# บทที่ 5

## สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม ความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กร : กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคเหนือ มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพทางนวัตกรรมของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ 2) เพื่อศึกษาความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ 3) เพื่อศึกษาความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม ความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ

ลำดับต่อมาคือ วิธีการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยมีวิธีการดำเนินการวิจัยโดยประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ จำนวน จำนวน 38,861 คน (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์, 2556 : http://dbd.go.th) สำหรับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ จำนวน 396 คน โดยใช้วิธีการคำนวณตามสูตรของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1967 อ้างถึงใน ชูศรี วงศ์รัตนะ, 2549) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ซึ่งจำนวนแบบสอบถามที่ส่งไปจำนวน 396 ฉบับนั้นได้รับแบบสอบถามที่สมบูรณ์กลับมาจำนวน 133 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 33.59 ซึ่งสามารถสรุปประเด็นสำคัญนำเสนอตามลำดับดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

2. อภิปรายผล

3. ข้อเสนอแนะ

## สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม ความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กร : กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคเหนือ สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ประกอบการและข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุมากกว่า 50 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือต่ำกว่า มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 15 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 70,000 บาท และตำแหน่งงานในปัจจุบันเป็นเจ้าของกิจการ

ธุรกิจ SMEs ส่วนใหญ่มีรูปแบบธุรกิจเป็นบริษัทจำกัด ประเภทธุรกิจภาคการผลิต มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 15 ปี จำนวนพนักงานทั้งหมดในปัจจุบันน้อยกว่า 50 ทุนจดทะเบียนเริ่มต้นต่ำกว่า 10 ล้านบาท และรายได้ต่อปีของกิจการต่ำกว่า 10 ล้านบาท

### 2. ศักยภาพทางนวัตกรรมของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ด้านกลยุทธ์ ด้านการเรียนรู้ ด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านการผลิต ยกเว้นด้านการวิจัยและพัฒนา อยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยรายด้านพบว่า

2.1 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการเรียนรู้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.2 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการวิจัยและพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเด็นกิจการมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของกิจการ อยู่ในระดับปานกลาง

2.3 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.4 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการผลิต โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเด็นกิจการมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่โดยเฉพาะสำหรับการเสนอแนะวิธีการที่จะปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการผลิตของกิจการ อยู่ในระดับปานกลาง

2.5 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.6 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านองค์กร โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

2.7 ศักยภาพทางนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

**3. ความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านการบริการเป็นเลิศ ด้านผู้บริหารที่ชาญฉลาด ด้านพนักงานที่มีความสามารถ ด้านเทคนิควิธีการที่ยอดเยี่ยม และด้านการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยรายด้านพบว่า

3.1 ความเป็นมืออาชีพ ด้านเทคนิควิธีการที่ยอดเยี่ยม โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.2 ความเป็นมืออาชีพ ด้านพนักงานที่มีความสามารถ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.3 ความเป็นมืออาชีพ ด้านผู้บริหารที่ชาญฉลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.4 ความเป็นมืออาชีพ ด้านการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

3.5 ความเป็นมืออาชีพ ด้านการบริการเป็นเลิศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

**4. ความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จองค์กรโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน ผลการวิจัยรายด้านพบว่า

4.1 ความสำเร็จองค์กร ด้านลูกค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

4.2 ความสำเร็จองค์กร ด้านกระบวนการภายใน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

4.3 ความสำเร็จองค์กร ด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

4.4 ความสำเร็จองค์กร ด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ยกเว้นประเด็นกิจการสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำและมีส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และกิจการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลงได้และเป็นไปตามแผนที่วางไว้ อยู่ในระดับปานกลาง

**5. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

5.1 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

5.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้ออยู่ในระดับมากทุกข้อ

**6. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐาน**

6.1 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม พบว่า ศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คำตอบที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 เนื่องจาก ศักยภาพทางนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

6.2 ผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม พบว่า การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คำตอบที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 เนื่องจาก การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมและความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

6.3 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม พบว่า ศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คำตอบที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 เนื่องจาก ศักยภาพทางนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

6.4 ผลการวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของความเป็นมืออาชีพโดยรวมกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม พบว่า ความเป็นมืออาชีพโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คำตอบที่ได้สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 2 เนื่องจากความเป็นมืออาชีพมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 4

6.5 ผลการวิจัยเกี่ยวกับผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพโดยรวมกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพโดยรวมกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม คำตอบที่ได้ขัดแย้งกับสมมติฐานที่ 5 เนื่องจาก สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพโดยรวมกับความสำเร็จองค์กรโดยรวมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ 5

**อภิปรายผล**

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม ความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กร : กรณีศึกษา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตภาคเหนือ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

**1. ศักยภาพทางนวัตกรรมของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ด้านกลยุทธ์ ด้านการเรียนรู้ ด้านองค์กร ด้านการตลาด ด้านการผลิต อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องมีการพัฒนาองค์กรโดยมีองค์ประกอบของศักยภาพทางนวัตกรรมในหลาย ๆ ด้าน ซึ่งศักยภาพทางนวัตกรรมเป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ที่นำมาปรับใช้ในองค์กร โดยมีการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีความแตกต่าง เพื่อตอบสนองลูกค้าได้ดีขึ้นและให้คุณค่ากับลูกค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา สายสุทธิ์ (2554 : 158) พบว่า ผู้บริหารสำนักงานบัญชี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน ได้แก่ ด้านการเรียนรู้ ด้านการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ ด้านการตลาด ด้านกลยุทธ์ ด้านองค์กร อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภางค์ นันตา (2555 : 129) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสปามีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์นวัตกรรมบริการโดยรวมและเป็นรายด้านทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ในการบริการ เช่น กิจการให้ความสำคัญกับการนำเสนอ

ความคิดและวิธีการเกี่ยวกับการพัฒนาการบริการรูปแบบใหม่เพื่อให้การดำเนินงานเป็นรูปธรรมมากขึ้น เป็นต้น ด้านเจตคติที่มุ่งสู่การเปลี่ยนแปลง เช่น กิจการส่งเสริมให้พนักงานตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลง ด้านรูปแบบการบริการที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ เป็นต้น และด้านการสร้างการเรียนรู้ เช่น กิจการมุ่งเน้นในการสร้างความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างผู้ประกอบการและพนักงานในการร่วมกันปรับปรุงพัฒนาบริการใหม่เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจที่สุด เป็นต้น

**2. ความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการบริการเป็นเลิศ ด้านผู้บริหารที่ชาญฉลาด ด้านพนักงานที่มีความสามารถ ด้านเทคนิควิธีการที่ยอดเยี่ยม และด้านการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ การที่ธุรกิจ SMEs มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ทำงานด้วยความตั้งใจจริง ทำงานเพื่อให้เกิดผลงานเป็นหลัก โดยมีอิสระในการดำเนินงาน และสะท้อนจากการทำงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูง เป็นความสามารถของธุรกิจในการดำเนินงานเพื่อมุ่งไปสู่ความเป็นมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Leon และ Cambridge (2006 : 645) กล่าวว่า องค์กรจะต้องตระหนักถึงตัวแบบของการเปลี่ยนแปลงที่จะนำมาใช้ เพราะว่ามีหลายทางเลือก และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในบริบทของการเปลี่ยนแปลงนั้น ๆ กระบวนการนำการทำงานแบบมืออาชีพแนวใหม่มาใช้ และกลไกของการให้ผู้คนเข้ามามีส่วนร่วมให้มากพอจนเกิดเป็นความเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่ต้องคิดให้รอบคอบ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมากร ลุวิชาเวช (2551 : 107) พบว่า ผู้จัดการธนาคารออมสิน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีความเป็นมืออาชีพโดยรวม ด้านเทคนิควิธีการที่ยอดเยี่ยม ด้านพนักงานที่มีความสามารถ ด้านผู้บริหารที่ชาญฉลาด ด้านการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และด้านบริการเป็นเลิศ อยู่ในระดับมาก

**3. ความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จองค์กรโดยรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สามารถสร้างความสำเร็จขององค์กร โดยบรรลุ

เป้าหมายในการดำเนินกิจการ บรรลุตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จทางด้านการเงิน การตลาด การบริหารลูกค้า และการบริหารงาน ความสำเร็จเหล่านี้ล้วนต้องการเวลา ต้องการความทุ่มเท และต้องการองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสม ผู้ประกอบการจึงต้องมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาคุณภาพองค์กรอย่างต่อเนื่อง คิดค้นหาวิธีที่ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมืออาชีพ ซึ่งจะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ณัฐพร พันธุ์งาม (2549 : 54) กล่าวว่า ความสำเร็จองค์กรเป็นการดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า การรักษาลูกค้า การเพิ่มขึ้นของลูกค้า การเติบโตของรายได้สุทธิ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา ปวะบุตร (2550 : 89) พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีความสำเร็จองค์กรโดยรวมด้านการเพิ่มรายได้ ด้านการลดต้นทุน/การเพิ่มผลิตภัณฑ์ ด้านความสามารถในการทำกำไรและด้านประสิทธิภาพการใช้สินทรัพย์ เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวนมากได้รับความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจจนเป็นวิสาหกิจขนาดใหญ่มีปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จหลายประการ

**4. การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องโดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ธุรกิจ SMEs จำเป็นต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีการแข่งขันเพื่อชิงความเป็นเลิศ ธุรกิจที่จะสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันนั้นจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง โดยการแสวงหาโอกาสที่จะเรียนรู้ พัฒนาความสามารถของบุคลากรเพื่อให้มีความรู้ มีทักษะในการจัดการกับปัญหาและสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป จะทำให้องค์กรมีศักยภาพเหนือคู่แข่งขันอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พิชาย รัตนดิลก ณ ภูเก็ต (2552 : 381) กล่าวว่า การทำให้การเรียนรู้เป็นนิสัยเกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติในทั่วทุกปริมณฑลขององค์การ ท่ามกลางบรรยากาศที่สนุกสนาน ช่องทางการสร้างการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดแผนงานการให้การศึกษาที่เป็นทางการ การจัดตั้งมุมกาแฟเพื่อสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสาร การไปศึกษาดูงาน การนำเสนอความก้าวหน้าในที่ประชุม เป็นต้น การเน้นการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องแทนที่การอบรมเพียงครั้งเดียว

จะทำให้สามารถรักษาและกระตุ้นการเรียนรู้ให้มีชีวิตชีวา อันจะทำให้เกิดความคิดใหม่ ๆ ที่สามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ สุพินดา เลิศฤทธิ์ (2555) กล่าวว่า การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะก่อให้เกิดศักยภาพในการเปลี่ยนแปลง ผู้นำจึงควรมีความรู้ใหม่ที่สำคัญ ความรู้ทางเทคโนโลยี และความรู้ทั่วไปหรือความรู้รอบใหม่ ๆ เพื่อสามารถพัฒนาตนเอง โดยตระหนักถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของตนโดยใช้ข้อมูลสะท้อนกลับและโอกาสจากคนอื่น ๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ใหม่

**5. สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลที่อาจก่อให้เกิดผลในเชิงบวกหรือลบต่อการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจสามารถก่อให้เกิดทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อธุรกิจได้เช่นกัน ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญ โดยวิเคราะห์และติดตามอย่างสม่ำเสมอ เพื่อธุรกิจจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จินตนา บุญบงการ (2550 : 65) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จ หรือความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่สถานการณ์ความได้เปรียบและความเสียเปรียบทางธุรกิจสามารถเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จึงเป็นความจำเป็นที่ผู้บริหารในทุกองค์กรต้องให้ความสนใจ เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันที่เกิดขึ้น

**6. ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรม ความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ**

6.1 ศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม กล่าวคือ การที่ธุรกิจ SMEs สามารถต่อยอดธุรกิจให้มีศักยภาพทางนวัตกรรม โดยเริ่มจากการพัฒนาผู้ประกอบการให้มีการเรียนรู้ มีความคิดสร้างสรรค์ มีการพัฒนารูปแบบองค์กรธุรกิจ มีการวางแผนกลยุทธ์ และดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างเหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างให้มีความเป็นมืออาชีพ พัฒนาศักยภาพความเป็นเลิศของธุรกิจ เพื่อนำไปสู่การสร้างแรงจูงใจและแรงผลักดัน

ให้ลูกค้ามีความไว้วางไว้และเกิดความจงรักภักดีในสินค้าหรือบริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พงษ์ ผาวิจิตร (2548 : 12) กล่าวว่า ในปัจจุบันนวัตกรรมได้เข้ามาสู่ธุรกิจ SMEs โดยผู้ประกอบการไม่สามารถหนีได้เพราะท่ามกลางสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงและเข้มข้นของโลกไร้พรมแดนกดดันให้ธุรกิจต้องค้นคิดเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สรรหานวัตกรรมใหม่ ๆ ในทางธุรกิจเพื่อสร้างให้ลูกค้าเกิดพฤติกรรมหันมาใช้สินค้าและบริการ นวัตกรรมจึงกลายเป็นเครื่องมือใหม่ทางยุทธศาสตร์ของการแข่งขันทางธุรกิจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2555 : 1) กล่าวว่า ธุรกิจจำเป็นต้องเสริมสร้างศักยภาพทางนวัตกรรม เพื่อการเรียนรู้ถึงการพัฒนาตัวสินค้าและบริการ การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจ การริเริ่มธุรกิจรูปแบบใหม่ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่ดีขึ้นกว่าเดิม ตลอดจนสร้างโอกาสในการเปิดมุมมองใหม่ๆ สร้างความเข้าใจในความเป็นตลาดสากล การเสริมสร้างศักยภาพทางนวัตกรรมทางธุรกิจนั้นจะเป็นอาวุธที่สำคัญ ซึ่งจะนำไปสู่ภาวะความพร้อมให้กับธุรกิจ SMEs ใช้เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ผลการวิจัยครั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา สายสุทธิ์ (2554 : 19) พบว่า กระบวนการทางนวัตกรรมเป็นการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่มีการศึกษา วิจัยพัฒนาแนวทางในการให้บริการ พัฒนาองค์กร นำทรัพยากรในองค์กรมาใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า ซึ่งนำองค์กรไปสู่ความเป็นมืออาชีพในการดำเนินกิจการที่มีการบริการที่ดีเยี่ยม มีการสื่อสารที่ตรงเป้าหมายชัดเจน มีพนักงานที่มีคุณภาพมีความรู้ และเทคนิคบริการใหม่ ๆ เสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภางค์ นันตา (2555 : 19) พบว่า การจัดการนวัตกรรมที่มีเป้าหมายทางธุรกิจต้องอาศัยปัจจัยที่เกื้อกูลให้เกิดผลทางธุรกิจ ได้แก่ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะความชำนาญเชี่ยวชาญ ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากคนในองค์กรทุกระดับเพื่อให้เกิดความเป็นมืออาชีพอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจนทำให้ธุรกิจมีกำไรจากการสร้างสรรค์นวัตกรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เยาวลักษณ์ จิตต์วโรดม (2548 : 11-13) พบว่า จากภาวการณ์แข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันแข่งขันกันทางภูมิปัญญา (Knowledge Competition) กุญแจสำคัญที่จะนำธุรกิจให้เติบโตและประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบการต้องปรับปรุงความสามารถขององค์กรให้เป็นไปอย่างมีนวัตกรรม โดยการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน นวัตกรรมเป็นเรื่องของความสามารถในการใช้ความรู้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ทักษะและประสบการณ์ทางเทคโนโลยี

หรือระบบการจัดการมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือบริการใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ดังนั้น แนวทางหนึ่งในการสร้างนวัตกรรม อาทิเช่น นวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์จะต้องมีคุณภาพที่ดีและสามารถนำมาผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ

6.2 การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องมีผลกระทบเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมกับความเป็นมืออาชีพโดยรวม กล่าวคือ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งการเรียนรู้ที่เกิดจากการค้นคว้าเพิ่มเติม การเรียนรู้จากภายในและภายนอกองค์กรนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการประกอบธุรกิจ SMEs เนื่องจากว่าความรู้ที่มีอยู่ในตนเองเท่านั้นไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีมีการพัฒนาและถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลาย ผู้ประกอบการใดที่ไม่มีการเรียนรู้ ไม่มีการพัฒนา คิดแต่เพียงว่าความรู้ที่ตนเองมีอยู่นั้นเพียงพอแล้ว จะทำให้ผู้ประกอบการนั้นประสบปัญหายุ่งยากตามมาอย่างมากมาย ทำให้มีความด้อยในการแข่งขัน ไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ หากแต่ผู้ประกอบการใดสามารถเสริมสร้างศักยภาพทางนวัตกรรมให้กับธุรกิจควบคู่ไปกับมีการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สร้างโอกาสทางการตลาดของธุรกิจด้วยแนวคิดที่สร้างสรรค์ในการแสวงหากลยุทธ์ใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นตัวบ่งชี้ถึงความเป็นมืออาชีพของธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจ ทำให้ได้เปรียบคู่แข่งขันและสามารถเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระภา จันทรบัว (2555 : 94) พบว่า นวัตกรรมจะไม่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เกิดจากความต้องการของลูกค้า การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและสังคม การสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ธุรกิจจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการเรียนรู้คิดค้น พัฒนาและวิจัย เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่งขัน ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่ต้องมีการเรียนรู้และสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ก่อนคู่แข่งขัน ส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hult, Knight และ Hurley (2004 : 429) พบว่า ปัจจัยด้านการเรียนรู้มีผลกระทบโดยตรงต่อความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างสรรค์นวัตกรรมกับผลการดำเนินงาน โดยผลการดำเนินงานของธุรกิจที่เกิดจากกลยุทธ์นวัตกรรม สามารถวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า สถานะทางการเงินขององค์กร กระบวนการจัดการภายในองค์กร และการพัฒนาความสามารถในการเรียนรู้ขององค์กร

และสอดคล้องกับแนวคิดของ ยุรพร ศุทธรัตน์ (2552 : 67) กล่าวว่า ธุรกิจต้องพยายามเรียนรู้ด้วยกระบวนการเปลี่ยนแปลงความคิดและการกระทำที่นำไปสู่การปฏิบัติการใหม่ของสมาชิกในองค์กรการสร้างการเรียนรู้จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่สามารถผลักดันให้องค์กรหรือธุรกิจนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ให้เป็นที่ปรากฏ

6.3 ศักยภาพทางนวัตกรรมโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จองค์กรโดยรวม กล่าวคือ ในการทำธุรกิจย่อมต้องการบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นความสำเร็จทางด้านการเงิน การตลาด หรือการบริหารงานในด้านต่างๆ ความสำเร็จเหล่านี้ล้วนต้องการเวลา ต้องการความทุ่มเท สิ่งสำคัญของธุรกิจ SMEs คือการปรับตัวให้เข้ากับกระแสโลกโดยเฉพาะในยุคที่ "นวัตกรรม" และ "เทคโนโลยี" ทวีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาพัฒนาความรู้และความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ ด้วยการสร้างสิ่งใหม่ ๆ ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือการบริการ การวางแผนกลยุทธ์ การทำกิจกรรมทางการตลาด รวมทั้งการปรับองค์กรให้มีวิธีการจัดการและบริหารที่ทันสมัย สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าตลอดจนนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าได้ ธุรกิจจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างแท้จริงอันจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ธีรยุส วัฒนาศุภโชค (2551 : 1) กล่าวว่า ทุกกิจการไม่ว่าใหญ่เล็กหรือเป็นสินค้าบริการประเภทใดก็สามารถนำนวัตกรรมเข้ามาใช้ได้ทั้งสิ้น โดยนวัตกรรมในที่นี้เป็นการนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์กับกิจการ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาสินค้า/บริการใหม่ ๆ ออกมาสู่สายตาของผู้บริโภค หรือจะเป็นการปรับปรุง/คิดค้นกระบวนการในการดำเนินการใหม่ ๆ ให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ตอบสนองลูกค้าได้ดีขึ้น ให้คุณค่ากับลูกค้ามากขึ้นนั่นเอง สอดคล้องกับแนวคิดของ เสน่ห์ จุ้ยโต (2548 : 3) กล่าวว่า เนื่องจากนวัตกรรมเป็นเรื่องใหม่ เป็นเรื่องที่ไม่มีใครกระทำมาก่อน โอกาสที่จะถูกต่อต้านมีมากขึ้น ความเสี่ยงจึงเป็นปัจจัยหนึ่งของบุคคลที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ บุคคลที่กล้าคิด กล้าทำ กล้าที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่แตกต่างจากเดิมย่อมจะก่อให้เกิดความสำเร็จ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1990 : 578 - 587) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอันมากในการสร้างให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งนวัตกรรมนั้นไม่ได้หมายถึงเฉพาะแค่เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่หมายรวมถึงการเปลี่ยนเทคโนโลยีการดำเนินการแบบเดิมมาสู่เทคโนโลยีการ

ดำเนินการใหม่ ๆ โดยองค์การจะต้องพยายามสร้างโอกาสและเงื่อนไขที่นำพาสู่นวัตกรรม ด้วยการนำองค์การเข้าตอบสนองต่อตลาดที่ซับซ้อน

ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonthawan Wingwon (2012 : 1-14) พบว่า นวัตกรรมองค์การมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ SMEs และกล่าวได้ว่าศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวเนตร ธงยศ (2549 : 49) พบว่า การบริหารการเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรม ในปัจจุบันองค์กรทุกแห่งต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอด (Change to Survive) ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบันและในอนาคต การค้นพบสิ่งประดิษฐ์ใหม่ เพื่อเข้ามาแทนที่จะทำให้มาตรฐานความสำเร็จขององค์กรดีขึ้นกว่าเดิม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา สายสุทธิ์ (2554 : 19) พบว่า ศักยภาพทางนวัตกรรมเป็นสิ่งสนับสนุนส่งเสริมให้ธุรกิจมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาด นอกจากนั้นธุรกิจที่มีศักยภาพจะมีการปรับปรุงคุณภาพของการบริการให้ดีเสมอ ศักยภาพทางนวัตกรรมนั้นเกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ ความสามารถในการพัฒนาการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ธุรกิจที่มีการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้จะช่วยสร้างชื่อเสียง ทำให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับ นำไปสู่การประสบความสำเร็จในธุรกิจ

6.4 ความเป็นมืออาชีพโดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จขององค์กรโดยรวม กล่าวคือ องค์กรที่มีความสามารถในการบริหารจัดการ มีเทคนิควิธีการและกระบวนการทำงานใหม่ ๆ เพื่อสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน มีการสื่อสารที่ดีภายในองค์กร เพื่อช่วยให้บุคลากรสามารถเข้าใจวัตถุประสงค์ และนโยบายขององค์กร รวมทั้งเห็นความสำคัญของการบริการลูกค้า มีความมุ่งมั่นในการสร้างคุณภาพของการบริการ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและทันท่วงที สามารถตอบข้อซักถามจากลูกค้าได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ความสามารถเหล่านี้จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดของ Leon และ Cambridge (2006 : 645) กล่าวว่า ความเป็นมืออาชีพขององค์กร เป็นปัจจัยที่สามารถครอบคลุมสภาพแวดล้อมด้านต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการแข่งขันทางธุรกิจ อันส่งผลให้กิจการได้เปรียบการแข่งขันและสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ต่อไป และยังสอดคล้องกับ

แนวคิดของวิทยาธร ท่อแก้ว (2550) กล่าวว่า การที่ธุรกิจจะไปสู่ความเป็นเลิศได้นั้น ทุกคนในองค์กรจะต้องร่วมมือกันอย่างเต็มความสามารถเพื่อวิเคราะห์ตนเอง ระบบงาน โครงสร้างการบริหาร วิธีการ รวมถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานเพื่อหาข้อบกพร่องในทุก ๆ ด้าน และมีการปรับปรุงที่ดีโดยจะต้องเริ่มต้นจากการปรับปรุงที่ตัวพนักงานเองจะต้องพัฒนาตนเองตลอดเวลา และขยายแนวคิดการเป็นพนักงานมืออาชีพให้แพร่กระจายสู่พนักงานทุกระดับในองค์กร ทั้งนี้เพื่อช่วยกันพัฒนาองค์กรไปสู่ความสำเร็จร่วมกัน

ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนสิชา อินทจักร (2555 : 98) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพกับผลการดำเนินงานของกิจการต้องสามารถสร้างความมั่นใจและความจงรักภักดีของลูกค้าก่อนจึงทำให้ผลการดำเนินงานของกิจการเพิ่มสูงขึ้น โดยที่องค์กรที่มีความเป็นมืออาชีพ จะสามารถจัดสรรงานให้กับพนักงานได้อย่างเหมาะสมซึ่งพนักงานหรือผู้ให้บริการที่มีความรู้ ความสามารถ มีศักยภาพและความชำนาญจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัทมากร ลุวิชาเวช (2551 : 18) พบว่า ความเป็นมืออาชีพเป็นความสามารถขององค์กรในการดำเนินการ ด้วยการมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีคุณภาพการบริหารและมีนวัตกรรมที่นำมาพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานที่จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง อีกทั้ง ความเป็นมืออาชีพของกิจการสามารถสะท้อนจากการมีผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานสูง และการที่จะมีความเป็นมืออาชีพได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบต่างๆ อันได้แก่ การมีบุคลากรที่มีความสามารถ มีคุณภาพของการบริหารจัดการมีนวัตกรรมที่ช่วยพัฒนาประสิทธิภาพการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยธิดา สายสุทธิ์ (2554 : 165) พบว่า การสร้างองค์กรให้มีความมั่งคงนั้นผู้บริหารองค์กรย่อมมีเทคนิควิธีในการพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพ การให้บริการลูกค้าอย่างมืออาชีพเพื่อการดำเนินงานสู่ความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lamp และ Garcia (2003 : 11-27) พบว่า ความเป็นมืออาชีพต้องใช้ความพยายามในการให้บริการอย่างเต็มที่ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับทักษะของผู้ให้บริการที่ประกอบด้วยทักษะของผู้ปฏิบัติ ความชำนาญในการเผชิญหน้าปัญหา การมีจรรยาบรรณ ยึดมั่นในมาตรฐาน และเป็นที่จดจำได้ จึงส่งผลให้ความเป็นมืออาชีพมีผลต่อความสำเร็จของงาน

6.5 สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพโดยรวมกับ ความสำเร็จองค์กรโดยรวม กล่าวคือ จากสถานการณ์และทิศทางของธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันนั้น ชี้ให้เห็นว่าหากจะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จควรพิจารณาเงื่อนไขสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา และยังมีแนวโน้มที่จะมีอัตราเปลี่ยนแปลงรวดเร็วเพิ่มขึ้น ทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันสูง ธุรกิจที่จะอยู่รอดและเติบโตอยู่ได้ต้องให้ความสำคัญ ติดตามข้อมูลอยู่เสมอ รวมทั้งมีการวิเคราะห์ศักยภาพและความสามารถของคู่แข่งขัน ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูล ปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและตรงตามความต้องการของลูกค้ามากขึ้น แต่สำหรับผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีบทบาทต่อความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นมืออาชีพกับความสำเร็จองค์กรของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือ แต่ทั้งนี้ ผู้ประกอบการก็ไม่ควรละเลยเพราะคิดว่าความสำเร็จองค์กรนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเสมอไป เนื่องจากในบริบทของการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือนั้นสภาพแวดล้อมทางธุรกิจยังคงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะทางด้านเทคนิควิธีการทำงานและด้านผู้ประกอบการของธุรกิจ แต่บางครั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจอยู่นอกขอบเขตของความสามารถของผู้ประกอบการที่จะสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมได้โดยตรง (มนสิชา อินทจักร 2555 : 103) รวมถึงตัวผู้ประกอบการยังคงมีปัญหาในเรื่องระบบการจัดการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ การปรับตัวต่อภาวะภายนอก การแสวงหาความรู้ข้อมูลและการประยุกต์ใช้การตลาดเชิงรุก ขาดประสิทธิภาพในการนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ด้านแรงงานที่ยังไม่มีความเป็นมืออาชีพและไม่ทันต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม ปัจจัยเหล่านี้จึงส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs ในภูมิภาคนี้ (ฐานเศรษฐกิจ, 2547) ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญโดยการทำความเข้าใจและตระหนักถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมากขึ้น สามารถวิเคราะห์ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจ สิ่งสำคัญที่สุด คือ ควรมีการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เพื่อจะปรับกลยุทธ์และทิศทางในการดำเนินงาน รวมทั้งสามารถจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง เพื่อให้ธุรกิจยังเจริญเติบโตและทำกำไรได้ในทุกสภาพแวดล้อมต่อไป การวิจัยครั้งนี้ปรากฏผลสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภางค์ นันตา (2555 : 120) พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจไม่มีผลกระทบต่อ

ความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสทางการตลาดกับผลการดำเนินงานของธุรกิจ โดยโอกาสทางการตลาดของธุรกิจที่สามารถผลักดันให้ผลการดำเนินงานบรรลุเป้าหมายนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเสมอไป สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนสิชา อินทจักร (2555 : 102) พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกไม่มีความสัมพันธ์และไม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับผลการดำเนินงานของธุรกิจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ สุนทร (2552 : 157) พบว่า สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สลับซับซ้อน ยากต่อการพยากรณ์ทิศทางในอนาคตได้ การเปลี่ยนแปลงโดยมากเกี่ยวเนื่องกับความผันผวนทางเศรษฐกิจและการเมือง

อย่างไรก็ตามผลของการวิจัยครั้งนี้มีผลลัพธ์ตรงกันข้ามกับแนวคิดและงานวิจัยของหลาย ๆ ท่าน ดังปรากฏผลขัดแย้งกับแนวคิดของ ชนงกรณ์ กุณฑลบุตร (2546 : 2) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นปัจจัยภายนอกที่จะมีผลต่อการดำเนินงานของกิจการ มีตั้งแต่สภาพเศรษฐกิจ กฎหมายต่างๆ ที่จะเป็นกรอบกำหนดขอบเขตการปฏิบัติงาน คู่แข่งขันโดยตรงหรือโดยอ้อม และปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับแต่ละธุรกิจ ขัดแย้งกับแนวคิดของ จินตนา บุญบงการ (2550 : 65) กล่าวว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะอยู่นอกขอบเขตของธุรกิจ ผู้บริหารจึงไม่สามารถที่จะควบคุมสภาพแวดล้อมได้โดยตรง แต่พลังเหล่านี้จะมีอิทธิพลอย่างมากต่อการดำเนินงานและการบรรลุเป้าหมายของธุรกิจ ทำให้ผู้บริหารทุกระดับต้องมีความเข้าใจและตระหนักถึงสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการและสามารถวิเคราะห์ผลกระทบของสภาพแวดล้อมที่มีต่อธุรกิจ ขัดแย้งกับงานวิจัยของ Berry, Sweeting และ Goto (2006 : 33-47) พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งก่อให้เกิดผลในเชิงบวกหรือลบต่อการดำเนินงานในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่หลากหลายย่อมส่งผลในทิศทางบวกแก่ผลการดำเนินงานธุรกิจ และหากปราศจากความหลากหลายของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจก็อาจทำให้การจัดการธุรกิจมีความตึงเครียดซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความอยู่รอดของธุรกิจ และขัดแย้งกับงานวิจัยของ Banerjee (2002 : 177 -191) พบว่า ถ้าหากสภาพแวดล้อมภายนอกขององค์กรมีความแน่นอนและคาดคะเนได้แล้ว ผู้บริหารไม่จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกเลย แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันนี้สภาพแวดล้อมภายนอกได้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอยู่เสมอ จึงทำให้การเปลี่ยนแปลงนี้มีความสำคัญและบางครั้งมีผลกระทบที่ไม่อาจจะคาดคะเนได้ต่อองค์กร

การเปลี่ยนแปลงของสภาวะเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภค การกระทำของรัฐบาล สิ่งเหล่านี้จึงมีผลกระทบต่อองค์กร

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามกลับมาทางไปรษณีย์มีจำนวนน้อย เนื่องจากธุรกิจ SMEs บางแห่งได้มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่หรือบางแห่งได้เลิกกิจการไป ทำให้แบบสอบถามถูกตีกลับมายังผู้วิจัยและทำให้ไม่ได้รับข้อมูลตอบกลับจากแบบสอบถามของประชากรกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว จำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจึงมีขนาดเล็ก ซึ่งอาจทำให้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ปรากฏความสัมพันธ์และผลกระทบระหว่างตัวแปรที่ศึกษาอย่างเด่นชัดตามการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา และตามสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการส่งแบบสอบถามถึงผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือเพิ่มขึ้น และเมื่อครบกำหนดการเก็บข้อมูล ปรากฏว่ามีจำนวนแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 133 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.59 ของจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่าง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญและศึกษาแนวทางการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยนำมาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อเกิดโอกาสทางการตลาดที่สามารถสร้างศักยภาพและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อธุรกิจได้

1.2 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญและมีการศึกษาศักยภาพทางนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทักษะในการปฏิบัติงาน เตรียมความพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงองค์กร เพื่อนำไปสู่ความเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจได้

1.3 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความเป็นมืออาชีพ มีการปรับปรุงการบริหารงานและตอบสนองความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของธุรกิจบรรลุเป้าหมายทั้งด้านรายได้และภาพลักษณ์ชื่อเสียงขององค์กร นำไปสู่ความสำเร็จองค์กรได้อย่างยั่งยืน

1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรสนับสนุนให้มีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

1.5 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรคำนึงถึงความสามารถในการลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ความสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำ เพื่อทำให้ธุรกิจมียอดขายและผลกำไรเพิ่มขึ้น ส่งผลให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.6 ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรให้ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง ศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า วิเคราะห์ความต้องการของตลาด รวมถึงวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน เพื่อธุรกิจจะสามารถนำไปเป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

1.7 หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เช่น กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ควรส่งเสริมสนับสนุนศักยภาพทางนวัตกรรมในธุรกิจ SMEs เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งระดับผู้ประกอบการและระดับอุตสาหกรรมในประเทศไทย

**2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

2.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์ของศักยภาพทางนวัตกรรมที่มีต่อความเป็นมืออาชีพและความสำเร็จองค์กรของธุรกิจประเภทอื่น เช่น ธุรกิจสิ่งทอ ธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจสปา ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น เพื่อเป็นการเปรียบเทียบข้อแตกต่างระหว่างธุรกิจ และสามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาศักยภาพทางนวัตกรรมของธุรกิจ SMEs โดยมีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลในการนำเสนอความคิดและวิธีการพัฒนาธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงข้อมูลแนวทางการพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจ SMEs ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพดังกล่าวสามารถนำมาสนับสนุนการวิจัยเชิงปริมาณทำให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น และมีผลการวิจัยที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร

2.3 การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่างเฉพาะธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยไม่สามารถนำไปใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดของประเทศได้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมของแต่ละภูมิภาคมีความแตกต่างกัน ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการวิจัยในทุก ๆ ภาคของประเทศเพื่อให้เห็นภาพโดยรวม ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ในการนำข้อมูลไปใช้ในการวางรากฐานการพัฒนาธุรกิจ SMEs ระดับประเทศ

2.4 ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นๆ ที่น่าจะมีความสัมพันธ์และผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs เช่น ศักยภาพการบริหารจัดการ ความสามารถในการประกอบการ คุณลักษณะของผู้บริหาร การจัดการทรัพยากรมนุษย์ กำกับดูแลกิจการที่ดี ประสิทธิภาพการดำเนินงาน เป็นต้น

2.5 ควรศึกษาตัวแปรแทรกอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจ SMEs เช่น ทัศนคติของผู้บริหาร ความสามารถของผู้นำสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมในการทำงาน เป็นต้น เพื่อให้ครอบคลุมสามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2.6 ควรศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ซึ่งจะทำให้กิจการทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของปัญหาและอุปสรรค เพื่อให้กิจการนำปัญหาไปปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินธุรกิจ