



The Study of Entrepreneurial Leadership Characteristics and Creative Innovation Factors Affecting Competitive Advantage of Small and Medium Enterprises in Kanchanaburi

Runchida Daoruang*

Watcharapoj Sapsanguanboon**

Submitted: February 25, 2022 / Accepted: May 3, 2022

Abstract

The objectives of this research are to study the effectiveness of entrepreneurial leadership characteristics and creative Innovation factors affecting competitive advantage of small and medium enterprises (SMEs) in Kanchanaburi and to study the harmony of a model of entrepreneurial leadership characteristics and creative Innovation factors affecting competitive advantage of SMEs in Kanchanaburi. This research used survey research by collecting data from a questionnaire. The questionnaire is developed from a literature review and related research; to collect data from 450 (sample size) entrepreneurs in Kanchanaburi using judgmental sampling. The quantitative data is statistically analyzed, by using: percentage, arithmetic mean, standard deviation, the relationships between the independent variables, Pearson's correlation, and structural equation modeling (SEM). The study reveals that the model, which is improved and developed by the researcher, is harmonized with the empirical data with Chi-square = 22.456, $df = 20$, Chi-square/ $df = 1.123$, P-value = 0.316, GFI = 0.990, NFI = 0.993, CFI = 0.999, RMSEA = 0.017 and RMR = 0.004. In addition, entrepreneurial leadership characteristics has a positive direct effect on the competitive advantage of SMEs in Kanchanaburi and has a positive indirect effect on the competitive advantage of SMEs in Kanchanaburi passing through the creative innovation factors. This research can be applied in planning entrepreneur development to provide knowledge, ability, and potential according to the needs and changes in the future.

Keywords: entrepreneurial leadership characteristics; creative innovation; competitive advantage

* Lecturer, Faculty of Business Administration Program in Management, Kanchanaburi Rajabhat University

** Assistant Professor Dr., Graduate School of Management and Innovation, King Mongkut's University of Technology Thonburi



การศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี

รัญชิตา ดาวเรือง*

วัชรพจน์ ทรัพย์สงวนบุญ**

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะความเป็นผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี และศึกษาความสอดคล้องของโมเดลภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี กับข้อมูลเชิงประจักษ์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล จากนั้นทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 450 คน จากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้สถิติทางการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันและสถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่าโมเดลหลังจากผู้วิจัยทำการปรับปรุงและพัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง ดังนี้ Chi-square = 22.456, df = 20, Chi-square/df = 1.123, P-value = 0.316, GFI = 0.990, NFI = 0.993, CFI = 0.999, RMSEA = 0.017 และ RMR = 0.004 และจากผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี และภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวก โดยผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งสามารถนำข้อมูลนี้ไปใช้สำหรับการวางแผนเพื่อพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี ให้มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพที่เพียงพอต่อความต้องการ และทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ; การสร้างสรรค์นวัตกรรม; ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

* อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. บัณฑิตวิทยาลัยการจัดการและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

บทนำ (Introduction)

จากผลสรุปสถานการณ์เศรษฐกิจระดับมหภาคในไตรมาสที่ 3 และแนวโน้มปี พ.ศ. 2563-พ.ศ. 2564 ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563), เศรษฐกิจของไทยในช่วง 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2563 ที่ผ่านมามีการปรับตัวลดลงร้อยละ 6.70 เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Corona (COVID-19) ที่ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจและการจ้างงานของภาคเอกชน โดยเฉพาะธุรกิจด้านการท่องเที่ยวและการส่งออก ทำให้เศรษฐกิจไทยมีการชะลอตัวและต่ำกว่าระดับศักยภาพ และจากการคาดการณ์ในปี พ.ศ. 2564 ที่คาดว่าจะมีการขยายตัวในช่วงร้อยละ 3.5-4.5 กลับไม่เป็นไปตามแผนที่คาดการณ์ไว้ เพราะในช่วงปลายปี พ.ศ. 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสใหม่อีกครั้ง ทำให้เศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัวต้องหยุดชะงักและเริ่มซบเซาอีกครั้ง ไม่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้นที่ได้รับผลกระทบนี้ แต่ทั่วโลกต่างก็ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสเช่นเดียวกัน (Magazine, 2020)

การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Corona (COVID-19) ได้ผลักดันให้ผู้คนทั่วโลกเข้าสู่วิถีชีวิตที่เรียกว่า “New Normal” หรือความปกติใหม่ ที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของเราไปอย่างสิ้นเชิง จากรูปแบบการดำเนินชีวิตในอดีต กลายเป็นรูปแบบใหม่ที่ไม่คุ้นเคย จนเมื่อเวลาผ่านไปรูปแบบการดำเนินชีวิตนี้ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม เช่น ในครั้งแรกที่ปรับรูปแบบการเรียนการสอนเป็นแบบออนไลน์ (E-Learning) ทั้งผู้เรียนและผู้สอนต่างก็รู้สึกกังวล ตื่นเต้น เพราะเกิดความไม่คุ้นเคย แต่ปัจจุบันการเรียนในรูปแบบนี้ก็กลับกลายเป็นเรื่องปกติและสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง โดยที่เราไม่ได้อึดอัดเหมือนในครั้งแรก (Sookyuen & Watcharapoj, 2020)

จากผลกระทบของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้เห็นว่าโลกกำลังเผชิญกับภาวะ “VUCA WORLD” ภาวะความผันผวนหรือความไม่แน่นอนจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านของเทคโนโลยี รูปแบบธุรกิจ การบริหารจัดการ และการดำรงชีวิต ส่งผลให้พฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงตาม (Dr.Suphakorn, 2020) องค์กรธุรกิจและผู้ประกอบการสมัยใหม่จำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงนี้ ด้วยการปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์หรือบริการ วิธีการนำเสนอและกระบวนการผลิต เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะแรงสั่นสะเทือนจากการพลิกผันทางดิจิทัล (Digital Disruption) ที่เข้ามามีผลกระทบทางตรงกับธุรกิจแบบดั้งเดิม ส่งผลให้ธุรกิจแบบดั้งเดิมที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันบางรายอาจถึงขั้นต้องปิดกิจการในที่สุด เช่น การเข้ามาของธุรกิจ E-Commerce ที่ส่งผลต่อธุรกิจค้าปลีก Uber หรือ Grab ที่ส่งผลต่อธุรกิจขนส่งสาธารณะ เป็นต้น (Thanaphongphan, 2020)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีย่อมทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลง แต่ขึ้นอยู่กับว่าเราพร้อมที่จะรับการเปลี่ยนแปลงนั้นมากน้อยเพียงใด เราอาจจะคิดว่า องค์กรมักจะรู้สึกต่อต้านหากมีการเปลี่ยนแปลงอะไรที่แตกต่างจากสิ่งเดิม แต่ในความเป็นจริงแล้ว “พนักงานไม่ได้ต่อต้านการเปลี่ยนแปลง แต่จะต่อต้านการถูกบังคับให้เปลี่ยนแปลง” มากกว่า ดังนั้นเราจำเป็นต้องสร้างกระบวนการหรือการทำความเข้าใจเพื่อให้พนักงานเกิดการยอมรับการเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างราบรื่น โดยทั่วไปการเปลี่ยนแปลงจะมี 2 รูปแบบหลักๆ คือ การเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Change) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่จะกินระยะเวลายาวนาน ต้องใช้เวลาเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้การเปลี่ยนแปลงนั้นประสบความสำเร็จ อาจใช้วิธีการอบรมหรือการโค้ช เพื่อให้เกิดการยอมรับ การเปลี่ยนแปลงอีกรูปแบบหนึ่งเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ (Radical Change) เป็นการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงแบบเร่งด่วน ต้องใช้ความรู้ลึกหรือข้อมูลเชิงลึกมาอธิบายการเปลี่ยนแปลงนั้น เพื่อให้พนักงานรับรู้ถึงความจำเป็นและเกิดการยอมรับได้อย่างทันที ทุกการเปลี่ยนแปลงย่อมทิ้งร่องรอยของความเจ็บปวดไว้เสมอ แต่ถ้าเรามองมันให้เป็นบทเรียนและใช้โอกาสนี้ในการสร้างการเรียนรู้ให้กับองค์กร ก็จะทำให้เราเก่งขึ้นและเติบโตขึ้นได้อย่างแข็งแกร่ง (Sookyuen & Watcharapoj, 2020)



การเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปได้อย่างรวดเร็วหรือไม่นั้น นอกจากพนักงานที่ต้องทำความเข้าใจและรู้จักปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงแล้ว ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs) ก็ถือว่าเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญไม่แพ้กัน เพราะธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับความสำเร็จหรือไม่ขึ้นอยู่กับการชี้แนะของผู้ประกอบการทั้งสิ้น ผู้ประกอบการจะต้องมีความกล้าที่จะมองหาโอกาสใหม่ๆ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความเพียรพยายาม และความมุ่งมั่นที่จะส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายได้ (Stephen Spinelli & Robert J. Adams, 2016) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการที่ดีควรจะต้องมี “ภาวะผู้นำ (Leadership)” ทั้งในด้านการคาดการณ์ การมีวิสัยทัศน์ และต้องรู้จักมองไปข้างหน้าเพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนว่าองค์กรควรจะดำเนินการไปในทิศทางไหนในสภาวะการเปลี่ยนแปลงนี้ (Sookyuen, 2020)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมุ่งเน้นการนำความคิดหรือกระบวนการใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อนมาพัฒนาตัดแปลงจากของเดิมให้ดีขึ้น และสามารถทำให้งานมีประสิทธิภาพและเติบโตอย่างต่อเนื่อง หรือที่เรียกกันว่า นวัตกรรม (Innovation) เพราะเนื่องจากทรัพยากรต่างๆ ในโลกมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องแสวงหาวิธีที่ทำให้ธุรกิจของตนสามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน โดยการสร้างความแตกต่างในตัวสินค้าและบริการให้เหนือกว่าคู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) (Sombat, 2019) ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อทำให้องค์กรสามารถเอาชนะคู่แข่งในโลกแห่งความผันผวนนี้ได้

ธุรกิจ SME (Small and Medium Enterprises) หรือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการที่มีลักษณะกิจกรรมในการผลิต การให้บริการ การค้าส่งหรือค้าปลีก โดยวิสาหกิจขนาดย่อมที่เกี่ยวกับการผลิต จะมีการจ้างงานไม่เกิน 50 คน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกิน 100 ล้านบาท ส่วนด้านธุรกิจด้านการให้บริการ การค้าส่งหรือค้าปลีก จะมีการจ้างงานไม่เกิน 30 คน หรือมีรายได้ไม่เกิน 50 ล้านบาท ส่วนวิสาหกิจขนาดกลางที่เกี่ยวกับการผลิต จะมีการจ้างงานมากกว่า 50 คน แต่ไม่เกิน 200 คน หรือมีรายได้ต่อปีมากกว่า 100 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 500 ล้านบาท ส่วนธุรกิจด้านการให้บริการ การค้าส่งหรือค้าปลีก จะมีการจ้างงานมากกว่า 30 คน แต่ไม่เกิน 100 คน หรือมีรายได้ต่อปีมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท (Office of Small and Medium Enterprise, 2019) ซึ่งกลุ่มธุรกิจ SME นี้ ถือเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เนื่องจากมีการลงทุนต่ำ ใช้เงินในการเริ่มต้นกิจการไม่มากนัก ถ้าผู้ประกอบการ SME มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพ ทั้งในด้านการเป็นผู้นำ การเป็นผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์นวัตกรรมย่อมก่อให้เกิดความสามารถทางการแข่งขันที่ดีต่อไปได้ในอนาคต

จังหวัดกาญจนบุรี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของประเทศไทย มีอาณาเขตใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศ จึงมีพื้นที่ในการประกอบธุรกิจมากมาย ประกอบกับสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และทางธรรมชาติที่ดึงดูดให้ผู้คนนิยมมาท่องเที่ยวกันเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้สถานการณ์แรงงานและผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี (Labor Office in Kanchanaburi, 2021) โดยผู้ประกอบการ 3 อันดับแรกของกลุ่มธุรกิจ SME จำแนกตามหมวดหมู่ธุรกิจที่มีจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจมากที่สุด ได้แก่ หมวดธุรกิจร้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร และกิจกรรมการแต่งผม ตามลำดับ (Office of Small and Medium Enterprises, 2021)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและกระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมของผู้ประกอบการ ให้สามารถดำเนินกิจการบนสภาวะความผันผวนที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน



วัตถุประสงค์งานวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาความสอดคล้องของโมเดลภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี กับข้อมูลเชิงประจักษ์

การทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews)

ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ

การเป็นผู้ประกอบการคือหัวใจสำคัญที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมและความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter M. E., 1990) การเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) หลากๆ คนให้คำนิยามความหมายที่คล้ายคลึงกัน อาทิเช่น Hisrich, Peters, & Shepherd (2008) ได้ให้ความหมายของคำว่าผู้ประกอบการไว้ว่า คือบุคคลที่ทำหน้าที่ในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่มีคุณค่า ที่เกิดจากการอุทิศเวลาและความอดสาหะในการค้นหากระบวนการหรือสิ่งใหม่ รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงทางการเงิน ทางจิตวิทยา และทางสังคมที่อาจจะเกิดขึ้น โดยผลตอบแทนที่ได้จะอยู่ในรูปของตัวเงิน หรือเป็นเพียงความพึงพอใจส่วนบุคคลก็ได้ Timmons (1990) การเป็นผู้ประกอบการ คือผู้ที่ทำการสร้างแนวคิดหรือสร้างธุรกิจใหม่ขึ้นมา โดยแสดงถึงโอกาสและการดำเนินงานที่ดีขึ้น โดยมุ่งเน้นการกระจายผลประโยชน์และคุณค่าให้เกิดกับองค์กรและสังคม Boonthawan (2013) กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะต้องเป็นบุคคลที่มีแรงบันดาลใจในการแสวงหาโอกาสใหม่ๆ และประยุกต์ใช้แนวความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในการดำเนินการทางธุรกิจ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการก่อตั้งธุรกิจและสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เป็นผู้ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสและจัดสรรทรัพยากรให้เกิดประโยชน์

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีการค้นคว้าศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาภาวะการเป็นผู้ทำให้มีประสิทธิภาพอย่างมากมาย เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสภาพเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เหมือนกับคำพูดของ Warren Bennis ที่กล่าวไว้ว่า “Leadership is the capacity to translate vision in to reality” จากการศึกษาแนวคิดของ Warren (1989), Stephen (1991), Dessler (1998) และ Greenberg & Baron (2003) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นพฤติกรรมที่สามารถเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้และการฝึกฝนให้มีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ ทัศนคติ และทัศนคติที่จะส่งผลให้ทุกคนสามารถเป็นผู้นำที่ดี มีประสิทธิภาพได้ ลักษณะภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการที่ได้จากการศึกษา แนวคิดของ Yilmaz & Gormus (2012), Zijlstra (2014), Altuntas (2010), Young Entrepreneur Council (2013) และผู้วิจัย จึงได้สังเคราะห์ข้อมูลและกำหนดเป็นภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับการดำเนินงานวิจัยในครั้งนี้ โดยคัดเลือกองค์ประกอบที่สำคัญของภาวะความเป็นผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมา 4 ด้าน ดังนี้ (1) ทัศนคติ (Vision) หมายถึง การมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลในการดำเนินงาน สามารถดำเนินงานด้วยความชัดเจน สามารถชี้แนะให้ผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชาดำเนินงานได้ตรงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร (2) ความกล้าเสี่ยง (Risk Tasking) หมายถึง ความกล้าที่จะคิด กล้าที่จะตัดสินใจ กล้าที่จะมองหาแนวทางใหม่ๆ ในการดำเนินกิจการ โดยมุ่งหวังความสำเร็จที่คาดว่าจะเกิดขึ้นได้ในอนาคต และกล้าที่จะยอมรับผลของการตัดสินใจนั้น (3) ความมุ่งมั่น (Commitment) หมายถึง มีการกำหนดเป้าหมายและแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยใช้ความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์อย่างเต็มที่ และมุ่งมั่นจะทำ



ทุกอย่างให้บรรลุเป้าหมายนั้น และ (4) การทำงานเชิงรุก (Reactivity) หมายถึง ความสามารถทางการแข่งขันที่พร้อมจะต่อสู้ต่อการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ด้วยความมุ่งมั่นและหมั่นศึกษาหาความรู้ใหม่ๆ อยู่เสมอ และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคที่จะเกิดขึ้นต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

ความหมายของนวัตกรรมตามสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2548) และนักวิจัยอีกหลายๆ ท่านที่ได้รวบรวมนิยามผ่านงานวิจัยของ (Somnuk, Dr.Pakpachong, Dr.Achara, & Dr.Pracob, 2010) สามารถกล่าวได้ว่า นวัตกรรม (Innovation) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ อาจจะมีจุดเน้นที่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ดียิ่งขึ้น หรือพัฒนาเป็นสิ่งที่ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อนก็ได้ โดยใช้ความรู้และความคิดเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนา สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นได้ โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นอาจจะเป็นตัวเงินหรือไม่เป็นตัวเงินก็ได้

เราต่างรู้ดีว่านวัตกรรมมีผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิต การจุดประกายเริ่มต้นการสร้างธุรกิจใหม่ แต่ปัญหาหลักก็คือ เราไม่สามารถควบคุมการสร้างนวัตกรรมได้ Stanford University โรงเรียนบริหารธุรกิจระดับโลกจึงได้คิดค้นกระบวนการง่ายๆ ที่สามารถชี้แนะ หรือกำหนดแนวทางในการจุดประกายแนวคิดการเกิดนวัตกรรมขึ้นมา เรียกกระบวนการนี้ว่า Design Thinking หรือการคิดสร้างสรรค์

โดยความคิดสร้างสรรค์นั้นนวัตกรรมของบุคคลจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ความเชี่ยวชาญ (Expertise) คือ ความรู้ทั้งในเชิงเทคนิค การปฏิบัติ กระบวนการ หรือสติปัญญาของแต่ละบุคคล (2) ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking Skills) คือ ทักษะในการแก้ปัญหาของแต่ละบุคคล โดยดึงเอาความรู้ ความเชี่ยวชาญ หรือประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) แรงจูงใจ (Motivation) ซึ่งประกอบไปด้วยแรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motivation) คือ สิ่งที่เกิดขึ้นจากความต้องการภายในที่ต้องการที่จะแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้น และแรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motivation) คือ ปัจจัยของสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานและกระบวนการในการก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ เช่น การส่งเสริมสนับสนุนการเพิ่มความรู้และทักษะในการทำงาน การให้รางวัล การเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น (Amabile, 1998)

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถในการสร้างผลกำไรผ่านคุณลักษณะและกระบวนการในการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีการดำเนินการในระดับที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมหรือตลาดเดียวกัน (Porter M. E., 1980) ตามแนวคิดของ Porter (1980) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ ด้านต้นทุน (Cost) และด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) จากปัจจัยทั้ง 2 นี้ สามารถนำมาสร้างเป็นกลยุทธ์ได้ทั้งสิ้น 3 กลยุทธ์ ประกอบด้วย

1. ด้านต้นทุน (Cost Leadership) การเป็นผู้ประกอบการด้านต้นทุนต่ำนี้ หมายถึง การมุ่งเน้นในการบริหารจัดการเพื่อทำให้ต้นทุนต่ำที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อที่จะได้มีต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง เมื่อกำหนดราคาได้ต่ำแล้ว ก็จะสามารถสร้างผลกำไรต่อหน่วยได้มากกว่า ขายได้จำนวนที่มากกว่า และสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้นอีกด้วย

2. ด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) คือ การมุ่งเน้นในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นแตกต่างไม่เหมือนใคร เพื่อที่จะสามารถขายสินค้าหรือบริการเหล่านั้นได้ในราคาที่แพงกว่าคู่แข่งและผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายในราคาพิเศษ (Premium Price) แม้ว่าราคาจะสูงกว่าราคาเฉลี่ยทั่วไป



3. ด้านตลาดเฉพาะกลุ่ม (Focus) คือ การจำกัดขอบเขตของการดำเนินงานโดยมุ่งเน้นไปที่ตลาดขนาดเล็ก หรือ ตลาดที่มีขนาดเฉพาะ (Niche Market) เป็นกลยุทธ์ที่ต่อยอดมาจากกลยุทธ์ด้านต้นทุน (Cost Leadership) และด้านการสร้างความแตกต่าง (Differentiation) แต่จะมุ่งเน้นในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น

กล่าวโดยสรุปคือ การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือแนวคิดในการขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถสร้างผลกำไรที่โดดเด่นมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นผลจากการบริหารจัดการด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถที่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงกว่าจากคู่แข่ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จันทิมา และคณะ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของศักยภาพผู้ประกอบการสมัยใหม่และนวัตกรรมการตลาดที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จากผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการสมัยใหม่มีผลต่อนวัตกรรมการตลาด และนวัตกรรมการตลาดก็มีส่วนต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจากการศึกษาข้างต้น การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมการตลาดที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต และก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในระยะยาว

Esmer & Dayi (2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ จากผลการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำของผู้ประกอบการถือเป็นคุณลักษณะใหม่ของการเป็นผู้นำที่เหมาะสมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน เพื่อที่จะสร้างโอกาสทางการแข่งขัน สร้างการเจริญเติบโตให้กับองค์กร และพัฒนาให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาวะผู้นำของผู้ประกอบการจะต้องเป็นคนที่สามารถสร้างสรรคแนวคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ และสามารถนำทีมให้ดำเนินการตามแผนที่ได้วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักตัวเองเป็นอย่างดี มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล และมองหาสิ่งใหม่ๆ ให้กับองค์กรอยู่เสมอ ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญในการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการที่มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จำเป็นต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

วรสุธิตา และประสพชัย (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดจากการตอบสนองความต้องการลูกค้าอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นไปที่กลยุทธ์ด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง โดยปัจจัยด้านความสามารถของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ต่างก็มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

เพ็ญสุข และคณะ (2561) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุค Thailand 4.0 ได้ทำการเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าควรเพิ่มขีดความสามารถทางการเรียนรู้ภายในองค์กรและความสามารถทางด้านนวัตกรรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยพัฒนาองค์กรและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อปรับเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพมาเป็นระบบเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างของเศรษฐกิจไทยให้สามารถปรับตัวท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและก้าวเข้าสู่ยุค Thailand 4.0 ได้

วรดิศ และวิจิต (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย พบว่าแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มโรงแรมขนาดเล็กมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องกันของข้อมูลผ่านเกณฑ์การยอมรับทุกดัชนี โดยการสร้างความได้เปรียบทาง





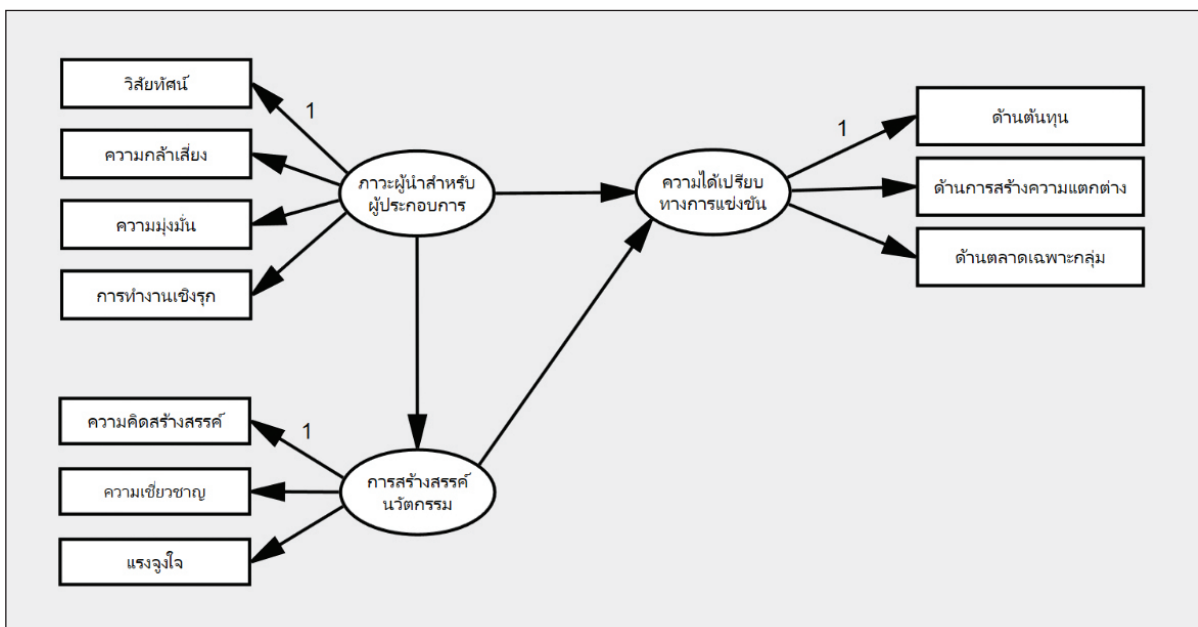
การแข่งขันนั้น ประกอบไปด้วย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ นวัตกรรม และการมุ่งเน้นตลาด และยังส่งผลก่อให้เกิดผลการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ

จารุวรรณ และประสพชัย (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการทำงานที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร และศึกษาเกี่ยวกับความสอดคล้องของโมเดลในการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานร้านสะดวกซื้อในกรุงเทพมหานคร กับข้อมูลเชิงประจักษ์ จากผลการศึกษาพบว่า การสร้างสรรค์นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงาน และมีผลทางอ้อมต่อกระบวนการในการปฏิบัติงาน กล่าวคือ กระบวนการสร้างสรรค์นวัตกรรมจะช่วยให้มีประสิทธิภาพทั้งในด้านการวางแผน การดำเนินงาน การประเมิน และการปรับปรุงงานให้มีศักยภาพที่ดีขึ้นด้วย ดังนั้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สมบัติ (2562) ได้ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมและการบริหารจัดการ จากผลการศึกษาพบว่า องค์กรที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นมาได้ จำเป็นที่จะต้องมีผู้บริหารที่มีความมุ่งมั่น สามารถสร้างบรรยากาศในการทำงานที่เหมาะสมกับการสร้างนวัตกรรมได้ รวมถึงการยอมรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการตัดสินใจ มีมุมมองในระยะยาว ตลอดจนมีวิสัยทัศน์และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นนวัตกรรมจึงสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาให้บุคลากร องค์กรหรือหน่วยงาน ให้สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อความก้าวไกลของประเทศชาติได้

วัชรพจน์ และปรียากมล (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิต เพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร จากผลการศึกษาพบว่า ทักษะการบุคคลถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งถือเป็นเครื่องมือในการสื่อสารที่ทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงเพื่อก่อให้เกิดการเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญ นำไปสู่การสร้างความสำเร็จได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงได้

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

ประชากรในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ประกอบการที่ดำเนินกิจการอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดกาญจนบุรี จำนวนทั้งสิ้น 3,153 ราย (Labor Office in Kanchanaburi, 2021) ผู้วิจัยได้นำแนวทางของ Hair, Black, Babin, & Anderson (2010) มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดตัวอย่างสำหรับวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อการประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood โดยกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะต้องมีจำนวนกลุ่มตัวอย่างโดยประมาณ 10-20 คน ต่อ 1 พารามิเตอร์ ในการศึกษานี้มีตัวแปรสังเกตทั้งหมด 40 ตัวแปร ดังนั้นจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 400 คน ($40 \times 10 = 400$) เพื่อป้องกันการตอบกลับแบบสอบถามในอัตราที่ต่ำ หรือขาดความสมบูรณ์ของข้อมูล จึงได้ปรับจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเป็นอย่างน้อยจำนวน 450 คน

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเนื้อหาของแบบสอบถามนี้ ประกอบด้วย (1) ข้อมูลทั่วไปของสถานประกอบการ (2) ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ (3) การสร้างสรรค์นวัตกรรม (4) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (5) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยข้อคำถามใน (2)-(4) จะเป็นคำถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนจะใช้การวัดระดับความสำคัญแบบมาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแนวคิดของ Likert Scale

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยจะทำการตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างจุดมุ่งหมายของการวิจัยกับคำถามในแบบสอบถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้ไปคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งพบว่ามีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 จึงสามารถนำมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ได้ การตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม ผู้วิจัยจะทำการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS จากประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน พบว่ามีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.949 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามนี้สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างได้ (Cronbach, 1970)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยใช้สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) (Hinkle, William, & Stephen, 1998) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์จำแนกรายข้อ โดยใช้ Item Total Correlation และเลือกปัจจัยที่มีค่า Corrected Item Total Correlation ตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไปมาทำการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS ซึ่งต้องมีค่าตั้งแต่ 0.2 ขึ้นไป พบว่าค่าอำนาจจำแนกอยู่ระหว่าง 0.437-0.766 (Asst. Prof. Nikom, 2007)

เกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผู้วิจัยจะใช้วิธีการประมาณค่าพารามิเตอร์ของโมเดล ด้วยวิธีการ Maximum Likelihood เกณฑ์การพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบไปด้วย ระดับความน่าจะเป็นของการทดสอบด้วย Chi-square ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($P\text{-value} > 0.05$) ค่า Relative Chi-square (X^2/df) มีค่าน้อยกว่า 2.00 ค่า RMSEA (Root Mean Square Error Approximation) และค่า SRMR (Standardized Root Mean Square Residual) มีค่าน้อยกว่า 0.08 ค่า GFI (Goodness of Fit Index) มีค่ามากกว่าเท่ากับ 0.95 ค่า AGFI (Adjust Goodness of Fit Index) มีค่ามากกว่าเท่ากับ 0.90 และค่า CFI (Comparative Fit Index) มีค่ามากกว่าเท่ากับ 0.90 (Kline, 2013) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบที่ 0.05 ถ้าในกรณีที่ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแล้วพบว่าไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จะต้องดำเนินการปรับโมเดล (Model Modification) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลใหม่ (Yuth, 2013)



ผลการศึกษา (Research Results)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 450 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศชาย ร้อยละ 59.30 มีอายุระหว่าง 26-35 ปี ร้อยละ 27.80 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 49.10 และมีประสบการณ์ในการทำงานโดยประมาณ 5-10 ปี ร้อยละ 38.40 โดยส่วนมากดำเนินธุรกิจมาแล้วน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี ร้อยละ 25.80 ประเภทธุรกิจที่ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพอยู่ โดยส่วนมากคือธุรกิจด้านการขายปลีก ร้อยละ 42.00 ธุรกิจด้านที่พักแรม บริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 16.90 และธุรกิจด้านการผลิต ร้อยละ 14.20 ตามลำดับ ขนาดของสถานประกอบการโดยเปรียบเทียบจากจำนวนพนักงาน โดยส่วนมากมีจำนวนพนักงาน 1-15 คน ร้อยละ 74.20 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 2 ปี ร้อยละ 25.80 รองลงมาคือ ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 3-4 ปี ร้อยละ 22.70 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 11 ปีขึ้นไป ร้อยละ 19.60 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 5-6 ปี ร้อยละ 16.40 ดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 7-8 ปี ร้อยละ 22.70 และดำเนินธุรกิจมาแล้วเป็นระยะเวลา 9-10 ปี ร้อยละ 6.70 ตามลำดับ

ประเภทของสถานประกอบการ โดยส่วนมากประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายปลีก ร้อยละ 42.00 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับที่พักแรม บริการอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 16.90 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต ร้อยละ 14.20 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการก่อสร้าง ร้อยละ 6.20 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับด้านอสังหาริมทรัพย์ ร้อยละ 5.80 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งทางบก สถานที่จัดเก็บสินค้า ร้อยละ 4.20 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับบริการท่องเที่ยว ร้อยละ 4.0 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายส่ง ร้อยละ 3.30 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการขายส่ง ขายปลีก ด้านซ่อมยานยนต์ ร้อยละ 1.80 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับธุรกิจอื่นๆ ร้อยละ 0.90 ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร้อยละ 0.40 และประกอบธุรกิจเกี่ยวกับบริการด้านการเงิน ร้อยละ 0.20 ตามลำดับ

ขนาดของสถานประกอบการ โดยส่วนมากมีจำนวนพนักงาน 1-15 คน ร้อยละ 74.20 รองลงมาคือ จำนวนพนักงาน 26-30 คน ร้อยละ 8.40 จำนวนพนักงาน 51-200 คน ร้อยละ 6.20 จำนวนพนักงาน 31-50 คน ร้อยละ 4.70 จำนวนพนักงาน 16-25 ร้อยละ 4.00 และจำนวนพนักงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป ร้อยละ 2.40 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ด้านภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์นวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตัวแปร	ระดับความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ			
- วิสัยทัศน์	4.35	0.60	มากที่สุด
- ความกล้าเสี่ยง	4.31	0.39	มากที่สุด
- ความมุ่งมั่น	4.32	0.56	มากที่สุด
- การทำงานเชิงรุก	4.11	0.59	มากที่สุด
โดยรวม	4.27	0.54	มากที่สุด

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ด้านภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ การสร้างสรรค์นวัตกรรม และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับความสำคัญ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
การสร้างสรรค์นวัตกรรม			
- ความคิดสร้างสรรค์	4.31	0.51	มากที่สุด
- ความเชี่ยวชาญ	4.33	0.62	มากที่สุด
- แรงจูงใจ	4.49	0.57	มากที่สุด
โดยรวม	4.38	0.57	มากที่สุด
ความได้เปรียบทางการแข่งขัน			
- ด้านต้นทุน	4.36	0.54	มากที่สุด
- ด้านการสร้างความแตกต่าง	4.26	0.58	มากที่สุด
- ด้านตลาดเฉพาะกลุ่ม	4.27	0.59	มากที่สุด
โดยรวม	4.30	0.57	มากที่สุด

ที่มา: จากการศึกษา

ตารางที่ 2 ผลการศึกษาความสอดคล้องของโมเดลภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ค่าดัชนี	ก่อนปรับ		หลังปรับ	
	เกณฑ์	ค่าสถิติ	เกณฑ์	ค่าสถิติ
Chi-square/df	< 2	13.174	< 2	1.123
P-value of Chi-square	> 0.05	0.000	> 0.05	0.316
GFI	≥ 0.95	0.877	≥ 0.95	0.990
NFI	≥ 0.95	0.861	≥ 0.95	0.993
CFI	≥ 0.90	0.870	≥ 0.90	0.999
RMSEA	< 0.08	0.165	< 0.08	0.017
RMR	< 0.08	0.026	< 0.08	0.004

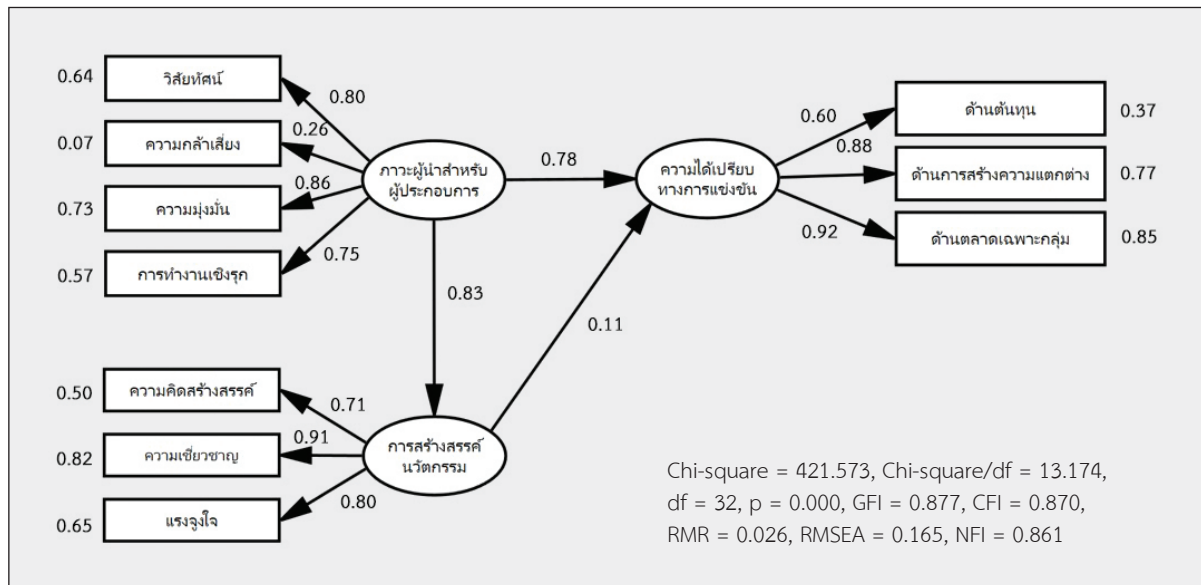
หมายเหตุ: (Kline, 2013)

ที่มา: จากการศึกษา

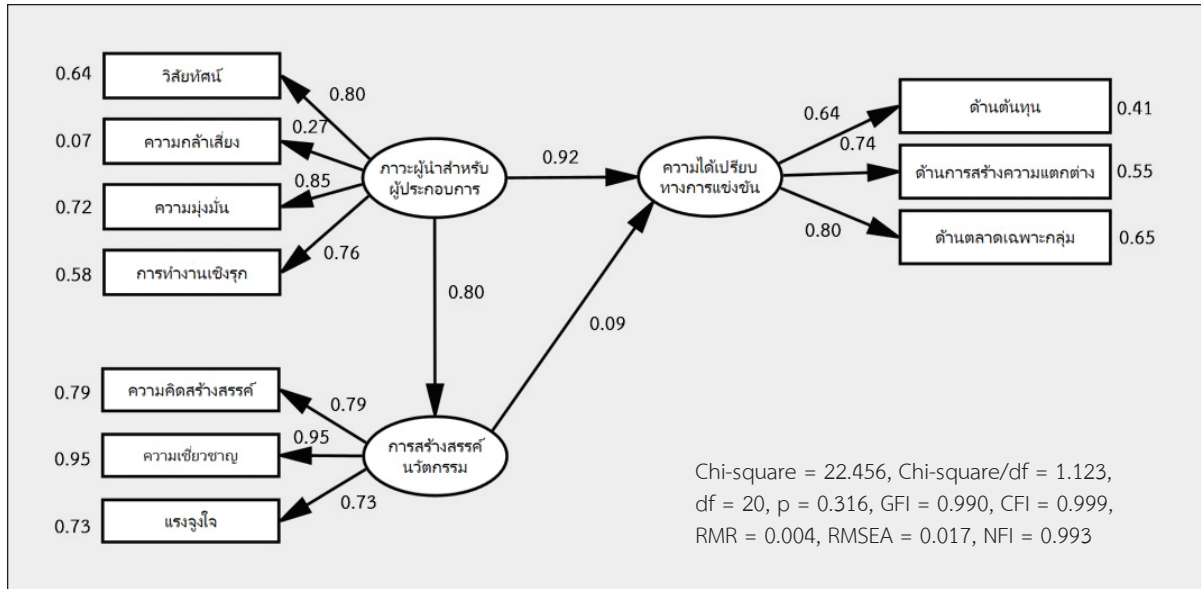


จากตารางที่ 2 พบว่าการทดสอบความกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างองค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าโมเดลในภาพรวม (Overall Model Fit Measure) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าดัชนีเป็นไปตามเกณฑ์ (Kline, 2013) โดยพิจารณาผลจากค่าดัชนีต่างๆ หลังจากได้มีการปรับโมเดลด้วย MI (Modification Indices) แล้ว มีค่าสัดส่วน Chi-square/df เท่ากับ 1.123 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 2 นั่นคือยอมรับว่าโมเดลตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หรือรูปแบบมีความตรงเชิงโครงสร้าง โดยมีระดับนัยสำคัญ (P-value) เท่ากับ 0.316 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่า P มีค่ามากพอที่จะไม่ปฏิเสธสมมติฐานว่าด้วยโมเดลการวัดมีความตรงเชิงโครงสร้าง และสอดคล้องกับผลในการวิเคราะห์ค่าดัชนี โดยมีค่า GFI เท่ากับ 0.990 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ (GFI > 0.95) ค่าดัชนี NFI เท่ากับ 0.993 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ (NFI > 0.95) ค่าดัชนี CFI เท่ากับ 0.999 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ (CFI > 0.90) ค่าดัชนี RMSEA เท่ากับ 0.017 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ (RMSEA < 0.08) และค่า RMR เท่ากับ 0.004 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่ได้กำหนดไว้ (RMR < 0.08) เช่นเดียวกัน

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรคนวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี ก่อนปรับ



ภาพที่ 3 โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรม ที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี หลังปรับ

ตารางที่ 3 อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) ของตัวแปรภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ และการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี

ตัวแปรสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	การสร้างสรรค์นวัตกรรม			ความได้เปรียบทางการแข่งขัน		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ	0.805	-	0.805	0.924	0.034	0.995
การสร้างสรรค์นวัตกรรม	-	-	-	0.093	-	0.093

หมายเหตุ: R² ของการสร้างสรรค์นวัตกรรม = 0.647, R² ของความได้เปรียบทางการแข่งขัน = 0.991
ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 3 พบว่าภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี โดยมีค่าอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.809 โดยตัวแปรการสร้างสรรค์นวัตกรรมในโมเดลสมการโครงสร้างสามารถอธิบายความแปรปรวนของภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการได้ร้อยละ 64.70 (R² = 0.647)

อิทธิพลทางตรงของการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.093 ส่วนอิทธิพลทางตรงของภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเท่ากับ 0.924 และมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกเท่ากับ 0.034 ดังนั้นอิทธิพลรวมของภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความได้เปรียบ



ทางการแข่งขันเท่ากับ 0.995 โดยความได้เปรียบทางการแข่งขันในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการสร้างสรรค์นวัตกรรม และภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการได้ร้อยละ 99.10 ($R^2 = 0.991$)

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย (Conclusion and Discussion)

จากผลการวิจัยในการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและการสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี พบว่าภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบไปด้วย วิสัยทัศน์ ความกล้าเสี่ยง ความมุ่งมั่น และการทำงานเชิงรุก ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ใช้ในการอธิบายถึงภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Yilmaz & Gormus, 2012) (Altuntas, 2010) (Zijlstra, 2014) ที่กล่าวถึงแนวคิดและคุณลักษณะสำหรับของภาวะผู้นำและความเป็นผู้ประกอบการที่ต้องสามารถสร้างขวัญและกำลังใจ รวมถึงการมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล พร้อมทั้งจะพัฒนาธุรกิจให้สามารถเติบโตได้ พร้อมทั้งมีแนวคิดในความกล้าที่จะเสี่ยง กล้าที่จะทดลองสิ่งใหม่ เพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จต่อไปได้ในอนาคต มีความสามารถเพียงพอที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย (Chanthima, Jakret, & Wannida, 2016) ที่ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของศักยภาพผู้ประกอบการสมัยใหม่และนวัตกรรมการตลาด ที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ที่กล่าวไว้ว่า การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการสมัยใหม่ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และมีผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนในระยะยาว และสอดคล้องกับ (Esmer & Dayi, 2017) ที่ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีที่เกี่ยวข้องด้านภาวะผู้นำของผู้ประกอบการ พบว่าภาวะผู้นำของผู้ประกอบการถือเป็นคุณลักษณะใหม่ของการเป็นผู้นำที่เหมาะสมสำหรับการเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบัน เพื่อที่จะสร้างโอกาสทางการแข่งขัน สร้างการเจริญเติบโตให้กับองค์กร และพัฒนาให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sombat, 2019) ที่ศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมและการบริหารจัดการ กล่าวไว้ว่า องค์กรที่สามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นมาได้ จำเป็นที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องได้

สำหรับการสร้างสรรค์นวัตกรรม พบว่ามีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งประกอบไปด้วย ความคิดสร้างสรรค์ ความเชี่ยวชาญ และแรงจูงใจ โดยด้านความเชี่ยวชาญ ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมมากที่สุด ($\beta = 0.93$) สอดคล้องกับแนวคิดของ (Dr.Wichai & Assoc. Prof. Marut, 2019); (Amabile, 1998) กล่าวถึงการสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรมที่สนับสนุนให้เกิดความรู้และทักษะในการทำงาน รวมถึงความสามารถในการแก้ไขปัญหา ส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Jaruwat & Prasopchai, 2019) ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างสรรค์นวัตกรรมกระบวนการทำงานที่มีต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานร้านสะดวกซื้อในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งกล่าวไว้ว่า การสร้างสรรค์นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน และการสร้างสรรค์นวัตกรรม ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Watcharapoj & Preeyakamon, 2020) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรมของอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อยกระดับความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร พบว่าทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการผลิตมากที่สุด ถ้าเราสามารถพัฒนาบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนานวัตกรรมขององค์กร และนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

โดยความได้เปรียบทางการแข่งขัน ประกอบไปด้วย ด้านต้นทุน ด้านการสร้างความแตกต่าง และด้านตลาดเฉพาะกลุ่ม เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในการอธิบายถึงการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ตามแนวคิดของ (Porter M. E., 1990) (Porter M. E., 1980) โดยขอบเขตของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ การขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถสร้างผลกำไรที่โดดเด่นมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการบริหารจัดการด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้องค์กรสามารถที่จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงกว่าจากคู่แข่ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Wasutida & Prasopchai, 2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร เกิดจากการบริหารจัดการด้านความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ด้านต้นทุน และการสร้างความแตกต่าง ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Pensuk, Worluck, Siriluck, & Korkaew, 2018) ที่ศึกษาเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในยุค Thailand 4.0 กล่าวไว้ว่า การเพิ่มขีดความสามารถทางการเรียนรู้ภายในองค์กรและความสามารถทางด้านนวัตกรรม จะช่วยส่งเสริมการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อให้สามารถปรับตัวทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม Thailand 4.0 ได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ (Voradit & Vichit, 2019) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างแบบจำลองความได้เปรียบทางการแข่งขันของโรงแรมขนาดเล็กในประเทศไทย กล่าวไว้ว่า การจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้น ต้องประกอบไปด้วย การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ นวัตกรรม และการมุ่งเน้นตลาดที่มีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดผลการดำเนินงานที่ดีและยั่งยืน

จากผลการวิจัยนี้พบว่า ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี และภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกโดยผ่านการสร้างสรรค์นวัตกรรมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งสามารถนำไปใช้สำหรับการวางแผนเพื่อพัฒนาคุณภาพและศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดกาญจนบุรี ให้มีความรู้ ความสามารถ และศักยภาพที่เพียงพอต่อความต้องการและทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

ข้อเสนอแนะ (Recommendations)

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาความรู้ ความสามารถ และศักยภาพของผู้นำ ถือเป็นบทบาทสำคัญในการช่วยให้องค์กรหรือธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรและประสิทธิภาพในการสร้างความโดดเด่นกว่าคู่แข่งได้

จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำสำหรับผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมและอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน แสดงให้เห็นว่าการสร้างสรรค์นวัตกรรมในองค์กรและพัฒนาความรู้ในด้านนวัตกรรม ทั้งความเชี่ยวชาญ ทักษะทางการคิดเชิงสร้างสรรค์ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาและพัฒนากระบวนการทำงานให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ องค์กรหรือผู้ประกอบการควรที่จะให้การสนับสนุน สร้างแรงจูงใจ ส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้และอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เพื่อก่อให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบต่อการแข่งขันกับคู่แข่งในอนาคตได้



ข้อเสนอแนะของการวิจัยในครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่อื่นๆ เพื่อหาข้อเปรียบเทียบปัจจัยที่ได้กับงานวิจัยนี้ และสามารถศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุอื่นมาเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพล เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กร และนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้ความสามารถต่อไปอย่างยั่งยืนได้

นอกจากนี้ หากทำการวิจัยเพิ่ม โดยทำการจัดกลุ่มข้อมูลการวิเคราะห์ โดยการศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพล โดยเปรียบเทียบตามประเภทของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น แบ่งตามประเภทของธุรกิจ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ฯลฯ ก็จะช่วยให้อินโฟที่ได้อินโฟมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

References

- Altuntas, G. (2010). *Girisimcilik ve Stratejik Yonetim Iliskisi: Bir Stratejik Girisimcilik Modeli ve IMKB Ulusal 100 Endeksinde Islem Goren Isletmeler Uzerinde Testi*. Istanbul: Istanbul Universitesi Sosyal Bilimler Enstitusu, Doktora Tezi.
- Asst. Prof. Nikom, T. (2007). *Questionnaire Quality Inspection*. Khon Kaen: Department of Biostatistics and Demography, Faculty of public health, Khon Kaen University.
- Amabile, T. M. (1998). "How to Kill Creativity." *Harvard Business Review*. Boston: Harvard Business School Press.
- Boonthawan, W. (2013). Being entrepreneur of globalization. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Chanthima, P., Jakret, M., & Wannida, S. (2016). Effects of Modern Entrepreneurial Capability and Marketing Innovation on Competitive Advantage of Community Enterprises Processing Agricultural Products in Upper Northeast. *Suranaree Journal of Social Science*, 79-96.
- Dr.Suphakorn, s. (2020). *How are you living in the VUCA world?* Bangkok: Bangkok Biz News.
- Dr.Wichai, w., & Assoc. Prof. Marut, p. (2019). *Innovation Skills Development*. Bangkok: Center for Innovation Leaders in Curriculum and Learning.
- Cronbach, L. J. (1970). *Essential of Psychological Test. 5th ed.*. New York: Harper Collins.
- Dessler, G. (1998). *Management: Leading People and Organizations in the 21st ed.*. New Jersey: Prentice-Hall International.
- Esmer, Y., & Dayi, F. (2017). Entrepreneurial Leadership: A Theoretical Framework. *Mehmet Akif Ersoy Universitesi Iktisadi ve Idari Bilimler Fakultesi Dergisi*, 112-124.
- Greenberg, J., & Baron, R. A. (2003). *Behavior in Organizations: Under Stanadingand Managing the Human Side of Work. 8th ed.*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., & Anderson, R. (2010). *Multivariate Data Analysis. (7th ed.)*. Upper saddle Reiver New Jersey: Person Education Internation.
- Hinkle, D., William, W., & Stephen, G. (1998). *Applied Statistics for the Behavior Sciences. 4th ed.*. New York: Houghton Mifflin.



- Hisrich, R., Peters, M., & Shepherd, D. (2008). *Entrepreneurship. 7th Edition*. Boston: McGraw-Hill International Edition.
- Jaruwan, M., & Prasopchai, P. (2019). Creative Innovation in the Work Process Affecting the Performance Effectiveness of Employees at Convenience Stores in the Bangkok Metropolitan Area. *Journal of Economics and Management Strategy*, 73-88.
- Kline, R. B. (2013). Exploratory and confirmatory factor analysis. In *Applied Quantitative Analysis in the Social Sciences* (pp. 171-207). New York: Routledge: Y. Petscher & C. Schatsschneider (Eds.).
- Labor office in Kanchanaburi. (2021). *Labor Situation Report for the First Quarter of 2021*. Kanchanaburi: Labor office in Kanchanaburi.
- Magazine, B. O. (2020). *Thai Economy in a Transformative World*. Thailand: Bank of Thailand.
- Office of Small and Medium Enterprise. (2019). *Determine the Characteristics of Small and Medium Enterprises*. Bangkok: Office of Small and Medium Enterprise Promotion.
- Office of Small and Medium Enterprises. (2021, July 30). Dashboard SME Big Data. Retrieved from Situation and Knowledge: <https://www.sme.go.th/>
- Pensuk, K., Woraluck, L., S. T., & Korkaew, J. (2018). Competitive Advantage of SMEs in Thailand 4.0. *Humanities and Social Sciences Mahasarakham University*, 245-256.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Rovinelli, R., & Hambleton, R. (1977). On th use of content specialists in the assessmen of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Education Research*, 49-60.
- Sombat, N. (2019). Innovation and Management. *The Journa of Research and Academics*, 121-134.
- Somnuk, A., Dr.Pakpachong, V., Dr.Achara, C., & Dr.Pracob, C. (2010). Innovation: Meaning, Types and Importance of Entrepreneurship. *Journal of Business Administration of Thammasat University*, 46-65.
- Sookyuen, T., & Watcharapoj, S. (2020). *New Normal Management Strategy for Organizations*. Bangkok: Corporate Strategy and Competitiveness Center King Mongkut's University of Technology Thonburi.
- Sookyuen, T. (2020). *Crisis Leadership*. Bangkok: Corporate Strategy and Competitiveness Center King Mongkut's University of Technology Thonburi.
- Stephen R., C. (1991). *Principle-Centered Leadership*. New York: Kindle Edition.
- Stephen Spinelli, J., & Robert J. Adams, J. (2016). *New Venturre Creation Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: McGraw-Hill Education.
- Thanaphongphan, T. (2020). *Digital Transformation in Action*. Bangkok: Wish Publisher (Two Three Perspective Company Limited).
- Timmons, J. (1990). *New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Voradit, T., & Vichit, U.-o. (2019). The Model of Competitive Advantage for Small Hotel in Thailand.



- Warren, B. (1989). *On Becoming a Leader*. New York: Addison-Wesley, pp. 266.
- Wasutida, N., & Prasopchai, P. (2018). Factors Affecting the Competitive Advantage of Service Business Entrepreneurs in Bangkok. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 2148-2167.
- Watcharapoj, S., & Preeyakamon, A. (2020). The Development of Innovation in Manufacturing Industry to Enhance Enterprise Competitiveness. *Journal of Administrative and Management Innovation of Rajamangala University of Technology Rattanakosin*, 89-100.
- Yilmaz, H., & Gormus, A. S. (2012). Stratejik Girisimciligin, Algılanan Orgutsel Destek ve Orgutsel Ogrenme Uzerine Etkilerinin Arastirilmesi: Tekstil Sektorunde Ampirik Bir Calisma. *Journal of Yasar University*, 26(7), 4483-4504.
- Young Entrepreneur Council. (2013, 01 18). *12 Essential Traits of Successful Start-up Leaders*. Retrieved from Inc.: <https://www.inc.com/young-entrepreneur-council/12-traits-of-successful-start-up-leaders.html>
- Yuth, k. (2013). *Structural Equation Model Analysis with AMOS*. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Zijlstra, P. (2014). *When is Entrepreneurial Leadership Most Effective?* Enschede, Netherlands: Master Thesis, University of Twente, Management and Governance, Twente.