

ผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของ  
ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

Effects of Modern Organizational Innovation on Performance of Textile Industry  
Businesses in Thailand

รุ่งอรุณ สีละพันธ์\* ธีรา เอราวัด<sup>2</sup> มณิสรา สนั่นเอื้อเม็งไธสง<sup>3</sup>

Rungaroon Seelapun<sup>\*</sup> Theera Erawan<sup>2</sup> and Manisara Sananuamengthaisong<sup>3</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 123 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัย พบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กร เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ : นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ผลการดำเนินงาน ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

\* นิสิตระดับปริญญาโท หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

\* Master Student, Master of Economics, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

<sup>2,3</sup> อาจารย์ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>2,3</sup> Lecturer, Mahasarakham Business School, Mahasarakham University

## Abstract

The objective of this research is to investigate the effect of modern organization's innovation on performance of textile industry in Thailand. Data were collected by using questionnaire from 123 managements of textile industry in Thailand. Data analysis techniques used in this study were means, standard deviation (S.D.), multiple correlation analysis and multiple regression analysis. Findings revealed that the innovation of modern organization in terms of product, management and process positively related to the overall performance. Therefore, managements in textile industry should pay attention on creating modern organization's innovation, in product, management, and process terms. This could be a guideline in planning and developing business performance which leads to sustainable competitive advantage.

**Keywords:** Modern organization innovation, Performance, Textile industry in Thailand

## 1. บทนำ

จากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงก่อให้เกิดการค้าเสรี การแข่งขันด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยีรวมถึงนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ก่อเกิดกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมกระแสประชาธิปไตย และกระแสการรักษาสิทธิมนุษยชน นำมาซึ่งการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ส่งผลต่อประเทศไทยและกลุ่มประเทศในอาเซียนต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่มีความท้าทายและอุปสรรคต่าง ๆ ประกอบกับประเด็นด้านมาตรฐานและความปลอดภัยในระดับสากล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศกำลังพัฒนาต้องให้ความสนใจในการปรับปรุงศักยภาพและคุณภาพสินค้าโดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีความสำคัญและมีบทบาทต่อการพัฒนา และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ต้องปรับตัวให้ทันต่อสภาวะการณ์แข่งขันทางธุรกิจ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร รวมถึงพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็งสอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานของประเทศ (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) ซึ่งจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเห็นได้ว่าธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องปรับตัวให้เท่าทันกับวิวัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างต่อเนื่องและอยู่รอดได้อย่างมั่นคง โดยปัจจัยสำคัญที่มีต่อการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ นั้นคือ การเพิ่มขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยีและการสร้างนวัตกรรมในการแข่งขันขององค์กร

นวัตกรรมองค์กร (Organizational Innovation) เป็นแนวทางหรือกระบวนการที่องค์กรมีการนำมาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงภายในองค์กร โดยการนำความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ มาเป็นปัจจัยในการเพิ่มคุณค่าในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการพัฒนาและการจัดการที่ดี เพื่อผลักดันธุรกิจให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (กิริติ ยศียงยง, 2552 : 56) ซึ่งนวัตกรรมองค์กรนี้กลายเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากองค์กรสามารถที่จะนำเสนอสินค้าบริการและกระบวนการในการทำใหม่ ๆ ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาทั้งในรูปของสินค้าใหม่ บริการใหม่ กระบวนการใหม่ ระบบใหม่ การสื่อสารเทคโนโลยีใหม่ และการมีกระบวนการการทำงานที่ทำให้ผู้อื่นหรือคู่แข่งไม่สามารถทำตามและลอกเลียนแบบได้ ทำให้องค์กรได้ประโยชน์มากมาย เช่น ทำให้องค์กรอยู่รอดได้ในโลกอนาคตที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้ธุรกิจมีการเจริญเติบโตได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า (พสุ เดชะรินทร์,

2548 : 13-14) ด้วยเหตุนี้ บางองค์การจึงพยายามที่จะพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ (Modern Organizational Innovation) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างยั่งยืน โดยมีการพัฒนาขีดความสามารถในการสร้างสรรค์ปรับปรุง หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าบริการ กลยุทธ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการที่ดีนำมาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง (วุฒิพงษ์ ภัคดีเหล่า, 2554 : 191) โดยที่นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) และนวัตกรรมด้านการจัดการ (Management Innovation) (กิริติ ศยียงง, 2552 : 11) ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของนวัตกรรมองค์กรที่สร้างการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรให้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย

ผลการดำเนินงาน (Performance) เป็นผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอน และการปฏิบัติงานมีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ เนื่องจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบันมีความซับซ้อน และมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ดังนั้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่กิจการจะต้องมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์และปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป (กิตติพงษ์ วิเวกานนท์ และคณะ, 2547 : 114) โดยอาศัยดัชนีการวัดผลสำเร็จ การปฏิบัติงานขององค์กร ทำให้ผู้บริหารสามารถมองเห็นผลการปฏิบัติงานได้ในหลายๆ ด้านในเวลาเดียวกัน และทำให้สามารถปรับปรุงพัฒนาองค์กรให้เจริญเติบโตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน (วรศักดิ์ ทุมมานนท์, 2554 : 256) โดยที่การวัดผลการดำเนินงานมีองค์ประกอบหลักอยู่ 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 21-22) ซึ่งทำให้รับรู้ถึงสถานการณ์ขององค์กรว่าอยู่ ณ จุดใด ควรมีแนวทางการพัฒนาองค์กรอย่างไรนอกจากนี้ ยังสามารถที่จะสะท้อนให้เห็นถึงการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อผลักดันให้เกิดการนำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติ

ธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ (Textile Industry Businesses) เป็นอุตสาหกรรมที่มีห่วงโซ่มูลค่าขนาดใหญ่และมีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างมากทั้งในด้านสังคมและเศรษฐกิจ เพราะนอกจากผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมสิ่งทอจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของมนุษย์ในรูปของปัจจัยสี่แล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการจ้างงานสูง และมีบทบาทสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจในการสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการส่งออก ทำให้เกิดการกระจายรายได้และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2555 : 58) ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับการสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับคู่แข่งที่พยายามแย่งฐานการผลิต และการผลิตต้องเผชิญกับการขาดแคลนแรงงาน โดยเฉพาะแรงงานที่มีฝีมือและช่างเทคนิคและค่าจ้างแรงงานที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ส่งผลทำให้ธุรกิจสิ่งทอหันมาใช้เทคโนโลยีพัฒนาการผลิตให้มีคุณภาพช่วยลดต้นทุนการผลิตเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น ในขณะที่ตัวสินค้าจะเน้นสินค้าเชิงคุณภาพมากขึ้น และหลีกเลี่ยงการผลิตสินค้าที่แข่งขันด้านราคา เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดโลก ประกอบกับ ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ การแข่งขันด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยี รวมถึงนวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุง ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิตในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการบริหารจัดการภายในองค์กร การนำวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมด้านต่างๆ มาประยุกต์ใช้จึงเป็นแนวทางเลือกหนึ่งที่ต้องนำมาใช้ (กิ่งแก้ว เขียมแฉล้ม, 2556 : 1-6) ซึ่งในปัจจุบันธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยได้มีการปรับตัวที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าเพื่อผลักดันให้ภาคการผลิตมีความสมดุลมั่นคงและยั่งยืน เพิ่มคุณภาพการผลิตมูลค่าและมาตรฐาน ดังนั้นนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ คือ กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้าง

มูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน จึงได้ถูกนำมาใช้ในอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยมีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ที่เหนือกว่าคู่แข่ง

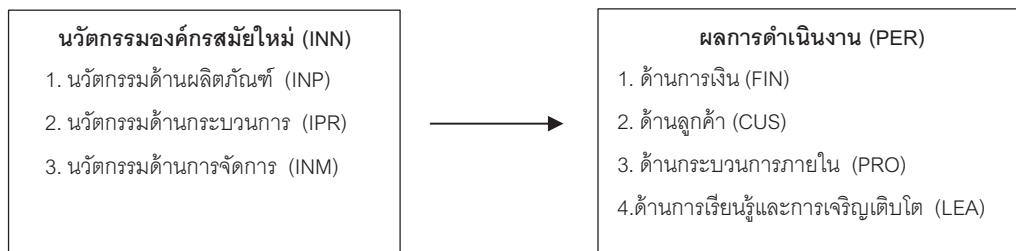
จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทดสอบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัย ผู้บริหารสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบายนวัตกรรมองค์กรขององค์กร อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผนการปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

## 2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมุติฐานของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีผลกระทบต่อผลการดำเนินงาน จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้

### รูปภาพประกอบ 1

#### โมเดลนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่และผลการดำเนินงาน



### 2.1 นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ (Modern Organization Innovation)

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ หมายถึง กระบวนการที่เกิดจากการนำความรู้ทักษะและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มาผสมผสานกับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Abdul and Esam, 2012 : 516-529) ประกอบด้วย

2.1.1 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หมายถึง การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่หรือพัฒนาและปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเสนอคุณค่าให้แก่ลูกค้าโดยอาศัยองค์ประกอบคือ การพัฒนาคุณสมบัติและลักษณะของผลิตภัณฑ์การออกแบบ การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ

2.1.2 นวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovation) หมายถึง การพัฒนาวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์หรือเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการผลิตที่เปลี่ยนไปจากเดิม ซึ่งอาจจะเป็นเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์กร เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงขึ้น

2.1.3 นวัตกรรมด้านการจัดการ (Management Innovation) หมายถึง การคิดค้นการบริหารจัดการรูปแบบใหม่ ๆ ในองค์กร และนำมาปรับใช้ให้สอดคล้องกับระบบโครงสร้างขององค์กรนั้น ๆ ซึ่งจะมุ่งความสำคัญไปที่บุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนองค์กร ทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐาน และวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ในการแสวงหาโอกาสและความได้เปรียบในการแข่งขัน

## 2.2 ผลการดำเนินงาน (Performance)

ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่สามารถสร้างออกมาโดยมีการกำหนดขั้นตอนและการปฏิบัติงานมีการวัดหรือการประเมินผลเปรียบเทียบกับเป้าหมายหรือจุดมุ่งหมาย เพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (พสุ เดชะรินทร์, 2548 : 21-22) ประกอบด้วย

2.2.1 ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง การดำเนินงานและการบริหารงานของกิจการโดยมุ่งประเด็นไปยังอัตราเติบโตของรายได้ โดยวัดจากการเจริญเติบโตของยอดขายกำไรจากลูกค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาดและมูลค่าสุทธิของผู้ถือหุ้น

2.2.2 ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง กระบวนการวิธีการหรือความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งในด้านการบริการของพนักงาน การพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการรักษาลูกค้าเก่าและเป็นการหาลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้น

2.2.3 ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง กระบวนการที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถนำข้อเสนอต่าง ๆ ทางด้านคุณค่า เพื่อที่จะสามารถดึงดูดและรักษาลูกค้าไว้

2.2.4 ด้านการเรียนรู้และการเจริญเติบโต (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การสร้างองค์กรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง พร้อมสำหรับการแก้ไขปัญหาที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ ๆ และมีการถ่ายทอดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกันมีวัฒนธรรมด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีที่บุคลากรมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร และที่สำคัญบุคลากรต้องเข้าใจวัตถุประสงค์และเป้าหมายของกิจการ

**สมมติฐานในการวิจัย :** นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

## 3. วิธีการดำเนินการวิจัย

### 3.1 กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 2,855 คน (กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2557 : เว็บไซต์) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย จำนวน 350 คน โดยเปิดตาราง Krejcie และ Morgan (บุญชม ศรีสะอาด, 2553 : 43) และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558 ถึง 21 เมษายน 2558 ได้รับแบบสอบถามที่ถูกต้องและครบถ้วนจำนวน 123 ชุด คิดเป็นร้อยละ 35.14 ของการส่งแบบสอบถามทั้งหมดที่ส่งไปยังกลุ่มตัวอย่าง สอดคล้องกับ Aaker, Kumar, and Day (2005) นำเสนอว่า ต้องมีอัตราตอบกลับอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงจะถือว่ายอมรับได้

### 3.2 การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

นวัตกรรมองค์การสมัยใหม่เป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 3 ด้าน จำนวน 12 ข้อ ดังนี้

- 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการตั้งงบประมาณเพื่อส่งเสริมการคิดค้นและออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าจะได้รับ หรือมีการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการที่กิจการมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อแสวงหากระบวนการผลิตใหม่ๆ ในการลดต้นทุนในการผลิต รวมถึงการส่งเสริมความรู้ความสามารถพนักงานด้านเทคโนโลยีที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- 3) นวัตกรรมด้านการจัดการ จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาการปรับโครงสร้างองค์กรให้มีความเหมาะสมกับองค์กร รวมถึงการปรับเปลี่ยนหมุนเวียนตำแหน่งงานของพนักงานให้ตรงตามความสามารถของบุคคลนั้นในการทำงาน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ด้าน จำนวน 16 ข้อ ได้แก่

- 1) ด้านการเงิน จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาอัตราการใช้ประโยชน์ของรายได้ของยอดขาย กำไรจากลูกค้า รวมถึงการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด
- 2) ด้านลูกค้า จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหา ถึงกระบวนการวิธีการหรือความสามารถเพื่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาซึ่งการพัฒนาปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์และการบริการให้เกิดความพึงพอใจ
- 3) ด้านกระบวนการภายใน จำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับการนำกระบวนการใหม่ ๆ รวมถึงเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ เข้ามาใช้ปรับขั้นตอนการทำงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในองค์กร
- 4) ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต จำนวน 4 ข้อ โดยครอบคลุมเนื้อหาถึงสร้างองค์กรให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลง และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ รวมถึงสร้างบุคคลให้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ ๆ สามารถถ่ายทอดและเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างกัน

### 3.3 คุณภาพของเครื่องมือที่วัด

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรง โดยผ่านการพิจารณาเนื้อหาข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ และหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant Power) โดยใช้เทคนิค Item – total Correlation ซึ่งนวัตกรรมองค์การสมัยใหม่ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.4270 – 0.8260 และผลการดำเนินงาน ได้ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.6050 – 0.8140 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การทดสอบค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.40 ขึ้นไป ถือว่าเป็นค่าที่ยอมรับได้ว่ามีคุณภาพเหมาะสม และอำนาจความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีครอนบาค (Cronbach) ซึ่งนวัตกรรมองค์การสมัยใหม่ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8670 – 0.9240 และผลการดำเนินงาน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.8820 – 0.9240 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally (1978) ได้นำเสนอว่า การหาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ในระดับมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่าเครื่องมือที่มีคุณภาพเหมาะสม

### 3.4 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของนวัตกรรมองค์การสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$\text{สมการ PER} = \beta_0 + \beta_1 \text{INP} + \beta_2 \text{IPR} + \beta_3 \text{INM} + \varepsilon$$

โดย  $\beta$  หมายถึง ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

$\varepsilon$  หมายถึง ค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์

PER	หมายถึง	ผลการดำเนินงานโดยรวม
INP	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์
IPR	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านกระบวนการ
INM	หมายถึง	นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านการจัดการ

#### 4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

ตาราง 1 การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่กับผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

ตัวแปร	PER	INP	IPR	INM	VIFs
$\bar{X}$	3.61	3.67	3.92	3.87	
S.D	0.60	0.84	0.79	0.58	
PER	-	0.733*	0.778*	0.713*	
INP		-	0.725*	0.667*	2.668
IPR			-	0.560*	2.155
INM				-	1.843

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 1 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.713-0.778 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในลำดับต่อมาผู้วิจัย จึงทำการทดสอบ Multicollinearity ปรากฏว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.843 – 2.668 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity สอดคล้องกับ Black (2006) ได้เสนอว่าค่า VIF ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันแต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 2 การทดสอบความสัมพันธ์ของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่กับผลการดำเนินงานโดยรวมของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่	ผลการดำเนินงานโดยรวม		t	p-value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.398	0.202	1.971	0.051
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (INP)	0.122	0.056	2.175	0.032*
นวัตกรรมด้านกระบวนการ (IPR)	0.356	0.054	6.625	0.000*
นวัตกรรมด้านการจัดการ (INM)	0.353	0.067	5.231	0.000*

F = 106.233 p = 0.000 Adj R<sup>2</sup> = 0.721

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 2 พบว่า นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ ทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วย นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (INP) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (IPR) และนวัตกรรมด้านการจัดการ (INM) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม (PER) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจาก นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในแง่ของการสร้างรายได้ให้แก่องค์กร ซึ่งนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์จะเกิดขึ้นได้นั้น องค์กรต้องมีการพัฒนาศึกษา และทำการวิจัย เพื่อปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งอื่น ทั้งนี้ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงด้านผลิตภัณฑ์ขององค์กรอย่างต่อเนื่อง และมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาดเป็นหลัก ซึ่งความต้องการของลูกค้า จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางผลิตภัณฑ์ขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ จิระภา จันทน์บัว (2555 : 94) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน เนื่องจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จะไม่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากความต้องการของลูกค้าและการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจและสังคม การสร้างนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ก็เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ดังนั้น ธุรกิจจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ คิดค้น พัฒนาและวิจัย เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ที่แตกต่างจากคู่แข่งอื่น ซึ่งถือเป็นการลงทุนที่ต้องมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ก่อนคู่แข่งอื่น ส่งผลให้องค์กรมีศักยภาพในการแข่งขันที่ยั่งยืน และสอดคล้องกับแนวคิดของ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2553 : 59) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่มีบทบาทและความสำคัญอย่างมากในการสร้างศักยภาพการแข่งขันทางการค้าทั้งในระดับธุรกิจ ขณะที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความรู้อย่างเข้มข้นกลายเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ และยังสามารถที่จะสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันได้เป็นอย่างดี ด้วยการสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และหรือบริการที่ทำให้ผู้บริโภค หรือลูกค้าได้รับความพึงพอใจอันเกิดจากความสุขทางอารมณ์และความคิดมากกว่าที่จะคำนึงถึงเฉพาะราคาหรือต้นทุนที่เกิดขึ้น

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ นวัตกรรมด้านกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้เนื่องจากนวัตกรรมกระบวนการมีความสำคัญต่อองค์กรหลายประการ เพราะในปัจจุบันอยู่ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงในทุก ๆ ด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งความก้าวหน้าทั้งด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศ ดังนั้น องค์กรธุรกิจจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงจากกระบวนการทำงานที่มีอยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาเครื่องมือ กรรมวิธีการผลิต การจัดจำหน่าย หรือรูปแบบการจัดการองค์กร เพื่อให้ทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระภา จันทน์บัว (2555 : 2-3) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านนวัตกรรมทางกระบวนการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้เนื่องจากปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างรวดเร็วและส่งผลต่อการทำงานภายในองค์กร โดยเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยและนวัตกรรมมาใช้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ทำให้มีผลการปฏิบัติงานที่รวดเร็ว ถูกต้องเป็นที่พึงพอใจมากขึ้นทั้งยังช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่ายจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลการดำเนินงานที่ดีเมื่อธุรกิจได้รับผลกำไรจะสามารถพัฒนาสินค้าและบริการของตนเองให้ดีขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิติ รัตนปริชาเวช (2553 : 1-2) พบว่า นวัตกรรมองค์กรด้านกระบวนการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ได้สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณที่ได้ โดยข้อเสนอแนะสำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมนั้น คือ ควรมุ่งบูรณาการความเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้โดยมีพื้นฐานที่สำคัญของการสร้างเครือข่ายองค์กรเป็นทรัพยากรที่สำคัญในการขับเคลื่อน และผลักดันการเรียนรู้ขององค์กรและควรให้ความสำคัญกับองค์กรแห่งการเรียนรู้ในการใช้ปฏิบัติจริงให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมด้วยการมุ่งสร้างนวัตกรรมองค์กร เพื่อที่จะเป็นการยกระดับผลการดำเนินงานขององค์กรนั่นเอง



นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่นวัตกรรมด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานโดยรวม ทั้งนี้ เนื่องจากนวัตกรรมด้านการจัดการเป็นกระบวนการในการคิดค้นและปรับใช้แนวคิดใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรนั้นๆ นวัตกรรมการบริหารจัดการเป็นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงองค์กร ทั้งในด้านแนวคิดพื้นฐาน และวิธีการในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมที่เปลี่ยนไปโดยมีวัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ ผลประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ ผลประโยชน์ในเชิงการตลาด และผลประโยชน์ในเชิงปฏิบัติการ ซึ่งผลประโยชน์เหล่านี้จะสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวนันท์ ศิวพิทักษ์ (2557 : 2) พบว่า องค์กรทั้งหลายทั่วโลกทุกวันนี้เผชิญกับความท้าทายแบบเดียวกัน คือ ความจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงการปฏิบัติงานของตน เพื่อให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว หากองค์กรใดไม่สามารถปรับตัวหรือพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการขององค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงได้นั้น ย่อมทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรมีความเสี่ยงที่จะล่มสลายได้ ซึ่งในทางกลับกันองค์กรใดมีการจัดการที่ดี มีการพัฒนาองค์ความรู้ที่ทันสมัย จะกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กรนั้นๆ เกิดการปรับปรุงและสร้างสรรค์นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่มีประโยชน์และคุ้มค่าต่อการพัฒนาองค์กร แล้วในที่สุดจะนำไปสู่การช่วยให้องค์กรนั้น สามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยั่งยืน ซึ่งนวัตกรรมทางด้านการจัดการ เป็นนวัตกรรมประการหนึ่งที่มีองค์กรจำนวนมากได้พยายามนำมาใช้โดยผู้บริหารมักจะมี ความเชื่อว่าถ้าองค์กรสามารถนำเอานวัตกรรมทางด้านการจัดการใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในองค์กรได้ ย่อมทำให้องค์กรมีความพร้อมและสามารถที่จะแข่งขันกับองค์กรอื่นๆ ได้ ซึ่งนวัตกรรมทางด้านการจัดการ ได้แก่ การนำหลักการ แนวคิด และวิธีการใหม่ๆ ทางด้านการจัดการเข้ามาใช้ในการบริหารองค์กร ซึ่งหลักการแนวคิดและวิธีการใหม่ๆ เหล่านี้ อาจจะเป็นเครื่องมือทางด้านการจัดการต่างๆ ที่นิยมกันอย่างมากในปัจจุบัน เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างผลการดำเนินงานที่ดีให้กับองค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของอรรถิภา พังงา (2555 : เว็บไซต์) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมด้านการจัดการ เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับองค์กรในการที่แสวงหาโอกาสและความได้เปรียบในการแข่งขันในการนี้ คงต้องมุ่งความสำคัญไปที่บุคคลที่ทำหน้าที่ในการขับเคลื่อนองค์กร เพื่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรนวัตกรรมอย่างแท้จริง นั่นคือ ผู้นำนวัตกรรมที่จะกำหนดวิสัยทัศน์นวัตกรรมไปประยุกต์ใช้อย่างจริงจังและสามารถสะท้อนความสำเร็จในเชิงรูปธรรม และการสร้างค่านวัตกรรม เพื่อให้สามารถสร้างและพัฒนาองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง การสร้างองค์กรนวัตกรรมจะเป็นยุทธวิธีที่สำคัญจะทำให้องค์กรอยู่รอดท่ามกลางสงครามของการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

## 5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของการวิจัย

### 5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 5.1.1 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ที่มีต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจประเภทอื่น ๆ
- 5.1.2 ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ โดยใช้ตัวแปรด้านอื่นๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ เพื่อให้ผู้บริหารใช้เป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ในอนาคตต่อไป
- 5.1.3 ควรใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมนอกจากการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม เช่น การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก

## 5.2. ประโยชน์ในเชิงการวิจัย

ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทย สามารถนำผลการวิจัยนี้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบายนวัตกรรมขององค์กร อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดต่อไป

## 6. สรุปผลการวิจัย

นวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ และด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอ ควรนำนวัตกรรมองค์กรสมัยใหม่ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ กำหนดนโยบาย และพัฒนากิจการให้ไปสู่การเป็นองค์กรสมัยใหม่ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลในการวางแผน การปรับปรุง และพัฒนานวัตกรรมด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เพื่อสร้างองค์กรให้อยู่รอดอย่างยั่งยืน ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรดีขึ้น และสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้

## เอกสารอ้างอิง

- กรมโรงงานอุตสาหกรรมกระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). *ข้อมูลโรงงานอุตสาหกรรม*. ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก <http://www.oie.go.th>.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574*. กรุงเทพฯ : ค้นเมื่อ 20 มีนาคม 2557, จาก [www.industry.go.th](http://www.industry.go.th).
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2555). *แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทย พ.ศ. 2555 - 2559*. กระทรวงอุตสาหกรรม, จาก [www.oie.go.th](http://www.oie.go.th).
- กิตติพงศ์ วิเวกานนท์, กำพล กิจชระภูมิ, ไพบุลย์ ภัทรเบญจพล, สุชาติ ยุรวี, กฤษชัย อนรรฆมณี และชาญชัย พรศิริรุ่ง. (2547). *การจัดการกระบวนการ*. กรุงเทพฯ : สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- กิ่งแก้ว เอี่ยมแฉล้ม. (2556). *การพัฒนาสมรรถนะงานใหม่ในอุตสาหกรรมสิ่งทอ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กิริติ ยศยิ่งยง. (2552). *องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิด และกระบวนการ*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิระภา จันทร์บัว. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมองค์กรกับผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศไทย*. ก.จ.ม. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นิตติ รัตนปรีชาเวช. (2553). *ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจากมุมมองแนวคิดองค์การแห่งการเรียนรู้และนวัตกรรมองค์การ*. คุชกุ์นิพนธ์ กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนศาสตร์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- พสุ เดชะรินทร์. (2548). *เส้นทางกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วย Balanced Scorecard และ Key Performance Indicator*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2545). *ระบบการบริหารต้นทุนกิจกรรมและระบบการวัดผลดุลยภาพ*. กรุงเทพฯ : ธรรมนิติเพรส.
- วุฒิพงษ์ ภัคดีเหล่า. (2554). *การศึกษาคณะลักษณะขององค์การนวัตกรรม : กรณีศึกษาองค์กรที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. กรุงเทพมหานคร : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศิริระนันท์ ศิวพิทักษ์. (2557). กระบวนการจัดการความรู้และนวัตกรรมส่งผลต่อความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจ

วารสารสุทธิปริทัศน์ 28 (85) หน้า 45-60

อรรธิกา พังงา. (2555). *เส้นทางสู่การสร้างองค์กรนวัตกรรม*. ค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2558, จาก

[www.train.cdd.go.th/idp57/photo/31704001539325957.pdf](http://www.train.cdd.go.th/idp57/photo/31704001539325957.pdf)

สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2552). *การจัดการความรู้กับนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ : สามลดา.

Abdul T. B., & Esam, M. A. (2012). Impact of total quality management on innovation in service organizations : Literature review and new conceptual framework. Malaysian Technical Universities Conference on Engineering & Technology 2012, MUCET 2012.

Aker, D. A., Kumer, V., & Day, G. S. (2005). *Marketing research*. New York : John Wiley & Sons.

Black, K. (2006). *Business statistics for contemporary decision making*. USA : John Wiley & Son.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2<sup>nd</sup> ed.). New York : McGraw-Hill.