

โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม
ที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย*

RELATIONSHIP STRUCTURE OF THE ENTREPRENEURIAL FOCUS
GOVERNMENT SUPPORT AND INNOVATIVE PERFORMANCE
THAT INFLUENCED THE COMPETITIVE ADVANTAGE OF
OTOP BUSINESS IN THE NORTHERN REGION OF THAILAND

ยุภาภรณ์ เทพจันทร์

Yupaporn Tepchan

บุญทวรรณ วิงวอน

Boonthawan Wingwon

ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช

Piyakanit Chotiwanit

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Lampang Rajabhat University, Thailand

E-mail: yupatum@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) วิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย เป็นกลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว (SMEs) หรือเลขานุการ จำนวน 500 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนาหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอนุมานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้วยสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS โดยผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับความสำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ส่วนการสนับสนุนของภาครัฐระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง และ 2) ผลการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ

* Received 8 October 2020; Revised 18 December 2020; Accepted 19 December 2020



ด้วยสมการโครงสร้าง พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนของภาครัฐมากที่สุด รองลงมา คือ การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและลำดับสุดท้ายผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ผลการวิจัยเชิงปริมาณทำให้ได้รูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันขึ้นอยู่กับ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและปัจจัยที่อ้อมผ่านคือ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม

คำสำคัญ: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ, การสนับสนุนของภาครัฐ, ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม, ความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP

Abstract

The objectives of this research article were to 1) study the importance of focusing on entrepreneurship, government support, innovation performance, and competitive advantage 2) analyze the relationship structure of the entrepreneurial focus, government support, and innovative performance that influenced the competitive advantage of OTOP business in the northern region of Thailand. The samples were the only manufacturer or the president of the community enterprise group or secretary of clothes and clothing in the upper northern region of Thailand, SMEs, for 500 peoples. It was a quantitative by using questionnaires as a tool. Data were analyzed by using descriptive statistics to find the frequency, percentage, and standard deviation. Inference statistics for relationship analysis used structural equations with AMOS program. The result of the research showed that 1) Entrepreneurship, innovation performance, and competitive advantage had high level of importance and government support had medium level of importance. 2) The results of the analysis of causal relationships using structural equations were found that the emphasis on entrepreneurship had the most direct influence on government support, followed by government support with direct influence on innovative performance. Government support had a direct influence on the competitive advantage. The focus on entrepreneurship had a direct influence on the competitive advantage. Government support had a direct influence on the



competitive advantage, and finally, the innovative performance had a direct influence on the competitive advantage. The results of quantitative that is a form of competitive advantage based on the focus on entrepreneurship and indirect factors that are the government support and Innovative Performance.

Keywords: Focusing on Entrepreneurship, Government Support, Innovative Performance, Competitive Advantage for OTOP Business.

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) มีจุดเน้นเพื่อการปรับโครงสร้างการผลิตและการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของห่วงโซ่มูลค่า เน้นการสร้างการแข่งขันให้กับปัจจัยพื้นฐาน ทิศทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิม และยกระดับห่วงโซ่มูลค่าด้วยการใช้เทคโนโลยี วิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทำธุรกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ในขณะเดียวกันก็เพิ่มบทบาทของกลไกภาคองค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกภาคส่วน ธุรกิจ OTOP จึงเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการเพิ่มอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนในระดับรากหญ้า และถือเป็นรูปแบบของการกระจายรายได้สู่ชุมชนที่ดีที่สุดในรูปแบบหนึ่ง โดยภาครัฐเข้าช่วยเหลือในด้านการจัดการฝึกอบรม/สัมมนาให้กับผู้ผลิตที่ลงทะเบียน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบครบวงจร ตั้งแต่วิธีการคิดต้นทุน การพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย การบริหารการผลิตและจัดการธุรกิจ การตั้งราคาสินค้า ความรู้สมัยใหม่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทำให้ธุรกิจชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนมีรายได้เป็นของตนเอง สามารถพึ่งพาตนเองได้ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่มาปรับใช้ในการผลิตและพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของแต่ละชุมชน (Kasornbua, T., 2013)

อดีตที่ผ่านมาผลิตภัณฑ์จากธุรกิจ OTOP มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง รายได้ตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – 2561 ยอดขายมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2561 เท่ากับ 190,444 ล้านบาท และมีรายได้ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ในปี 2561 เท่ากับ 16,316,400 ล้านบาท (กรมการพัฒนาชุมชน, 2562) ดังนั้น “ธุรกิจ OTOP” จึงเป็นแนวทางหนึ่ง ที่จะยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ (Koomsalud, et al., 2019)



สำหรับในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีปัจจัยที่สัมพันธ์เชื่อมโยงเกี่ยวเนื่องเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) โดยแต่ละจังหวัดมีผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายเป็นหนึ่งในของธุรกิจ OTOP ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง โดยรูปแบบของผ้าจะแตกต่างกันไปตามคตินิยม ความเชื่อ และขนบธรรมเนียมประเพณีของเชื้อชาติและกลุ่มชน (กระทรวงวัฒนธรรม, 2562) ทั้งนี้การดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ทั้งผู้ผลิตชุมชนที่เป็นเจ้าของรายเดียว SMEs และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน ยังไม่มีการดำเนินงานเชิงรุกและยังขาดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่ว่าจะเป็นการจัดการความเสี่ยงหรือการบริหารงานโดยอิสระ เพื่อแสวงหาโอกาสของธุรกิจ (Boso N., et al., 2013) ผู้ประกอบการธุรกิจจึงต้องมีการปรับรูปแบบการดำเนินงานในกิจการของตนเอง เพื่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน (Wingwon, B., 2016) นอกจากนี้ยังมีปัญหาในการดำเนินธุรกิจ OTOP โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาารูปแบบของสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด และความสามารถในการสร้างนวัตกรรม (Meksuwan A., et al., 2017) ความสามารถในการบริหารจัดการ (Maritz, A., 2015) ทำให้ผู้ประกอบการมีความสามารถทางการแข่งขันอยู่ในระดับต่ำ และไม่ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเท่าที่ควร รวมถึงอุปสรรคในการพัฒนา ศักยภาพของผู้ประกอบการที่มีความแตกต่างกัน โดยที่ผ่านมามีพบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP มีศักยภาพระดับปานกลางเป็นส่วนใหญ่ (Wingwon, B., 2016) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จำนวน 5,009 ราย (กรมการพัฒนาชุมชน, 2562) โดยใช้ตัวอย่างจำนวน 500 คน จากการสุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ของ Comrey, A. L., & Lee, H. B. (Comrey, A. L., & Lee, H. B., 1992)

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามประกอบด้วยตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ ใช้มาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ (Likert, R. N., 1970)

2. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผลการทดสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.94 - 0.98 และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือด้วยการทดลองใช้เครื่องมือกับผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในเขตภาคเหนือที่ไม่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha Coefficient) หักลบได้ 0.89

การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการส่งจดหมายถึงผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทกลุ่มผู้ผลิตชุมชน (หรือเลขานุการ) ที่เป็นเจ้าของรายเดียว (SMEs) โดยประสานงานสำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชนภาค 6 เชียงใหม่ และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแต่ละจังหวัด และติดตามการส่งเอกสารการทวงถามและการส่งกลับข้อมูล ซึ่งได้ข้อมูลตอบกลับมาและผ่านการคัดกรอง ความสมบูรณ์และใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 500 ตัวอย่าง โดยดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม 2562 – เมษายน 2563

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดให้มีการวิเคราะห์ทั้งการใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมาน การวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model: SEM) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างใช้เกณฑ์การทดสอบดัชนีความเหมาะสม (Fit Indices) ใช้เกณฑ์ดังนี้ (Tirakanan, S., 2010) $\chi^2(p \text{ value})$ คือ $0.05 < p \leq 1.00$; χ^2/df คือ $0 < \chi^2/df \leq 2$; RMSEA คือ $0 \leq RMSEA \leq 0.05$; CFI คือ $0.97 \leq CFI \leq 1.00$; คือ $0.95 \leq GFI \leq 1.00$; และ RMR คือ $0 \leq RMR \leq 0.50$ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

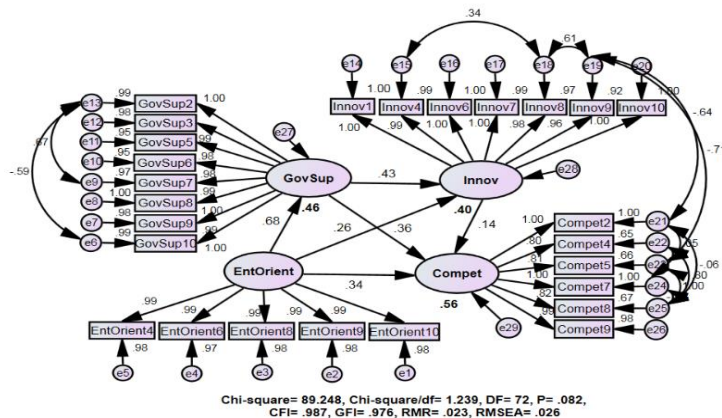


ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาความสำคัญการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยผลการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ให้ความสำคัญกับ 3 ปัจจัยอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วยปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.67) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.72) และปัจจัยด้านผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.71$, S.D. = 0.77) โดยปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 0.81)

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.82 ค่า CR มีค่าเท่ากับ 0.958 ปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐ มีค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.50 ค่า CR มีค่าเท่ากับ 0.831 ปัจจัยด้านผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม มีค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.40 ค่า CR มีค่าเท่ากับ 0.726 ปัจจัยด้านความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP มีค่าเท่ากับ 0.46 ค่า CR มีค่าเท่ากับ 0.809 จะเห็นได้ว่า มี 1 ปัจจัยที่มีค่าเป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.5 ส่วนอีก 3 ปัจจัย มีค่าเป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.4 – 0.5 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีค่าความน่าเชื่อถือได้เหมาะสมและมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย แสดงผลการวิจัยดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้างหลังปรับโมเดล

ตารางที่ 1 แสดงค่า Fit Indices โมเดลสมการโครงสร้างหลังปรับโมเดล

Model	χ^2	χ^2/df	df	P-Value	GFI	CFI	RMR	RMSEA	แปลผล
ก่อนปรับโมเดล	69745.38	23.80	293	0.000	.616	.857	.061	0.214	ไม่ผ่านเกณฑ์
หลังปรับ	89.248	1.239	72	.082	.987	.976	0.023	0.026	ผ่านเกณฑ์

จากภาพที่ 1 และตารางที่ 1 แสดงให้เห็นค่าความสอดคล้องของโมเดลก่อน การปรับโมเดลและภายหลังการปรับโมเดลตามเกณฑ์ที่กำหนดโดยเมื่อพิจารณาแล้วพบว่าภายหลังการปรับโมเดลและนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับตัวแบบทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

ตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP

ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP	DE (ทางตรง)	ID (ทางอ้อม)	TE (รวม)
1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อการสนับสนุนของภาครัฐ	0.68	-	0.68
2. การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม	0.43	-	0.43
3. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม	0.26	0.26	0.55



ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP	DE (ทางตรง)	ID (ทางอ้อม)	TE (รวม)
4. การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP	0.36	0.06	0.42
5. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP	0.34	0.32	0.66
6. ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP	0.14	-	0.14

จากตารางที่ 2 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.68 และอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.68 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.43 และอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.43 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.26 อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.26 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.55 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.36 อิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.06 อิทธิพลรวมเท่ากับ 0.12 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 0.34 อิทธิพลทางอ้อมมีค่าเท่ากับ 0.32 และอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.66 ลำดับสุดท้ายผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP มีค่าอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.14 และอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.14 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Coef.	T - stat	สรุปผล
H:1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนของภาครัฐ	0.68	20.394***	สนับสนุน
H:2 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม	0.43	8.994***	สนับสนุน
H:3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม	0.26	5.522***	สนับสนุน
H:4 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.36	8.418***	สนับสนุน
H:5 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.34	8.283***	สนับสนุน



สมมติฐานการวิจัย	Coef.	T - stat	สรุปผล
H:6 ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน	0.14	3.704***	สนับสนุน

หมายเหตุ t - stat ≥ 2.59 แสดงว่าสมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่ระดับ 0.01***

จากตารางที่ 3 พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนของภาครัฐ โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.68 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.43 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.26 การสนับสนุนของภาครัฐมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.36 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.34 และผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.14 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

อภิปรายผล

1. ความสำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการการสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ (OTOP) ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผู้วิจัยขอสรุปความสำคัญของตัวแปรจากมากไปหาน้อย ดังนี้

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญระดับมาก เพราะต้องมีการวางแผนและดำเนินธุรกิจด้วยความระมัดระวังด้วยตนเอง โดยที่ผ่านมามีโอกาสทางธุรกิจและยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง เพราะเป็นการนำเอาแนวความคิดสร้างสรรค์แบบใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ในรูปแบบใหม่ผ่านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Ronstadt, R. ที่นำเสนอว่าเจ้าของกิจการต้องมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ คือ 1) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์หรือความคิดใหม่ 2) การรวบรวมทรัพยากร 3) การยอมรับความเสี่ยง โดยใช้ทักษะและทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด (Ronstadt, R., 1998)

การสนับสนุนของภาครัฐ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP, SMEs, ผู้ประกอบการรายเดียวและวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนแตกต่างกันไป บางครั้งไม่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในพื้นที่เพราะมีเงื่อนไขที่หลากหลาย ทำให้เกิดความล่าช้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aykan E., et al. ได้นำเสนอว่า การที่หน่วยงานภาครัฐจะสนับสนุนการดำเนินงานของ SMEs ต้องเริ่มจากการได้รับการสนับสนุนในเรื่องเทคโนโลยี โปรแกรมที่ใช้ประมวผลผล/การวิจัยและพัฒนาการฝึกฝน



ด้านการเงิน ด้านเครื่องจักรและอุปกรณ์ รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านการตลาด (Aykan E., et al., 2013)

ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เพราะการสร้างนวัตกรรมเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ ที่มีการสรรค์สร้างคุณค่า (Value Creation) และมีประโยชน์ต่อผู้อื่น องค์กร ระบบเศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งเมื่อมีคุณค่าและมีประโยชน์แล้วย่อมจะสามารถขยายผลต่อได้เชิงพาณิชย์ หรือขายสินค้าได้อย่างเป็นรูปธรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ Schilling, M. A. สรุปไว้ว่านวัตกรรมเป็นเรื่องของการนำแนวความคิดไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เพื่อให้ได้สิ่งใหม่ๆ หรือกระบวนการใหม่ ๆ (Schilling, M. A., 2008) และงานวิจัยของ Zehir, C. & Karaboga, T. ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ นวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรพบว่าทั้งสามปัจจัยมีความสัมพันธ์กัน และความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมและผลการดำเนินงาน (Zehir, C. & Karaboga, T., 2015)

ความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากความได้เปรียบเป็นจุดแข็งหรือความโดดเด่นของธุรกิจ สอดคล้องกับ Porter, M. E. ที่ได้ให้แนวคิดไว้ว่าในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจอยู่เหนือกว่าคู่แข่ง ต้องอาศัยกลยุทธ์ 3 ประเภท ได้แก่ 1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ซึ่งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเลือกใช้วิธีการลดต้นทุนแทนการเพิ่มราคาขาย ซึ่งเป็นแนวคิดในการจัดการโดยการเพิ่มผลผลิต 2) การสร้างความแตกต่าง เป็นการสร้างคุณค่าให้สินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง และ 3) การมุ่งเน้นตลาดเฉพาะส่วน (Porter, M. E., 2005)

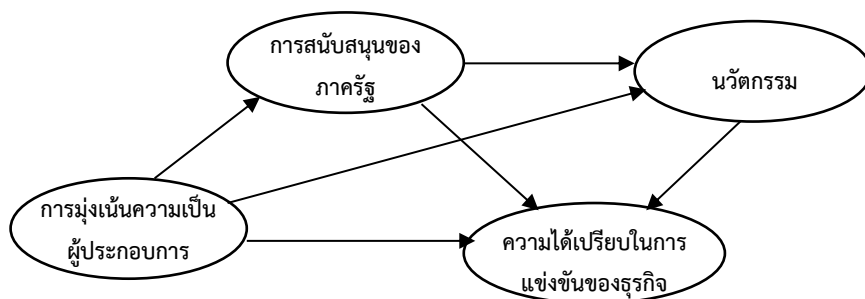
2. วิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐและผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยจากผลการวิจัยซึ่งชี้ให้เห็นว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนภาครัฐมากที่สุด เพราะถ้าหากผู้ประกอบการธุรกิจ OTOP มีความเข้มแข็งไม่ว่าจะเป็นด้านประสิทธิภาพ องค์ความรู้ที่เป็นปัจจุบัน มีการศึกษา มีศักยภาพและมีเครือข่ายที่มีความหลากหลาย ย่อมเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้หน่วยงานภาครัฐที่จะทำการสนับสนุนให้ถูกวิธีและการที่จะให้การสนับสนุนให้มีความเหมาะสม เช่น การสนับสนุนด้านแหล่งเงินทุนที่มีดอกเบี้ยค่อนข้างต่ำ การสนับสนุนด้านการฝึกอบรมความรู้และการศึกษาดูงาน ซึ่งผลงานวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zeebaree, M. R. Y., & Siron, R. B. ที่ได้สรุปว่า ธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐส่งผลให้เกิดการพัฒนาธุรกิจเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพิ่มมากขึ้น (Zeebaree, M. R. Y., & Siron, R. B., 2017) ส่วน Utterback M. & Abernathy J.; Gopalakrishnan S. & Demanpour F.; Tidd J. & Bessant J. สรุปไว้ว่า นวัตกรรม



เป็นแนวทางในการแสวงหาประโยชน์จากความคิดใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อองค์การ เศรษฐกิจและสังคม รวมถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจากความสามารถในการใช้ความรู้ผ่านประสบการณ์ของผู้ประกอบการ ความคิดสร้างสรรค์ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการเชิงมูลค่าเพิ่มด้วยการพัฒนานวัตกรรม (Utterback M. & Abernathy J., 1975); (Gopalakrishnan, S. & Damanpour, F., 1997); (Tidd, J. & Bessant, J., 2009) ส่วน Schumpeter, J. A. นำเสนอว่าผู้ประกอบการธุรกิจต้องมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ประกอบไปด้วยปัจจัย 6 ด้าน คือ 1) ปัจจัยด้านความรู้ 2) ปัจจัยด้านความตั้งใจ 3) ด้านการแสวงหาโอกาส 4) ด้านการวัดความเสี่ยง 5) มินวัตกรรม หรือเทคโนโลยี และ 6) ปัจจัยด้านประสบการณ์ ซึ่งผู้ประกอบการต้องมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาศักยภาพตนเองรวมถึงพัฒนารูปแบบการทำงานให้มีความทันสมัย พัฒนาคุณภาพการผลิต และการบริการให้มีเอกลักษณ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันยุคปัจจุบัน (Schumpeter, J. A., 1965) สอดคล้องกับแนวคิดของ Barney, J.; Grant, R. M.; Porter, M. E. ที่นำเสนอว่าการสนับสนุนของภาครัฐในแนวทางต่าง ๆ ย่อมเป็นการสร้างโอกาสในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันมากขึ้นและเป็นมากกว่าความสามารถขั้นพื้นฐานโดยทั่วไป (Barney, J., 2001); (Grant, R. M., 1991); (Porter, M. E., 1980)

องค์ความรู้ใหม่

การดำเนินการวิจัยซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงรูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยขึ้นอยู่กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการสนับสนุนของภาครัฐมากที่สุด ดังนั้นองค์ความรู้ใหม่ของงานวิจัยนี้ สรุปได้ว่ารูปแบบความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ต้องคำนึงถึงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ รวมทั้งมีการประยุกต์ใช้ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความใหม่และมีความทันสมัยซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังโมเดลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ OTOP ดังนี้



ภาพที่ 2 โมเดลความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจ



สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนของภาครัฐ ผลการดำเนินงานเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก โดยความได้เปรียบในการแข่งขันมีความสำคัญระดับปานกลาง ผลการวิเคราะห์โครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อการสนับสนุนภาครัฐมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐซึ่งที่กำกับเชิงนโยบายในส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบการสามารถนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกำหนดแนวนโยบายในการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการพัฒนานวัตกรรมภายใต้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2562). รวมผลการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์. เรียกใช้เมื่อ 30 กันยายน 2562 จาก http://logi.cdd.go.th/cddcenter/cdd_report/otop_r04.php
- กระทรวงวัฒนธรรม. (2562). ศูนย์ข้อมูลวัฒนธรรม: การแต่งกาย. เรียกใช้เมื่อ 10 กันยายน 2562 จาก <https://digital.m-culture.go.th/list.html?type=dress>
- สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). 6-6-4 ยุทธศาสตร์ชาติกับแผนฯ 12. วารสารเศรษฐกิจและสังคม, 54(1), 1-68.
- Aykan E., et al. (2013). Effects of support programs on corporate strategies of small and medium-sized enterprises. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 99(2013), 938-946.
- Barney, J. (2001). The Resource-Based View of the Firm: Ten Years After 1991. *Academic of Management Review*, 2(1), 41-56.
- Boso, N. et al. (2013). Entrepreneurial Orientation, Market Orientation, Network Ties, and Performance: Study of Entrepreneurial Firms in a Developing Economy. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 708-727.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). *A first course in factor analysis* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates: Inc.
- Gopalakrishnan, S. & Damanpour, F. (1997). A Review of Innovation Research in Economics Sociology and Technology Management. *International Journal of Management Science*, 25(1), 15-28.



- Grant, R. M. (1991). The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Kasornbua, T. (2013). The Competency Development Of One Tambon One Product (OTOP) Community Enterprise To Small And Medium Enterprises (SMES): A Case Study Of Processed Banana Food Products Community Enterprise. *Modern Management Journal*, 11(2), 74-86.
- Koomsalud, et al. (2019). To Study New Product Development Process of the Entrepreneurs in the One Tambon One Product (OTOP) Project Based on the Concept of the One Village One Product (OVOP). *Panyapiwat Journal*, 9(3), 16-28.
- Likert, R. N. (1970). A technique for the measurement of attitude. Chicago: Ronald McNally & Company.
- Maritz, A. (2015). Senior Entrepreneurship In Australia: An exploratory Approach. *The International Journal of Organizational Innovation*, 7(3), 6-23.
- Meksuwan, A. et al. (2017). Effect of Intellectual Capital, Marketing Capability, Participation toward Business Performance of Hand- Woven Cloth Community Enterprises in Upper Northern Region of Thailand. *Journal of Graduate Studies in Northern Rajabhat Universities*, 6(11), 111-124.
- Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analysis Industries and Competitors*. New York: Free Press.
- _____. (2005). *The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Ronstadt, R. (1998). "Entrepreneurs and the Decision to Start an Entrepreneurial Career." In J. Hornaday et al. (eds.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*. Wellesley, MA: Babson College.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic management of technological innovation* (2nd ed.). New York: McGraw-Hill Education.
- Schumpeter, J. A. (1965). *Economic Theory and Entrepreneurial History*. In Aitken HG (ed) *Explorations in enterprise*. Harvard University Press, Cambridge, MA.



- Tidd, J. & Bessant, J. (2009). Managing Innovation: Integrating Technological, Market And Organizational Change. Retrieved September 30, 2019, from <https://www.researchgate.net/publication/228315617>
- Tirakanan, S. (2010). Analysis on the Multiple Variables in the Social Science Researches. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Utterback, M. & Abernathy, J. (1975). A Dynamic Model of Process and Product Innovation. *Omega*, 3(6), 639-656.
- Wingwon, B. (2016). Strategic Entrepreneurship. Bangkok: Ramkhamhaeng University.
- Zeebaree, M. R. Y. & Siron, R. B. (2017). The Impact of Entrepreneurial Orientation on Competitive Advantage Moderated by Financing Support in SMEs. *International Review of Management and Marketing*, 7(1), 3-52.
- Zehir, C. & Karaboga, T. (2015). Linking Entrepreneurial Orientation to Firm Performance: The Role of Differentiation Strategy and Innovation Performance. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210 (December 2015), 358-367.