

การบูรณาการทุนทางสังคมในการสนับสนุนภาวะผู้ประกอบการและการมีส่วนร่วม ผ่านการเชื่อมโยงนวัตกรรมเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์

Social Capital Integrated for Entrepreneurship Supporting and Participation through Innovation as a Mediator for Business Growth of Ethnic OTOP

ชุติมันต์ สะสอง¹ บุญทวรรณ วิงวอน² และภูษนิศา เตชเถกิง³

Chutimun Sasong¹, Boonthawan Wingwon², and Pusanisa Thechatakerng³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความสำคัญทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม ภาวะผู้ประกอบการ นวัตกรรม และการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ (2) เพื่อศึกษาการบูรณาการทุนทางสังคมในการสนับสนุนภาวะผู้ประกอบการและการมีส่วนร่วมผ่านการเชื่อมโยงนวัตกรรมเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ และ (3) เพื่อทดสอบความเชื่อมโยงของนวัตกรรมที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจผ่านทุนทางสังคม ภาวะผู้ประกอบการ และการมีส่วนร่วมกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ ระดับ 3-5 ดาว จำนวน 462 คน เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ใช้สถิติพรรณนา วิเคราะห์ค่าร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานวิเคราะห์สมการโครงสร้างด้วยเทคนิค AMOS และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับภาวะผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมา คือการเติบโตของธุรกิจ ทุนทางสังคม นวัตกรรม และการมีส่วนร่วม (2) นวัตกรรมเป็นเป็นตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และภาวะผู้ประกอบการซึ่งมีอิทธิพลต่อการเติบโตของธุรกิจ OTOP อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) และ (3) รูปแบบการสนับสนุนภาวะผู้ประกอบการเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ (SPEI Growth Model) ประกอบด้วย (1) ทุนทางสังคมที่มีการบูรณาการเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ และวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้ ประสบการณ์ (2) การมีส่วนร่วม โดยร่วมคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และแสวงหาพันธมิตร (3) ภาวะผู้ประกอบการ โดยเน้นความสามารถในการทำงานเชิงรุก (4) นวัตกรรม ด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ ให้มีความโดดเด่น ลำดับสุดท้าย การเติบโตของธุรกิจที่มีความสำคัญมากที่สุด โดยมุ่งเน้นปัจจัยด้านการเงิน และผลการดำเนินงาน โดยโมเดลการวัดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\text{Chi-square} = 4.284$, $\text{Chi-square/df} = 1.071$, $\text{df} = 4$, $p = .369$, $\text{GFI} = .998$, $\text{CFI} = 1.000$, $\text{RMR} = .006$, $\text{RMSEA} = .012$, $\text{NFI} = .999$)

คำสำคัญ : การบูรณาการทุนทางสังคม, ภาวะผู้ประกอบการ, การมีส่วนร่วม, การเชื่อมโยงนวัตกรรม, OTOP กลุ่มชาติพันธุ์

¹ นักศึกษาปริญญาเอก, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง,

² รองศาสตราจารย์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (MBA) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

¹ Ph.D (candidate), Doctor of Philosophy Program in Management, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Thailand.

² Assoc. Prof, Doctor of Philosophy Program in Management, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, Thailand.

³ Asst. Prof, Master of Business Administration Program (MBA), Faculty of Business Administration, Maejo University, Thailand.

Abstract

The objectives of this research were (1) to study social capital participation entrepreneurship innovation and business growth of ethnic OTOP (2) to study the integration of social capital in support of the entrepreneurship and participation through the link innovation to create business growth of ethnic OTOP and (3) to test the influence of innovation as a mediator on business growth of ethnic OTOP. The research samples consisted of 462 3-5 stars ethnic OTOP entrepreneurs The research instruments were questionnaires and interview form. The data was analyzed by descriptive statistics The AMOS program were employed for factor analysis and variables relationship.

The research results found that (1) the most important issue for ethnic entrepreneur was, the entrepreneurship, the following was business growth, social capital, innovation and participation entrepreneurship (2) innovation was the mediator between social capital, participation and entrepreneurship which had significant influenced on Ethnic OTOP business growth. ($p \leq .05$) and (3) the entrepreneurship supporting model for business growth of ethnic OTOP (SPEI Growth Model) consisted of (1) the integrated of social capital, business network, culture, tradition, education and experience. (2) the participation of new product design and seeking for business alliance (3) the entrepreneurship which focus on proactive working capability (4) the outstanding utilization of innovation and products. Finally, business growth which focus on financial and performance. The entrepreneurship supporting model showed an empirical fit indices (Chi-square = 4.284, Chi-square/df = 1.071, df = 4, $p = .369$, GFI = .998, CFI = 1.000, RMR = .006, RMSEA = .012, NFI = .999).

Keywords: Integration, Entrepreneurship, Participation, Linking Innovation, Ethnic OTOP

บทนำ

ประเทศไทยมีนโยบายของรัฐบาลประเทศไทยมุ่งใช้กลไกด้านเศรษฐกิจผ่านการลงทุนของผู้ประกอบการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของชุมชนและประยุกต์ใช้จุดแข็งของชุมชนทางด้านวัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดเพิ่มขึ้น ภายใต้นโยบายสำคัญของรัฐบาล “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ OTOP เพื่อให้แต่ละชุมชนสามารถใช้ทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการพัฒนาสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ แนวทางที่เห็นเด่นชัด คือ การดำเนินงานในการพัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ได้ทำควบคู่ไปกับการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2557) อดีตที่ผ่านมาผู้ประกอบการ OTOP โดยเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตได้ทำการผลิตสินค้าในชีวิตประจำวัน หลังจากนั้นก็นำมาดำเนินงานเพื่อจำหน่าย อาจได้รับผลกระทบ

เชิงลบทั้งจากคู่แข่งและสภาพการแข่งขันในตลาดที่เพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำ ราคาต้นทุนสูงหรือมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ เข้ามาวางจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีอำนาจในการต่อรองค่อนข้างสูง ส่งผลกระทบให้ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัวของกิจการ (ทิวา แก้วเสริม, 2551) ผู้ประกอบการภาคเหนือตอนบนมีประชากรอาศัยอยู่จำนวนมาก และมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจ สังคม จารีตประเพณีและได้มีการปรับตัวเข้ากับฐานทรัพยากร ธรรมชาติและสภาพภูมิสังคมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้มีบทบาทในการสรรค์สร้างผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เกิดมูลค่าเพิ่มจึงถือเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดรายได้และส่งผลให้เกิดการจ้างงานภายในชุมชน กระทั่งสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้น (ทิชากร เกสรบัว, 2558)

นอกจากนี้ผู้ประกอบการกลุ่มชาติพันธุ์ได้ใช้ทุนของชุมชนในการดำเนินงานที่เป็นทุนทางสังคม อาทิ ทุนทรัพยากรธรรมชาติ ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะต่างๆ ทุนวัฒนธรรม ความเป็นพี่น้อง ความไว้วางใจกันของชุมชน เครือข่ายความสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชน (วัฒนา ยศอาจ, 2558, สัมภาษณ์) แม้ว่าผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดภาคเหนือตอนบนจะนำแนวคิด ความเชื่อ ศิลปะ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นแบบแผนของการดำเนินชีวิต และถือปฏิบัติสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งนับได้ว่าเป็นทุนทางสังคมของชุมชนที่นำมาเป็นฐานในการถ่ายทอดลงสู่ผลิตภัณฑ์และบริการของตนเองแล้วก็ตาม แต่นโยบายของรัฐบาลก็ยังส่งเสริมไม่เพียงพอกับความต้องการผู้ประกอบการ OTOP เท่าใดนัก ขาดบูรณาการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นผนวกรวมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับการดำเนินงานด้วยการมีส่วนร่วม และนำนวัตกรรมเข้ามาใช้เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่น สินค้าที่ผลิตมีความเหมือนหรือมีรูปแบบเดียวกันออกสู่ตลาดมากจนเกิดภาวะสินค้าล้นตลาด ประกอบกับลูกค้ามีทางเลือกหรือมีสินค้าทดแทนที่เหมือนกันใช้แทนจึงทำให้ไม่สามารถสร้างการเจริญเติบโตของธุรกิจได้เท่าที่ควร

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ ของผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มไม่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างกว้างขวางเท่าที่ควร ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์และบริการ ยังยึดติดอยู่กับรูปแบบเดิมๆ ไม่มีการคิดค้นหรือนำนวัตกรรมมาประยุกต์สร้างสรรค์ให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีความแปลกใหม่ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการวิจัยเพื่อส่งเสริมให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างอย่างยั่งยืน สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมาตรฐานระดับสากล ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคโดยทั่วไป และเกิดการเติบโตของธุรกิจ OTOP ในที่สุด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม ภาวะผู้ประกอบการ นวัตกรรมและการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์
2. เพื่อศึกษาการบูรณาการทุนทางสังคมในการ

สนับสนุนภาวะผู้ประกอบการและการมีส่วนร่วมผ่านการเชื่อมโยงนวัตกรรมเพื่อสร้างการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์

3. เพื่อทดสอบความเชื่อมโยงของนวัตกรรมที่มีผลต่อการเติบโตของธุรกิจ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ดังนี้

1. บริบทผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์หลักเป็นของตนเอง กล่าวคือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมีจุดขายที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น โดยต้องการที่จะให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555) โดยมีหลักการพื้นฐาน ดังนี้ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2557)

- 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local yet Global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

- 2) พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self - Reliance - Creativity) สร้างกิจกรรมที่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น คิดค้นพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้สิ่งที่ดีที่สุด เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนไม่ซ้ำแบบกันและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

- 3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) สร้างบุคลากรที่มีความคิดกว้างไกลมีความรู้ ทักษะ ความสามารถในการผลิตและบริการมีจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

บริบทและวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์

ชาติพันธุ์ในประเทศไทยมีความหลากหลายมีวิถีชีวิตที่คล้ายคลึงและแตกต่างกันไป โดยสภาพ เศรษฐกิจ-สังคม และสภาพภูมิสังคมที่ตั้งถิ่นฐานอยู่โดย

กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง หรือชนชาวเขาจะตั้งถิ่นฐานตามแนวเทือกเขาบนพื้นที่สูงที่สลับซับซ้อน

กลุ่มชาติพันธุ์ตั้งถิ่นฐานบนพื้นที่ราบ ส่วนใหญ่มีวิถีการดำรงชีวิตที่กลมกลืนกับคนไทยทั่วไป (กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2558)

กลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ได้เริ่มต้นทำผลิตภัณฑ์จากการทำใช้ในครัวเรือนก่อน จากนั้นเมื่อรัฐบาลได้ส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ โดยประชาชน มีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ จัดการนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาพัฒนาสร้างมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพในการดำเนินตามนโยบายให้ไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการ คือ ผู้ที่บริหารความเสี่ยง เป็นบุคคลที่แสวงหาโอกาสในด้านความสามารถในการทำกำไรยอมรับจากสังคมและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยการใช้สติปัญญา ความมานะพยายามของบุคคลตลอดจนการคิดอย่างสร้างสรรค์ เพื่อความท้าทายในการประกอบธุรกิจ โดยมีความมุ่งหมาย คือ การเติบโตของธุรกิจ (Zimmerer and Scarborough, 2000, 4) โดยมีลักษณะผู้ประกอบการ 8 ประการ ได้แก่ (1) เป็นผู้มีความต้องการสำเร็จ (2) เป็นผู้มีความรับผิดชอบ (3) เป็นผู้ที่ยอมรับความเสี่ยง (4) เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง (5) เป็นผู้ต้องการตอบสนองอย่างรวดเร็ว (6) เป็นผู้มีความยืดหยุ่นและอดทน (7) เป็นผู้มีความสามารถด้านมนุษยสัมพันธ์ และ (8) เป็นผู้มีความรู้ทางเทคนิคและประสบการณ์ส่วนบุคคล (McClelland, 1973, 1-14)

3. ทฤษฎีฐานทรัพยากร

ทรัพยากร คือ สินทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการทำงานในองค์กร เอกลักษณะหรือคุณสมบัติของธุรกิจ ข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ โดยทรัพยากรเหล่านี้้องค์กรสามารถใช้ประโยชน์และสามารถควบคุมได้ (Barney, 1991, 99-120)

ทฤษฎีฐานทรัพยากรเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ส่งผลให้เกิดการเติบโตในที่สุด (Eisenhardt and Martin, 2000, 1105-1121)

4. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรในการวิจัย

ทุนทางสังคม (Social Capital)

เป็นสิ่งที่มิอยู่ในผู้ประกอบการ เช่น ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร การช่วยเหลือเกื้อกูล รวมไปถึงสิ่งที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพชน เช่น ภูมิปัญญา ประเพณี ความเชื่อและวัฒนธรรม ทีมงานที่อยู่ในชุมชน (Coleman, 1988, 95-120)

H1 ทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะ

ผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการจะนำทุนทางสังคมที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี สติปัญญา ความรู้ ความเชี่ยวชาญ ผสมผสานกับภาวะการณ์เป็นผู้ประกอบการ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดนวัตกรรม

H2 ทุนทางสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม

การมีส่วนร่วม (Participation)

การประกอบธุรกิจของชุมชนเป็นการดำเนินงานที่ให้สมาชิก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การร่วมทุน ร่วมผลิต ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เป็นต้น (วรรณงนอร์ วริศนรินทรกุล, 2554, 8; พงษ์ทิ์ เทศจีบ, 2552, 212)

H3 การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะ

ผู้ประกอบการ

การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานธุรกิจ OTOP เป็นสิ่งสำคัญต่อคุณภาพและผลิตผลขององค์การ เพราะจะทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ และเกิดนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมตลาด เป็นต้น (วิไลลักษณ์ กิตติบุตร, 2551, 56; พงษ์ทิ์ เทศจีบ, 2552)

H4 การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม

ภาวะผู้ประกอบการ (Entrepreneurship)

ภาวะผู้ประกอบการ หมายถึง กระบวนการหรือพฤติกรรมที่เกิดจากการกระทำในความรู้สึกหรือความรับผิดชอบแบบผู้ประกอบการ (Drucker, 1985, 149-157) เกี่ยวข้องกับหน้าที่และกิจกรรมทุกอย่างที่ได้มาซึ่งโอกาส (Bygrave and Hofer, 1991, 33) ภาวะผู้ประกอบการต้องอาศัยภาวะต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการธุรกิจ ดังนี้ (วิฑูร เจียมจิตต์ตรง, 2553, 75-76) (1) ภาวะของการกระทำหน้าที่ตามภาวะผู้นำ เช่น การอุทิศเวลาที่สำคัญ ความมานะ จิตวิทยา เพื่อสร้างการรับรู้ แรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่และสร้างการทำงานที่เป็นทีม (2) ภาวะของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของผู้ประกอบการ คือ ตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ในการดำเนินการที่เหมาะสมและภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากรด้วยการทำงานเชิงรุก การสร้างนวัตกรรม และ (3) ภาวะของการจัดการโอกาสอย่างผู้ประกอบการ ที่องค์การสามารถบริหารจัดการทรัพยากร เพื่อสนองต่อ

โอกาสทางธุรกิจที่รับรู้ในสายตาของผู้ที่มีส่วนได้-ส่วนเสีย สร้างความได้เปรียบจากการมีทรัพยากรที่เหนือกว่าคู่แข่ง จะเป็นสิ่งช่วยให้ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เกิดการเติบโตก้าวหน้าได้

H5 ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อ

นวัตกรรม

นวัตกรรม (Innovation)

ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์การ โดยรวมสำหรับการแนะนำสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด ประกอบด้วย (1) นวัตกรรมสินค้า (2) นวัตกรรมกระบวนการ (3) นวัตกรรมตลาด (4) นวัตกรรมเชิงพฤติกรรม และ (5) นวัตกรรมเชิงกลยุทธ์ (Wang and Ahmed, 2004, 303-313)

การเติบโตของธุรกิจ (Business Growth)

การเจริญเติบโตของธุรกิจ สามารถวัดได้ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพทางการเงินและผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน อาทิ ยอดการผลิต ยอดการสั่งซื้อ เป็นต้น รวมถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้าและส่วนแบ่งการตลาด (Chong, 2008, 1-10; Ahmad et al, 2010, 182-203)

H6 นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการเจริญ

เติบโตของธุรกิจ

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยจำแนกขอบเขต 3 ด้าน คือ (1) เนื้อหา เน้นศึกษาบริบทผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ (2) แนวคิดการเป็นผู้ประกอบการ (3) ทฤษฎีฐานทรัพยากร และ (4) การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านทุนทางสังคม ภาวะผู้ประกอบการ การมีส่วนร่วม นวัตกรรม และการเติบโตของธุรกิจ (2) ประชากร คือ ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ที่จดทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน จำนวนทั้งสิ้น 1,890 คน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558, ออนไลน์) (3) พื้นที่ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ได้แก่ 3 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน และ (4) ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนเมษายน 2557 ถึงเดือนมีนาคม 2559

วิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ประกอบการ OTOP ที่จดทะเบียนทั้ง 3 ประเภท คือ (1) กลุ่มผู้ผลิตชุมชน (2) ผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และ(3) ผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน จำนวน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน จำนวนทั้งสิ้น 1,223 คน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2558, ออนไลน์) โดยเลือกตัวแทนของผู้ประกอบการ OTOP ในแต่ละประเภทด้วยวิธีการของ Comrey and Lee (1992) ผู้วิจัยได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 500 คน ซึ่งมีผลทำให้ได้ความเชื่อถือได้ในระดับสูงและเหมาะสมกับงานวิจัยและใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ที่ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับ 3 – 5 ดาว จำนวน 9 คน โดยใช้วิธีการของ Yin (2003) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม

2. เครื่องมือวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวทางการวิจัยเชิงสำรวจ เป็นการวิจัยที่พัฒนามาจากการรวบรวมข้อมูลบนพื้นฐานการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 5 ปัจจัย คือ (1) ทุนทางสังคม (2) การมีส่วนร่วม (3) ภาวะผู้ประกอบการ (4) นวัตกรรม และ (5) การเติบโตของธุรกิจ

แบบสอบถามมี 4 ตอน คือ (1) ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงานของผู้ตอบแบบสอบถาม (3) ตัวแปรที่พัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม คือ ทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม ภาวะผู้ประกอบการ นวัตกรรม และการเติบโตของธุรกิจ และ (4) ข้อเสนอแนะ โดยมีการตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อถือได้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบาคจำนวน 5 ด้าน คือ ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดทุนทางสังคม (0.915) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดการมีส่วนร่วม (0.993) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดภาวะผู้ประกอบการ (0.921) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดนวัตกรรม (0.938) ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟามาตรวัดการเติบโตของธุรกิจ (0.952) โดยข้อคำถามใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ คือ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 7 หมายถึง มากที่สุด (Likert, 1970, 275)

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP จำนวนทั้งสิ้น 462 คนจาก 3 จังหวัด คือ เชียงราย เชียงใหม่ และแม่ฮ่องสอน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยมีอายุ 41-50 ปี มากที่สุด รองลงมา มีอายุ 31-40 ปี และอายุ 51-60 ปี ตามลำดับ มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมา ระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่ มากที่สุด รองลงมา เป็นชาติพันธุ์กระเหรี่ยง และชาติพันธุ์ทีโอ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการดำเนินงาน

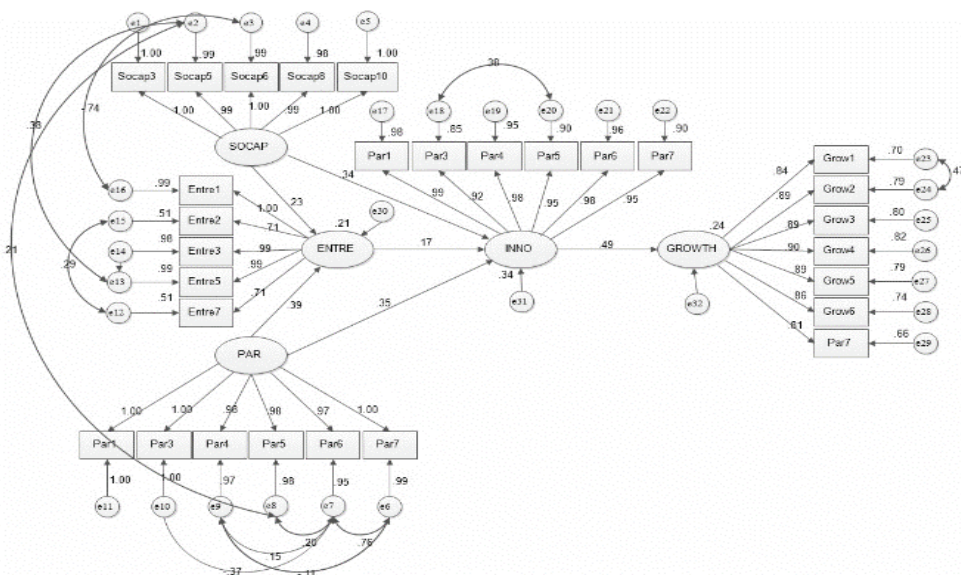
ผลการวิจัย พบว่า ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการกลุ่มมากที่สุด รองลงมา มีตำแหน่งเป็นเจ้าของ และตำแหน่งผู้นำกลุ่ม/ประธานกลุ่มตามลำดับ โดยมีแหล่งที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มากที่สุด รองลงมา คือ เชียงราย และแม่ฮ่องสอน

แหล่งเงินทุนเริ่มแรกในการจัดตั้งกิจการ พบว่า ส่วนใหญ่มีเงินทุนมาจากส่วนตัวของผู้นำกลุ่ม/ประธานกลุ่ม มากที่สุด รองลงมา จากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สนับสนุน และจากเงินทุนส่วนตัวของสมาชิกในกลุ่ม โดยมีระยะเวลาการจดทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มากกว่า 8 ปีขึ้นไป มากที่สุด รองลงมา มีระยะเวลา 6-8 ปี

และระยะเวลา 3-5 ปี นอกจากนี้มีจำนวนสมาชิกอยู่ที่ 1-20 คน มากที่สุด รองลงมา มีสมาชิก จำนวน 21-40 คน และจำนวน 41-60 คน การก่อกำเนิดของกลุ่ม พบว่า ส่วนใหญ่รวมตัวกันขึ้นมาเพื่อต้องการรายได้เพิ่ม รองลงมา รวมตัวกันขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาในชุมชน และรวมตัวกันขึ้นมาด้วยนโยบายของรัฐบาลสนับสนุน โดยได้จดทะเบียนอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตชุมชน มากที่สุด รองลงมาจดทะเบียนอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว และจดทะเบียนอยู่ในกลุ่มผู้ผลิตวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทผ้าเครื่องแต่งกาย มากที่สุด รองลงมา เป็นประเภทอาหาร และประเภทของใช้ และของที่ระลึก

ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ พบว่า ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มพช.) มากที่สุด รองลงมา ได้รับมาตรฐานเครื่องหมายอาหารและยา (อย.) และได้รับมาตรฐานเครื่องหมายฮาลาล ผลการประเมินอยู่ในระดับ 3 ดาว มากที่สุด รองลงมา อยู่ในระดับ 4 ดาว และระดับ 5 ดาว ส่วนผลการประเมินตามเกณฑ์การจัดกลุ่ม OTOP ระดับประเทศ พบว่า อยู่ในกลุ่มพัฒนาสู่การแข่งขัน (กลุ่ม C) มากที่สุด รองลงมา อยู่ในกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) และอยู่ในกลุ่มอนุรักษ์สร้างคุณค่า (กลุ่ม B) มีตลาดอยู่ภายในจังหวัด

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง



Chi-square = 102.642, Chi-square/df = 1.236, df = 83, p = .070,

GFI = .997, CFI = .996, RMR = .013, RMSEA = .042, NFI = .998

ภาพ 1 Model SPEI Growth

ภาพ 1 แสดงโมเดล SPEI Growth ค่าสถิติแสดงความสอดคล้องของโมเดล อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ดังนี้ Chi-square = 102.642, Chi-square/df = 1.236, df = 83, p = .070, GFI = .997, CFI = .996, RMR = .013, RMSEA = .042, NFI = .998 ดังนั้น สรุปได้ว่าโมเดล SPEI Growth มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Hair et al., 2006, 80)

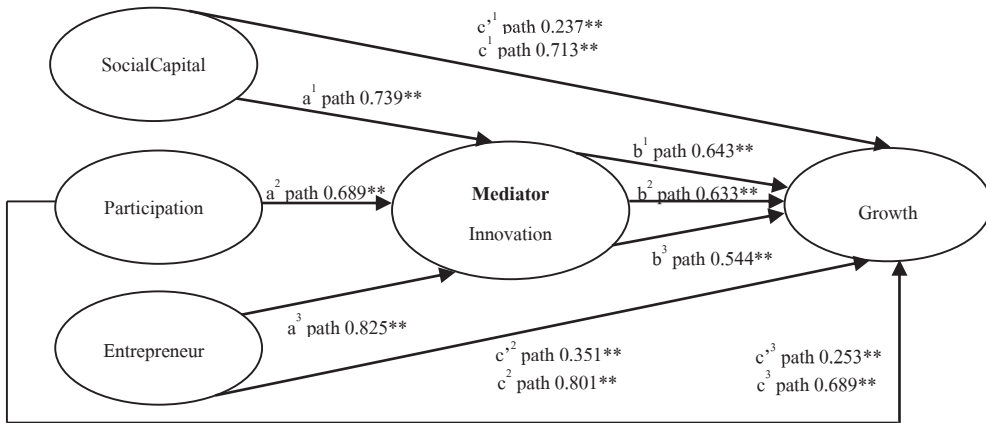
ผลการทดสอบความเชื่อมโยงของนวัตกรรมที่มีต่อทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม ภาวะผู้ประกอบการ ที่นำไปสู่การเติบโตของธุรกิจ

จากภาพ 2 พบว่า ทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมกับการเติบโตของธุรกิจ โดยมีนวัตกรรมเป็นตัวแปรเชื่อมโยงระหว่างตัวแปร

สรุปผลการทดสอบ Mediation ของตัวแปร พบว่า นวัตกรรมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ส่งผลให้ตัวแปรต้นและตัวแปรตามทั้ง 3 คู่ มีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 3 สรุปได้ว่าตัวแปรคั่นกลางมีนัยสำคัญ เพราะอิทธิพลจากทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และภาวะผู้ประกอบการไปหาตัวแปรคั่นกลาง (mediator) และนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สรุปได้ว่าอิทธิพลทุกเส้นทางมีนัยสำคัญต่อกัน

สำหรับอิทธิพลทางอ้อมในภาพรวมแล้วทุกเส้นทางมีนัยสำคัญ สรุปได้ว่า ตัวแปรนวัตกรรมเชื่อมโยงทั้ง 3 ปัจจัยคือ ทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และภาวะผู้ประกอบการ ไปสู่การเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากเส้นทางของอิทธิพลทางตรงมีนัยสำคัญเท่ากัน คือ ค่าเท่ากับ 0 แสดงว่าตัวแปรเชื่อมโยงมีอิทธิพลทั้งหมด (full mediation)



ภาพ 2 ผลการทดสอบ Mediation ของตัวแปรเชื่อมโยงนวัตกรรม

ตาราง 3 ผลการทดสอบความเชื่อมโยงของนวัตกรรมในฐานะปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างทุนทางสังคมและการเติบโตของธุรกิจ

ตัวแปร	DE	IE	TE	t	p
SoCap-->Inno	0.739	-	0.739	22.141	.000 ^a
Par-->Inno	0.689	-	0.689	20.566	.000 ^a
EntreShip-->Inno	0.825	-	0.825	27.503	.000 ^a
Inno--> Growth	0.544	-	0.544	12.466	.000 ^a
SoCap--> Growth	0.237	-	0.237	5.839	.000 ^a
Par--> Growth	0.253	-	0.253	6.733	.000 ^a
Entre--> Growth	0.351	-	0.351	7.687	.000 ^a
เส้นทางอิทธิพลจากตัวแปรทุนทางสังคม การมีส่วนร่วม และภาวะผู้ประกอบการสู่การเติบโตของธุรกิจ					
ผ่านตัวแปรคั่นกลางนวัตกรรม					
SoCap-->Inno--> Growth	-	0.713	-	20.077	.000 ^a
Par-->Inno--> Growth	-	0.689	-	20.038	.000 ^a
EntreShip-->Inno--> Growth	-	0.801	-	24.649	.000 ^a

หมายเหตุ : $p < .05$

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากผู้หญิงไม่ได้ออกไปทำงานนอกบ้าน อาชีพทำไร่ ทำสวน รับจ้าง เพราะต้องใช้แรงงานผู้ชาย ดังนั้นผู้หญิงจึงเลี้ยงลูกและทำงานภายในบ้าน เมื่อมีเวลารว่างจึงอยากมีรายได้เสริมให้กับครอบครัวด้วยการรวมกลุ่มกันก่อตั้งทำธุรกิจ OTOP ขึ้นมาตามความสมัครใจของสมาชิก ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 41 – 50 ปี และ 31 – 40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Thechatakerng (2009, p. 25) ค้นพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีอายุ 45 - 50 ปี และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา และเป็นชาติพันธุ์ไทใหญ่มากที่สุด สภาพการดำเนินงานก่อกำเนิดตามนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุนให้มีการประกอบการธุรกิจเพื่อเป็นเป็นการสร้างระบบเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง ส่วนใหญ่มีตำแหน่งเป็นคณะกรรมการกลุ่ม โดยมีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนมากสอดคล้องกับ Verheul et al, (2001) อธิบายว่า บุคคลที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่มิแนวโน้มที่จะเป็นผู้ประกอบการมากกว่าผู้ที่อาศัยอยู่ในสถานที่ห่างไกลจากเมืองหลวง

เงินทุนเริ่มแรกในการจัดตั้งมาจากทุนส่วนตัวผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP ผู้นำกลุ่ม/ประธานกลุ่ม หรือบาง

กลุ่มอาจจะมีสมาชิกเข้ามาร่วมลงทุนด้วยเนื่องจากมีฐานะค่อนข้างดีและมีรายได้มากกว่าท่านอื่นๆ ต้องการหารายได้เสริมส่วนใหญ่จดทะเบียนมากกว่า 8 ปีขึ้นไป จำนวนสมาชิกส่วนมากมีจำนวน 1 - 20 คน เพราะเป็นการเริ่มต้นธุรกิจในช่วงแรกหรือบางกลุ่มไม่ต้องการสมาชิกมากเนื่องจากต้องการให้การดำเนินงานของกลุ่มเกิดความรวดเร็วได้ดอกผลกำไรที่เร็วขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการรวมตัวกันขึ้นมาเพื่อต้องการรายได้เพิ่ม

ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จัดอยู่ในประเภทผ้าเครื่องแต่งกายเพราะเป็นปัจจัยที่ใช้สำหรับอุปโภคในชีวิตประจำวัน เมื่อมีประสบการณ์ในการทอผ้ามากขึ้นก็อยากจะทำมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาบูรณาการผ่านภูมิปัญญา ตำนานเรื่องราวแนวคิดความเชื่อของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ให้เป็นลวดลาย เช่น ลายพันสุนัข ลายฤๅษี เพื่อสื่อถึงความเชื่อที่ว่าจะป้องกันภูติ ผี ปีศาจจะมาทำร้ายตนเองและครอบครัวหรือเพื่อคุ้มครองตนเอง ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (มผช.) อย. และฮาลาล

กลุ่มชาติพันธุ์ให้ความสำคัญต่อทุนทางสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมุ่งเน้นการปฏิบัติต่อด้านการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ ด้วย

การบริหารจัดการธุรกิจด้วยความไว้วางใจกันมีความเชื่อถือเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม OTOF ความมีน้ำใจในการแบ่งปันผลตอบแทนซึ่งกันและกันเชื่อมั่นในประสบการณ์การทำงานมีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรินทร์ บุญยั้ง (2554, 24) กล่าวว่าคนในชุมชนจะสร้างลักษณะเด่นหรืออัตลักษณ์จากภูมิปัญญา มีกลุ่มหรือเครือข่ายทั้งภายในและภายนอก ที่มีความสัมพันธ์กับชุมชนร่วมกันสร้างสรรค์ขึ้นมา เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันตลอดจนเปิดโอกาสให้สมาชิกทุกคนแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงานซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นทุนทางสังคมที่ชุมชนมีอยู่

กลุ่มชาติพันธุ์มีการปฏิบัติโดยเน้นการมีส่วนร่วมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปฏิบัติต่อต้านการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมโครงการต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชนและสังคมที่ทุกคนต้องมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจ OTOF ทั้งนี้ต้องมีการกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ OTOF ร่วมกันร่วมประชาสัมพันธ์ธุรกิจ OTOF ร่วมกันแสวงหาตลาดใหม่และรักษารฐานลูกค้าเดิมร่วมกันสร้างและแสวงหาเครือข่ายธุรกิจ OTOF โดยมีการกำหนดนโยบาย และการวางแผนการดำเนินงานร่วมกันสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี พงศ์พิศ (2547, 22) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทุกวันนี้เน้นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย การบริหารทรัพยากร การบริหารจัดการชุมชน คน และทุนของชุมชน ทั้งนี้ต้องมีส่วนร่วมแบ่งปันความรู้ ประสบการณ์ และเผยแพร่องค์ความรู้ของตนเองโดยมีนักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม

ระดับปฏิบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOF กลุ่มชาติพันธุ์ต่อภาวะผู้ประกอบการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปฏิบัติต่อต้านความรับผิดชอบ เสียสละ และอุทิศเวลาให้กับธุรกิจอย่างเต็มกำลังความสามารถมีวิสัยทัศน์มองเห็นโอกาส และกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ OTOF ให้เจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ Robert Hisrich (1985) กล่าวว่า ภาวะผู้ประกอบการ คือ กระบวนการสร้างสิ่งที่แตกต่างโดยตัวผู้ประกอบการต้องเน้นคุณค่า ด้วยการอุทิศเวลา ความมานะที่ต้องใช้เงินทุน จิตวิทยา ความเสี่ยง ด้านสังคมมาเพื่อให้ได้รับผลตอบแทนทางด้านการเงินและเกิดความพึงพอใจส่วนบุคคล

นอกจากนี้ต้องมีภาวะผู้นำ กล่าวตัดสินใจในการคิดค้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ให้มีความสำคัญกับการทำงานเป็นทีม และรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิดของ สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด (2551, ออนไลน์) กล่าวว่า ผู้ประกอบการจะต้องมีภาวะของการเป็นผู้ประกอบการอันประกอบด้วย การมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักผูกพันต่อเป้าหมายมีความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความรับผิดชอบ มีความกระตือรือร้นและไม่หยุดนิ่ง ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม กล้าตัดสินใจและมีความมุ่งมั่นพยายาม ทั้งนี้ต้องมีการบริหารความเสี่ยง เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับกิจการโดยเน้นการใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งต้องแสวงหากลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างด้วยการดำเนินงานเชิงรุกและประยุกต์ใช้ความรู้ ความสามารถและศักยภาพในการดำเนินธุรกิจ OTOF ให้เกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ระดับปฏิบัติของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOF กลุ่มชาติพันธุ์ต่อนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีการปฏิบัติต่อต้านการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และนวัตกรรมทำให้ผลิตภัณฑ์มีความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและทำให้รูปแบบผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่มีมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างผลกำไรให้กิจการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Barnett (1953, 10) กล่าวว่า นวัตกรรมเป็นแนวคิดต่างๆ ไม่ว่าจะในด้านที่มองเห็นสามารถสัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 รวมทั้งที่เป็นแบบแผนพฤติกรรม ความประพฤติตามระบบสังคม ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ ตลอดจนถึงประดิษฐ์วิทยาการใหม่ๆ และด้านที่ไม่เป็นวัตถุ ได้แก่ เรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อ ความนึกคิด ความศรัทธา ซึ่งเป็นเรื่องราวใหม่ที่เกิดขึ้นจากความคิดภายในจิตใจของบุคคล

ระดับความคิดเห็นของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOF กลุ่มชาติพันธุ์ต่อการเติบโตของธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคิดเห็นต่อต้านผลิตภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐาน มผช. อย. ฮาลาล เป็นต้น มีการส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจในชุมชน ซึ่งคณะกรรมการและสมาชิกมีความพึงพอใจในผลการประกอบการโดยมียอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาด้วยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์

รวมถึงผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP มีฐานะความเป็นอยู่ดีขึ้นนอกจากนี้ยังมีจำนวนลูกค้าเพิ่มขึ้นส่งผลให้รายได้ในภาพรวมเพิ่มขึ้นตามด้วยสมาชิกทุกคนได้รับเงินปันผลจากการดำเนินงานเพิ่มขึ้นจากเดิม เพราะมีปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์และมีกำไรเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับแนวคิดของ Murphy (1996, 15 - 23; Chong, 2008, 1-10; Ahmad et al, 2010, 182 - 203) กล่าวว่า การเจริญเติบโตของผู้ประกอบการ SMEs สามารถวัดได้ทั้งในแง่ของประสิทธิภาพทางการเงิน และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ทางการเงิน รวมถึงระดับความพึงพอใจของลูกค้า และส่วนแบ่งการตลาด

การทดสอบอิทธิพลของตัวแปรคั่นกลางระหว่างทุนทางสังคมที่มีต่อการเติบโตของธุรกิจ ภาวะผู้ประกอบการที่มีต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ และการมีส่วนร่วมที่มีต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจ โดยมีตัวแปรคั่นกลางคือนวัตกรรม เป็นตัวเชื่อมโยง สรุปได้ว่าอิทธิพลทางตรงจากทุนทางสังคม ภาวะผู้ประกอบการ และการมีส่วนร่วมไปสู่การเติบโตของธุรกิจมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรเชื่อมโยงมีอิทธิพลในลักษณะ full mediation

บทสรุป

ตัวแปรทุนทางสังคมที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย การเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ และวัฒนธรรม ประเพณี ความรู้ ประสบการณ์ ตามลำดับ ตัวแปรการมีส่วนร่วมที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย ร่วมสร้างและเสาะแสวงหาเครือข่ายธุรกิจ OTOP และร่วมคิดค้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามลำดับ ตัวแปรภาวะผู้ประกอบการที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย ความสามารถใน

การนำ และการทำงานเชิงรุก ตามลำดับ ตัวแปรนวัตกรรมที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย ประยุกต์ใช้นวัตกรรมผสมผสานกับผลิตภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและโดดเด่น ตามลำดับ สำหรับตัวแปรการเจริญเติบโตของธุรกิจที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย การเงิน และผลการดำเนินงาน ตามลำดับ

นอกจากนี้ ทุนทางสังคมยังมีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะผู้ประกอบการมากที่สุด ลำดับต่อมาทุนทางสังคม ไม่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมตามลำดับ นอกจากนี้การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะผู้ประกอบการมากที่สุด ลำดับต่อมามีการมีส่วนร่วมไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมตามลำดับ ภาวะผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม ขณะเดียวกับนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อการเติบโตของธุรกิจ

โดยตัวแปรทั้งหมดนี้มีตัวแปรคั่นกลาง คือนวัตกรรม เป็นตัวเชื่อมโยง สรุปได้ว่าอิทธิพลทางตรงจากทุนทางสังคม ภาวะผู้ประกอบการ และการมีส่วนร่วมนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยผลกระทบที่ส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาในการดำเนินงาน
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จัดจำหน่ายได้หลากหลายช่องทาง

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2557). *การลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP*. [Online] Available: <http://113.53.241.24/MainMenu/>. [2558, มกราคม 26].
- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2558). *กิจกรรมผู้บริหาร*. [Online] Available: <http://www.cdd.go.th/index2.php>. [2558, มกราคม 26].
- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2558). *แผนแม่บทการพัฒนากลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย (พ.ศ. 2558-2560)*. กรุงเทพฯ : กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- ทิชากร เกษตรบัว. (2558). กลยุทธ์การเพิ่มศักยภาพแข่งขันทางการตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ (ประเภทเครื่องจักสาน) ในตลาดอาเซียน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกรทำนาข้าวบ้านบางพลวง อำเภอบ้านสร้าง จังหวัดปราจีนบุรี. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์* ปีที่ 23 ฉบับที่ 41 มกราคม – เมษายน 2558.
- ทิวา แก้วเสริม. (2551). *ปัญหาและความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์*. เพชรบูรณ์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- พฤทธิ เทศจิต. (2552). การถดถอยขององค์การและแนวทางปรับตัวสู่ความเป็นเลิศ. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, ปีที่ 29 ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน), หน้า 212.
- วรรณนงอร วิศิษฐ์รัตนกุล. (2554). การบริหารจัดการสินค้า OTOP กลุ่มผ้าทอพื้นเมือง ระดับ 5 ดาว โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดอุดรดิตถ์. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์*, ปีที่ 2 ฉบับที่ 1 พฤศจิกายน 2554, หน้า 8-13.
- วรินทร์ บุญยิ่ง. (2554). การพัฒนาทุนมนุษย์ในชุมชน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน, หน้า 19-33.
- วิฑูร เจียมจิตต์ตรง. (2553). *ปัจจัยภาวะผู้ประกอบการที่มีผลต่อประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. รัฐประศาสนศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วีโลลักษณ์ กิติบุตร. (2551). *การพัฒนาสินค้าชุมชนไทยลื้อ อำเภอดอยสะเก็ด สู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)*. *วารสารราชภัฏเชียงใหม่*. 10(1) ตุลาคม 2553 – มีนาคม 2554.
- วัฒนา ยศอาจ. (2558). ประธานกลุ่มแปรรูปมะไฟจีน อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน. *สัมภาษณ์*, วันที่ 4 พฤษภาคม 2558.
- สุรัชย์ ภัทรบรรเจิด. (2558). ส่วนอุตสาหกรรมการผลิต โครงการศึกษา วิเคราะห์และเตือนภัย SMEs รายสาขา สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (10-9-2551). [Online] Available : <http://www.pat-tanakit.net>. ค้นเมื่อ [2558, พฤศจิกายน 20].
- เสรี พงศ์พิศ. (2547). *แนวคิด แนวปฏิบัติ ประสบการณ์ กองทุนหมู่บ้าน สวัสดิการชุมชน*. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาไทย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.

References

- Ahmad, N. H., Ramayah, T. , Wilson, C. , & Kummerow, L. (2010). Is entrepreneurial competency and business success relationship contingent upon business environment? *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 16(3): 182-203.

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage, *Journal of Management*, 17: 99-120
- Boonying Warenton. (2011). The development of human capital in the community. *Journal of Education Prince of Songkla University PSU*, 1(22) months from January to April, page 19-33. (in Thai)
- Bygrave, W., & Zacharakis, A. (2008). *Entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.
- Chong, H. G. (2008). Measuring performance of small and medium sized enterprise: The Grounded theory approach. *Journal of Business and Public Affairs*, 2(1): 1-10.
- Community Development Department Ministry of the Interior. (2014). The manufacturer registered entrepreneurs OTOP. [Online] Available: <http://113.53.241.24/MainMenu/>. [2015, January 26]. (in Thai)
- Community Development Department Ministry of the Interior. (2015). Event management. [Online] Available: <http://www.cdd.go.th/index2.php>. [2015, January 26]. (in Thai)
- Comrey, A. L. , & Lee, H. B. (1992). *A first Course in Factor Analysis*. Hillsdale, New Jersey : Erlbaum.
- Coleman, J. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94: 95-120.
- Dess, G. D., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2007). *Strategic Management: Text and Cases*, (3rd ed). Burr Ridge, IL: McGraw-Hill/Irwin.
- Drucker, P. F. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. *Harvard Business Review*, 76(6) : 149-157.
- Eisenhardt, K. M., & Brown, S. L. (1999). Patching: Restitching usiness portfolios in dynamic Markets. *Harvard Business Review*, 77(3): 72-82.
- Hair, J.F. , Black, W. C. , Babin, B. , Anderson, R. E. , & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, New Jersey : Prentice-Hall.
- Hisrich, Robert. D. (1985). The Woman Entrepreneur: Minding Her Own Business, *Annual*, 52-58.
- Jemjirdong Witoon. (2010). *Factors affecting the state entrepreneurs, operators of small and medium-sized enterprises*. Doctor of Public Administration NIDA. (in Thai)
- Kacetbur Tichakorn. Strategies to enhance market competition for new operators. (Types of baskets) in the case of ASEAN Community. Some rice farmers antimony. House District Prachinburi. *Journal of Humanities and Social Sciences*, 23(41) January to April 2015. (in Thai)
- Kaewserm Tiwa. (2008). *The problem and potential entrepreneurs to develop local products (OTOP) Phetchabun*. Phetchabun Rajabhat University. (in Thai)
- Kitibood Wilailuk. (2008). The development community Lue. Doi Saket To the community and local products (OTOP). *Journal of General Category*. 10 (1) October 2010 - March 2011. (in Thai)
- Likert, R. N. (1970). "A technique for the measurement of attitude". *Attitude Measurement*. Chicago : Ronal McNally & Company.
- McClelland, D. (1973). *The Achieving Society*. Princeton, New Jersey: D Van Nostrand.
- Ministry of Social Development and Human Security. (2015). Master Plan for the development of ethnic groups in the United Kingdom (2015-2017 BC). Bangkok: Ministry of Social Development and Human Security. (in Thai)

- Murphy, G. G., Traylor, J. W. , & Hill, R. C. (1996). Measuring performance in entrepreneurship research. *Journal of Business Research*, 36: 15-23.
- Office of the National Economic and Social Development Board (2012). National Social and Economic Development Plan No. 11 of 2555 to 2559. Bangkok: Office of the National Economic and Social Development. Prime Minister's Office.
- Pattarabunjerd Surachai. (2015). The industry projects, Analysis and Warning SMEs Sector Small and Medium Enterprises Promotion Agency (OSMEP.) (10-9-2008). [Online] Available: <http://www.pattanakit.net>. When [in 2015, the professor's body 20]. (in Thai)
- Pongpit Seree. (2004). *Concepts, practices, experiences Housing Fund Community welfare*. Bangkok: Thailand Publisher wisdom. (in Thai)
- Tedjeeb Pareet. (2009). Regression of the organization and its adaptability to excellence. *journals University*, 29(3) (July-September), page 212. (in Thai)
- Thechatakerng, P. (2009). Determinants of Micro-entrepreneurs Innovation, *Paper presented in EDP workshop*, Barcelona, April 2 – 3, Spain.
- Varitniruntakun Wannongon. (2011). Management of OTOP products Woven fabrics of 5 stars based on participation of communities in the Province. *Journal of the Graduate School East High School*, two years at the November 1, 2554, pages 8-13. (in Thai)
- Verheul, I., Wennekers, S., Audretsch, D., & Thurik, R. (2001). An Eclectic Theory of Entrepreneurship: Policies, Institutions and Culture, *Research Report 0012*, EIM, Zoetermeer.
- Wang, C. L. , & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4): 303-313.
- Yin, R.K. (2003). *Case study research: Design and methods (3rd ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yodard Wattana. (2015). Processing Group Chairman Ma Fai Nan Chinese, only Phu. *Interviews*, on May 4, 2558. (in Thai)
- Zimmerer, T.W., & Scarborough, N.M. (2002). *Essentials of entrepreneurship and small business management*. (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall.