู้บริหารในองค์กรธุรกิจ ในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จำนวน 1,771 องค์กร โดยจะอนุมาน 1 คนเป็นตัวแทนของ 1 องค์กร(ข้อมูลอ้างอิงจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากระทรวงพาณิชย์ ข้อมูลอ้างอิง ณ วันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2563) ผู้วิจัยจึงได้ใช้สูตรการหากลุ่มตัวอย่างของยามานะ (Yamane,1973) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่

0.05 หรือคิดเป็นค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 327 และสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ(Stratified Random Sampling) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการออกแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาวิเคราะห์สถิติ ซึ่งการวิจัยนี้เป็นวิธีเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามปลายปิด โดยในส่วนของแบบสอบถามปลายปิดผู้วิจัยมีตัวเลือกคำตอบให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เลือกตอบ โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการอ้างอิงกรอบแนวคิดในการวิจัยจากการรวบรวมข้อมูล และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ ถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ตำแหน่งงาน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ ใช้สถิติร้อยละมาวัดผลลักษณะคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questions) แบบตรวจสอบ (Checklist) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียงแค่ 1 คำตอบเท่านั้น

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ทางด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในองค์กรประกอบด้วย ด้านผู้นำองค์กร ด้านทุนมนุษย์ ด้านนวัตกรรมการผลิต ด้านนวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมด้านการจัดการ จำนวนข้อคำถามทั้งหมด 44 ข้อ ซึ่งลักษณะคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questions) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 คำตอบเท่านั้น และมีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ไว้ 5 ระดับ ได้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviations)มาประเมินคำตอบ

ส่วนที่ 3 ความสำเร็จขององค์กรธุรกิจเป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการวัดความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยด้านการเงิน มีจำนวนข้อคำถามทั้งหมด 6ข้อ ซึ่งลักษณะคำถามที่ใช้จะเป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questions) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ซึ่งกำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบเพียง 1 คำตอบเท่านั้น มีการกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ไว้ 5 ระดับ ได้ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด และใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(Standard Deviations)มาประเมินคำตอบ

เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใช้ค่าร้อยละและค่าความถี่กับตัวแปรที่มีการวัดระดับเชิงกลุ่ม ได้แก่ลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินกิจการ
2. ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานกับตัวแปรที่มีระดับการวัดเชิงปริมาณได้แก่ ปัจจัยด้านผู้นำองค์กร ทุนมนุษย์ นวัตกรรมการผลิต นวัตกรรมด้านการตลาด และนวัตกรรมด้านการจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ และความสำเร็จในองค์กรธุรกิจ

สรุปผลการศึกษา

ด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 72.2 มีอายุระหว่าง 23-40 ปีเป็นร้อยละ 46.2 ซึ่งมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 73.4 มีประสบการณ์ในการ

ทำงาน 5-10 ปีคิดเป็นร้อยละ 39.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับพนักงานในองค์กร ทำธุรกิจเกี่ยวกับการบริการร้อยละ 45.9 และธุรกิจผลิตร้อยละ 43.4 ซึ่งดำเนินกิจการมาแล้วมากกว่า 15 ปีถึงร้อยละ 56 ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

องค์กรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจโดยรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.958 และค่า S.D. เท่ากับ 0.822 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสำคัญมากที่สุดคือด้านนวัตกรรมจัดการโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.065 และ S.D. 0.742 ส่วนผู้นำองค์กรมีความสำคัญมากที่สุดในระดับใกล้เคียงกันที่ค่าเฉลี่ย 4.052 และ S.D. 0.791

ด้านความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ

ความสำเร็จที่ส่งผลต่อองค์กรธุรกิจได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จโดยสามารถวัดได้จากองค์กรมีการจ่ายเงินปันผล หรือโบนัสได้สม่ำเสมอ และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 และ S.D. เท่ากับ 0.776 และองค์กรมีผลการดำเนินงานที่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้จึงสามารถบ่งชี้ได้ว่าองค์กรประสบผลสำเร็จมากที่สุดในระดับเดียวกันโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 และ S.D. เท่ากับ 0.754 ส่วนตัวชี้วัดที่รองลงมาคือองค์กรมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 และ S.D. เท่ากับ 0.788

อภิปรายผลการศึกษา

ผลการวิจัยนวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษานวัตกรรมจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก

1.1 ด้านผู้นำองค์กรที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจขององค์กรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ในระดับมาก โดยองค์กรในเขตฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เห็นว่าผู้นำองค์กรมีผลต่อความสำเร็จขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ya-Hui Ling.,et.al.,2011(อ้างถึงในสุนันทา เสถียรมาศ,2555) ที่กล่าวว่า ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะต้องเริ่มจากผู้นำทำการกำหนดวิสัยทัศน์ กลยุทธ์ขององค์กร เพราะจะส่งผลต่อทุนมนุษย์ นโยบายด้านการตลาดและผลประกอบการของวิสาหกิจและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kurt Matzler,et.al., 2008 ; นันทพร วงษ์เชษฐา,2551 กล่าวว่าผู้นำจะต้องบริหารจัดการด้วยการกำหนดกลยุทธ์ การวางแผน การบริหารทีมงาน เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มศักยภาพขององค์กร โดยผู้นำจะต้องมีความเชี่ยวชาญในทักษะต่างๆ อาทิ สร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ตาม ทำให้ผู้ตามสนใจเป้าหมายองค์กร มีแรงจูงใจต่อเป้าหมายที่สูงและท้าทาย สามารถโน้มน้าวผู้ตามให้ใส่ใจในความพยายามมากขึ้น รวมถึงมีทักษะในการเจรจาต่อรองด้วย(ชัยฤทธิ์ ทองรอด,2550)

1.2 ด้านทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจขององค์กรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทราอยู่ในระดับมาก โดยองค์กรในเขตฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เห็นว่าทุนมนุษย์มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของKayhan Tajeddini (2011; เสน่ห์ จุ้ยโต, 2548, อ้างถึงในสุนันทา เสถียรมาศ, 2555: 205) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้เริ่มจากกระบวนการพัฒนาที่ผู้ประกอบการต้องนำมาใช้ประโยชน์โดยผ่านการสังเคราะห์วิเคราะห์จนกลายเป็นความรู้ และภูมิปัญญา เพื่อก่อให้เกิดสิ่งใหม่โดยเพิ่มทั้งคุณค่าและมูลค่า สอดคล้องกับแนวคิดสุชาติ กิจธนะเสรี (2559) อธิบายว่า องค์กรจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นวัฒนธรรมองค์กร และ

สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนันทา เสถียรมาศ พบว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของทุนมนุษย์ และเป็นส่วนสำคัญรองลงมาจากการจัดการความรู้

1.3 ด้านนวัตกรรมการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจขององค์กรในเขตจังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับมาก โดยองค์กรในเขตฉะเชิงเทราส่วนใหญ่เห็นนวัตกรรมการผลิตมีผลต่อความสำเร็จขององค์กรอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเบญจพล มีเงิน(2551, อ้างถึงในสุนันทา เสถียรมาศ, 2555:203) ที่พบว่า การได้เปรียบเชิงการแข่งขัน คือการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางต้นทุน ส่งผลต่อผลประกอบการขององค์กร อัตรากำไรและอัตราการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(มนันสนันท์,2550) ซึ่งการจะดำเนินงานได้ดังกล่าวข้างต้นจะต้องมีองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านคือการกำหนดกลยุทธ์ การกำหนดกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริหารจัดการโดยมีการวางแผน เนื่องจากการวางแผนในการผลิตจะช่วยแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านนวัตกรรมการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจและส่งผลต่อนวัตกรรมด้านการผลิตในระดับมาก โดยมีองค์ประกอบหลักคือ การสร้างเครือข่ายและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า รวมถึงการสร้างเครือข่ายด้านการผลิต และเครือข่ายระหว่างหน่วยงานซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจพล มีเงิน(2551, อ้างถึงในสุนันทา เสถียรมาศ, 2555:203) ที่พบว่าการรวมกลุ่มการสร้างเครือข่ายทางการตลาด การผลิต และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะช่วยด้านความสามารถในการประสานงานการใช้ทรัพยากรที่มีคุณลักษณะเหนือคู่แข่ง ละส่งผลต่อการได้เปรียบในการแข่งขัน และหากต้องการได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น จำเป็นจะต้องมีนโยบายบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์ สอดคล้องกับทฤษฎีการบริหารงานลูกค้าสัมพันธ์และงานวิจัยของ(Paul Henry Schwager,2004 ; ภาณุภากร รุจิธำรงกุล,2548) ที่ว่า วิสาหกิจจะต้องกำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร ซึ่งรวมถึงด้านการตลาด มีการนำเทคโนโลยีเข้าช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายในการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด

1.5 ด้านนวัตกรรมจัดการอิทธิพลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจและส่งผลต่อนวัตกรรมด้านการผลิตในระดับมาก โดยมีองค์ประกอบสำคัญคือ มีระบบงานที่รวดเร็ว การตอบสนองต่อลูกค้าและการจัดเก็บข้อมูลที่ดี ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของภาณุภากร รุจิธำรงกุล (2548,อ้างถึงในสุนันทา เสถียรมาศ, 2555:206) ที่กล่าวว่า องค์กร จำเป็นต้องมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระบบงาน ขั้นตอนการผลิตเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ในเวลาอันรวดเร็ว ตรงกับความต้องการของลูกค้าในเวลาที่เหมาะสม(Just in time) โดยระบบงานที่องค์กรใช้นั้นมีวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งคือเพื่อการตรวจสอบย้อนกลับได้เมื่อเกิดความผิดพลาด และหากองค์กรมีเงินทุนที่มากพอก็จะสามารถลงทุนด้านอุปกรณ์เครื่องมือต่าง ๆ เพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการบริหารจัดการ

ข้อเสนอแนะ

องค์กรธุรกิจควรใส่ใจด้านการพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจ เพื่อนำเอาองค์ความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาปรับปรุงการดำเนินงานทั้งในด้านผู้นำองค์กร ทุนมนุษย์ นวัตกรรมการผลิต นวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมจัดการ เพื่อให้ตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ องค์กรจึงจะสามารถบรรลุเป้าหมาย และมีการดำเนินกิจการอย่างมั่นคง ยั่งยืนต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เพื่อให้ผลวิจัยครั้งนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดผลกว้างมากขึ้นและให้ได้ข้อมูลเชิงลึกขึ้น ผู้วิจัยได้เสนอแนะไว้ดังนี้

1. ควรเพิ่มระยะเวลาการเก็บข้อมูล เนื่องจากการศึกษาในครั้งนี้มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ 28 มีนาคม ถึง 25 เมษายน 2563 จึงทำให้เก็บข้อมูลเรื่องนวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จในองค์กรธุรกิจค่อนข้างน้อย

2. ควรทำการเก็บข้อมูลแยกเป็นประเภทธุรกิจเช่นการผลิต การบริการ หรือการค้าจะได้ผลที่แม่นยำกว่าการเก็บรวมกันทั้งหมด

บรรณานุกรม

ไกรชิต สุตะเมือง. *อิทธิพลของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ที่มีต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของธุรกิจรถยนต์นั่งในประเทศไทย*.ปริญญาคุชฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ),มหาวิทยาลัยรามคำแหง

กฤษฎากร รุจิธำรงกุล.(2548). *กลยุทธ์การเติบโตของอุตสาหกรรมส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปขนาดเล็กและกลาง*.ปริญญาคุชฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ),มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ดนยา ทองสิมา.(2549). *กลยุทธ์นวัตกรรมการตลาดสำหรับผู้ส่งออกสินค้าอาหารแห้งของไทย*. คุชฎีนิพนธ์ สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต

ทรงธรรม ชีระกุล.(2548). การสื่อสาร: *กลยุทธ์ความสำเร็จขององค์กร*.วารสารปาริชาติปีที่ 18 ฉบับที่ 1 เมษายน 2548-กันยายน 2548, หน้า 51-61.

นันทพร วงษ์เชษฐา.(2551). *การสื่อสารภายในบริษัทระหว่างประเทศภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงกรณีศึกษากลยุทธ์องค์การ.ปรัชญาคุชฎีบัณฑิต(สื่อสารมวลชน)* คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

เบญจพล มีเงิน.(2551). *คลัสเตอร์อุตสาหกรรม: การได้มาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจจากการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย*. ปรัชญาคุชฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ) มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผุสดี พลสารัมย์.(2541). *การศึกษาเชิงประจักษ์ของตัวแบบนวัตกรรมการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจส่งออกในประเทศไทย*,ปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจ คุชฎีบัณฑิต ,บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนัสนันท์ พงษ์ประเสริฐชัย.(2550). *การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย ตามแนวคิดฐานทรัพยากร: กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทอาหารเพื่อการส่งออก*,ปรัชญาคุชฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ),มหาวิทยาลัยรามคำแหง

- เยาวลักษณ์ จิตวโรดม.(2548). *นวัตกรรม: กุญแจหลักของการพัฒนาธุรกิจ (Innovation: the key to Business Development)*. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 เดือน พฤษภาคม-สิงหาคม 2548 หน้า 10-18
- วุฒิ เอรารวิน.(2549). *อุปสงค์ ราคา และยุทธศาสตร์การแข่งขันของข้าวหอมมะลิไทยในตลาดโลก*,
ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(บริหารธุรกิจ),มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- วารุณี กุศลรัตนวิจิตร(2560). *ปัจจัยด้านนวัตกรรมทางธุรกิจส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (ประเภทบริการ)*วิทยาสตรมหาบัณฑิตสาขาการบริหารเทคโนโลยีวิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- สุชาติ กิจชนะเสวี.(2553). *การก้าวเข้าสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้.สถาบันคอมพิวเตอร์ที่มา*
www.dmsc.moph.go.th/km/kcorner/docs/knowledgebase.doc
- สุนันทา เสถียรมาศ (2555). *นวัตกรรมการจัดการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับรางวัลดีเด่นของไทย.ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*
- เสน่ห์ จุ้ยโต.(2548). *การบริหารนวัตกรรม: ศาสตร์ใหม่ของการจัดการ.โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช*
นนทบุรี.
- สิทธิ์ อีรสรณ์.(2552). *คุณภาพงานบริการตามทฤษฎีแบบจำลองช่องว่าง.วารสารวิชาการวไลยอลงกรณ์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2*
กรกฎาคม- ธันวาคม 2552 หน้า 117-122 ที่มา: http://acad.vru.ac.th/form0var_118.pdf
- สัญญา พันธุ์แพง.(2552). *การพัฒนาองค์ความรู้ด้านธุรกิจเกษตรอินทรีย์เพื่อ เสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจ*
ชุมชนอย่างยั่งยืน.สำนักงานวิชาการวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร
- Andrew Goh Lee Sung. (2006). *A strategic Management Framework for Leveraging Knowledge Innovation*. International Journal of The Computer, the Internet and Management. pp.32-49.
- Ashok Jashapara.(1993). *The Competitive Learning Organization: A quest for the Holy Grail*,
Management Decision. 31,8, Proquest. Pp.52-62.
- Harry Bouwman,Edward Faber,Jaap Van der Spek.(2005). *Connecting Future Scenarios to Business Model of Insurance Intermediaries*, 18th Blend E Conference, Integration in Action,Blend,
Slovenia,June 6-8,2005
- Helen Salavou and George Avlonitis.(2008). *Product innovativeness and performance: a focus on SMEs*.Emerald Group Publishing Limited 0025-1747. Vol.46 No.7,2008. pp 969-985.

- Izabel FalcaonDo Rego Barros. (2003). *Design Strategy for Innovation and Organizational Effectiveness*. Doctor of Philosophy in Design in the Graduate College of the Illinois Institute of Technology.
- Ji Hoon Song. (2008). *The Integrative Determinants of Organizational Performance Improvement: The impacts of Dimensions of Learning Organization and Dynamic Knowledge Creation*. Doctor of Philosophy in Workforce Education and Development. Department of Learning And Performance System. The Graduate school of the Pennsylvania State University.
- Juha Oksanen. Nina Rilla (2009). *Innovation and Entrepreneurship: New innovations as source for Competitiveness in Finish SMEs*. International Journal of Intrepreneurship.13. pp 35-48. Middle Eastern Issues
- Kayhan Tajeddini.(2011).*The effects of innovativeness on effectiveness and efficiency*. Education, Emerald Group Publishing Limited. *Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issue*, Vol. 4 No.1.2011, pp 6-18.
- Kurt Matzler, Erich Schwaz, Natasa Deutinger, Rainer Harms. (2008). *The Relationship between Transformational Leadership, Product Innovation and Performance in SMEs*. Journal On Small Business and Entrepreneurship 21. (2). Pp.139-152
- Markus Will. (2007). *Talking about the future within a SMEs? Corporation Foresight and Potential Contributions to sustainable development*. *Management of Environmental Quality*. An International Journal Vol.19 No.2, 2008, pp.234-242.
- Nakchareon, Prasert. (1997). *Application of Flexible Production System Design methods to the development of agile production System*. The University of Texas at Arlington
- Paul Henry Schwager.(2004).*Organizational Strategies to address stakeholder relationships: a Customer portal perspective*. Doctor of philosophy, the graduate Faculty of Auburn University
- Rapeepat Techakittiroj.(2003). *A Planning System for Small to Medium sized Enterprises (SMEs) using Benders Decomposition, Electrical engineering, and computer science*. Case Western Reerve University.
- Tosak Siriwoharn.(1997).*The relationships between selected strategic alliance factors and the success of U.S. and Thai strategic alliances*. Doctor of Business Administration, The College of Business Administration, United states International University.

Verayos Ratanapornsiri. (2003). *The moderating influence of strategic Flexibility on Relationship of market orientation and business performance*. H. Wayne Huizenga school of Business and Entrepreneurship Nova Southeastern University.

Wonglorsaichon , Phusit .(2002).*The study of relationship between trust, relationship commitment, relationship satisfaction and long-term orientation in the Thai automobile tire industry*. The Wyne Huizenga School of Business of Business and Entrepreneurship Nova Southeastern University.

Ya-Hui Ling., et.al. (2011). *Entrepreneurial Leadership, Human capital management, and Global competitiveness an empirical study of Taiwanese MNCs*. Journal of Chinese human Resource Management. Vol 2 No.2 pp.117-135

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ .*สภาวะทางเศรษฐกิจ*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 26 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=index>

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า.*จำนวนองค์กรธุรกิจในแต่ละจังหวัดฉะเชิงเทรา*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://datawarehouse.dbd.go.th/searchJuristicInfo>

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.*ทำไมองค์กรต้องปรับตัวให้ทันการเปลี่ยนแปลง*.ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/marketing2/qs-whybusinesschange>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง.*จำนวนวิสาหกิจในประเทศไทย*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/th/>

กรมศุลกากร.*ความหมายของ Free trade Area*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก http://www.customs.go.th/content_with_menu1_group_link.php?ini_content=fta_and_wto_160809_01&ini_menu=menu_interest_and_law_160421_01&ini_content_group=usage_fta_and_wto_01&lang=th&left_menu=menu_fta_and_wo

LVC Asian Center.*ประชาคมอาเซียน*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก http://www.lampangvc.ac.th/lvcasean/page_asean.htm

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *ความก้าวหน้าของการดำเนินโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (อีอีซี)*. ค้นหาค้นหาเมื่อ 18 เมษายน 2563, สืบค้นจาก <https://www.eeco.or.th>