

คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์การและนวัตกรรม
ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูป
และผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย
ENTREPRENEURIAL CHARACTERISTICS, BUSINESS NETWORK,
ORGANIZATIONAL CULTURE, AND INNOVATION WHICH HAS
INFLUENCED THE PERFORMANCE OF THE COMMUNITY ENTERPRISES
IN PROCESSING AND FOOD PRODUCTS IN THAILAND

ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช

KAJOHNSAK WONGWIRACH

บุญทวารณ วิงวอน

BOONTHAWAN WINGWON

ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช

PIYAKANIT CHOTIWANIT

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

LAMPANGRAJABHAT UNIVERSITY

จังหวัดลำปาง

LMAPANG PROVINCE

รับต้นฉบับ : 16 มกราคม 2563 /ปรับแก้ไข : 20 มีนาคม 2563 /ตอบรับบทความ : 26 มีนาคม 2563

Received : 16 January 2020 /Revised : 20 March 2020 /Accepted : 26 March 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การและผลการดำเนินงาน และ 2) เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารจำนวน 250 ตัวอย่าง การวิเคราะห์ที่ใช้สถิติพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานใช้การวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือเครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงาน โดยทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก ส่วนผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างพบว่าเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์การ คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน และลำดับสุดท้ายวัฒนธรรม

องค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ส่วนเครือข่ายธุรกิจไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่าความสอดคล้องของโมเดล Chi-Square 7.203/df=2.401/sig.=0.066/CFI=0.996/GFI=0.991/NFI=0.994/RMSEA=0.075 ทุกดัชนีผ่านเกณฑ์สอดคล้องโมเดล

คำสำคัญ : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ, เครือข่ายธุรกิจ, วิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร

ABSTRACT

The objectives of research were 1) to study priority the importance, characteristics of entrepreneurship, business networks, innovation, organizational culture, and performance, and 2) to explore the characteristics of entrepreneurship, business networks, innovation, and organizational culture that influences the performance of processing community enterprises and food products. It was a quantitative research by using questionnaires as a tool. The samples were 250 entrepreneurs of the community enterprises in processing food and products. The analysis provided descriptive statistics for percentage, standard deviation, and inferential statistics were analyzed by using structural equation model.

The result of the research found that the factor of entrepreneurial characteristics was at the high level, followed by the business networks, innovation, organization culture. in addition, the performance results with all factors were at a high level. As for the results of the structural equation analysis was found that business networks had an influence on organizational innovation. The characteristics of entrepreneurship have influenced business networks. Innovation had an influence on performance. And finally, the organizational culture had an influence on the performance. As for business networks, there is no influence on the performance results with the consistency of Chi-Square 7.203/df=2.401/sig.=0.066/CFI=0.996/GFI=0.991/NFI=0.994/RMSEA=0.075. Every index meet the model criteria.

Keywords : Entrepreneurial characteristics, Business network, Community enterprise in processing and food products

บทนำ

ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มของประเทศที่กำลังพัฒนาซึ่งโดยพื้นฐานทางทรัพยากรและศักยภาพของประเทศ รวมทั้งภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศทำให้ประเทศไทยมีฐานของการพัฒนาประเทศจากเกษตรกรรมเป็นหลัก และอาศัยศักยภาพทางภูมิศาสตร์ ภูมิประเทศและฐานทางทรัพยากรมาสร้างมูลค่าและคุณค่าเพื่อการพัฒนาและขับเคลื่อนประเทศ และสร้างความสามารถในการพัฒนาประเทศเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนและเป็นประเทศที่มีรายได้สูงตามแนวทางการพัฒนาประเทศของยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เช่นเดียวกับการกำหนดทิศทางในการพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาในทุกมิติทั้งทางด้านการบริหารราชการ สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจซึ่งทั้งจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปีได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภายใต้การสร้างสรรค์นวัตกรรม (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018, online) รวมทั้งความสามารถในการประกอบการของผู้ประกอบการทุกขนาด

ในขณะเดียวกันการเปลี่ยนแปลงสภาพทางสังคมในปัจจุบันเกิดขึ้นจากการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ สามารถเคลื่อนย้ายและส่งถึงกันได้อย่างรวดเร็วเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนอย่างแพร่หลาย รวมทั้งมีการเคลื่อนย้ายการลงทุนและการประกอบการไปยังประเทศต่าง ๆ ส่งผลทำให้เกิดการประกอบการทางธุรกิจ การจ้างงาน และการสร้างรายได้ของประชากรที่อยู่อาศัยในแต่ละประเทศอย่างต่อเนื่อง (Ahmad, Ahmad, & Bakar, 2018, p. 7; Fuller, Liu, Bajaba, Marler, & Pratt, 2018, p. 20) โดยการประกอบการทางธุรกิจไม่ว่าจะเป็นในลักษณะ รูปแบบหรือขนาดใดก็ตาม มักให้ความสำคัญกับทรัพยากรที่ใช้ในการประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพิจารณาทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินการทั้งในระดับท้องถิ่นและระหว่างประเทศซึ่งได้มีการศึกษาถึงประเด็นการให้ความสำคัญของทรัพยากรในการดำเนินการประกอบการเพื่อสร้างโอกาสในการประสบความสำเร็จจากการเข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินงาน

ทั้งนี้การส่งเสริมให้ประชาชนได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนและนำมาสร้างมูลค่าหรือใช้เป็นฐานในการประกอบการนั้น ประเทศไทยมีการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการของประชาชนในหลากหลายมิติและรูปแบบโดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างโอกาสและความสามารถของผู้ประกอบการที่สามารถแข่งขันได้ทั้งตลาดภายในและระหว่างประเทศ (Office of the National Economic and Social Development Council, 2018, online) ซึ่งกลไกหนึ่งในการส่งเสริมและสนับสนุนนั้นคือการให้ประชาชนในชุมชนรวมตัวเพื่อจัดตั้งกลุ่มและนำทรัพยากรในชุมชนมาสร้างสรรค์เป็นผลผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายในตลาดลักษณะต่าง ๆ ตามศักยภาพการดำเนินการของคนในชุมชน ทั้งนี้การประกอบการของคนในชุมชนเพื่อประกอบการทางธุรกิจและมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วโดยมีจำนวนของการจดทะเบียนเพื่อการประกอบการและจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องคือการประกอบการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน (Community Enterprises Promotion Division, 2018, online)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นรูปแบบของการประกอบธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่จำเป็นต้องสร้างศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันทางการตลาดเช่นเดียวกับการประกอบการทางธุรกิจรูปแบบอื่น ๆ โดยการดำเนินงานด้วยเครือข่ายเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการทุกระดับสามารถเข้าถึงทรัพยากรขององค์กรอื่น ๆ ได้ เช่น อุปกรณ์/เครื่องมือเครื่องใช้เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ตลอดจนเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่าง ๆ กระบวนการในการดำเนินงานและการบริหารจัดการองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถเรียนรู้หรือนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดการพัฒนาธุรกิจ (Eisenhardt, & Schoonhoven, 1996, p. 138) และที่สำคัญคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาและสร้างโอกาสทั้งในการเข้าถึงทรัพยากรและดำเนินการให้การประกอบการไปสู่ความสำเร็จ (Abdullah, Musa, & Azis, 2017, pp. 411-412) ดังนั้นการดำเนินกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมให้เกิดขึ้นเพื่อนำนวัตกรรมต่าง ๆ เหล่านั้นไปปรับใช้เพื่อการดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความสามารถในการประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการดำเนินงานที่สามารถสร้างความสำเร็จทางการตลาด (Afriyie, Du, & Musah, 2019, p. 24)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนภายใต้ความเชื่อมโยงของเครือข่ายธุรกิจภายในประเทศไทยยังมีการศึกษาที่ไม่แพร่หลาย ในขณะที่การส่งเสริมการให้ชุมชนท้องถิ่นได้สามารถนำทรัพยากรในชุมชนทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรความรู้มาใช้ในการประกอบการวิสาหกิจชุมชนและมีจำนวนกลุ่มผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น มีโครงการหรือกิจกรรมจากหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการประกอบการของวิสาหกิจชุมชนมีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมให้มีการนำผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งทำให้มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารมีจำนวนสูงที่สุดเป็นอันดับที่ 3 จาก 15 ประเภท

โดยตรงจากการผลิตพืช และการผลิตปศุสัตว์ (Community Enterprises Promotion Division, 2018, online) ดังนั้นจะเห็นได้ว่าด้วยแนวทางในการพัฒนาประเทศภายใต้การใช้อำนาจทางทรัพยากร การสร้างนวัตกรรมที่สามารถสร้างมูลค่าและคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งแนวทางในการใช้เครือข่ายธุรกิจที่ช่วยทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างศักยภาพในการประกอบการเพื่อสร้างความสามารถในการดำเนินการและความสามารถในการแข่งขัน อันนำไปสู่ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ วัฒนธรรมองค์กร และนวัตกรรม ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูป และผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

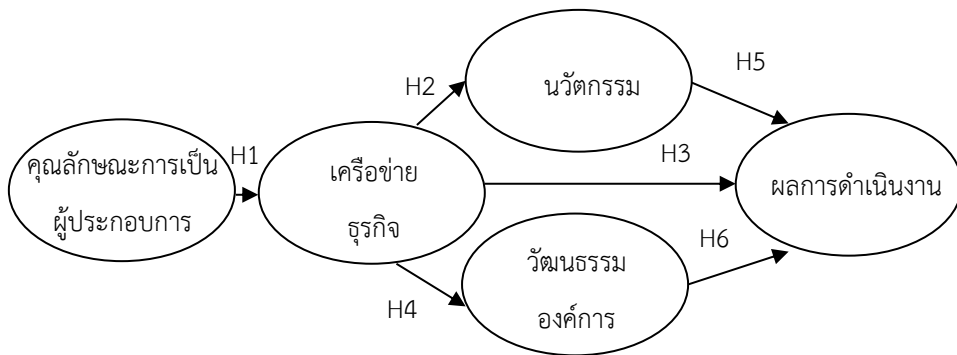
1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์กรและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

ประโยชน์การวิจัย

1. เกิดองค์ความรู้ทางด้านขององค์ประกอบของปัจจัยในการใช้เครือข่ายที่เชื่อมโยงไปยังผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนาระบบการและวิธีการ ดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง
2. นักวิชาการ นักวิจัยหรือผู้เกี่ยวข้องทางด้านบริหารธุรกิจ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถ พัฒนาและต่อยอด องค์ความรู้อันนำไปสู่การพัฒนาแนวคิด หรือสร้างสรรค์ ผลงานวิจัยเพื่อหนุนเสริมผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย
3. เจ้าของกิจการ ผู้ถือหุ้นหรือสมาชิกวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยสามารถนำรูปแบบการวิจัยไปใช้เพื่อการพัฒนาองค์การของตนเอง รวมทั้งผู้เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนพัฒนา องค์ความรู้และการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อ สร้างการเรียนรู้สู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของไทยต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยแนวคิดทางด้านความเป็นผู้ประกอบการ (Kuratko, 2005, pp. 580-587; Krueger & Brezeal, 1994, p. 93; Schumpeter, 1934, pp. 45-46; Mescon & Montanari, 1981, pp. 151-152) เครือข่ายธุรกิจ (Anderson et al., 2014, p. 7; Teece, 1992, pp. 4-6; Gulati, 1999, pp. 398-402; Dogan, 2015, p. 1292; Talebi, Rezazadeh, & Najmabadi, 2015, p. 295; Chancharor, Aittiphumpat, & Chanbanjong, 2016, p. 52) แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม (Schumpeter, 1934, p. 42; Kuczmarski, 1996, pp. 8-10; Mazloomi, Jolly, & Morel, 2017, pp. 26-27) และแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กร (Schein, 1992, p. 12; Barney, 1986, pp. 656-665; Moryade, 2015, pp. 186-187; Phuvijat, Yupart, & Kanaphom, 2016, pp. 74-75) โดยผู้วิจัยสามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ทั้งนี้สามารถกำหนดสมมติฐานการวิจัยดังนี้

H1 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ

H2 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม

H3 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

H4 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ

H5 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

H6 : วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินการดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนการจดทะเบียนประกอบการในปี 2560 จำนวน 11,353 แห่ง (Community Enterprises Promotion Division, 2018, online) โดยใช้ตัวอย่างโดยพิจารณาสัดส่วนระหว่างจำนวนตัวแปรมาตรฐานกับจำนวนตัวแปรแฝงเพื่อให้ได้ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมต่อการนำไปใช้ในการศึกษา (Piriyakul, 2018, online, pp. 13-14) รวมทั้งกำหนดขนาดตัวอย่างตามแนวคิด Krejcie and Morgan (1970, pp. 607-610) ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอนในการสุ่มซึ่งประกอบด้วย 1) การสุ่มแบบชั้นภูมิในขั้นแรก คือ การแบ่งสัดส่วนของตัวอย่างจากจำนวนประชากรจำแนกตามพื้นที่ความรับผิดชอบของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรทั้ง 9 สำนักงาน และ 2) การสุ่มแบบง่ายโดยการจับสลากวิสาหกิจชุมชนในแต่ละเขตพื้นที่ให้ครบตามจำนวนตัวอย่าง โดยการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อนำมาวิเคราะห์จำนวน 250 ตัวอย่าง

เครื่องมือและการตรวจสอบคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามประกอบด้วยตัวแปรคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงาน ซึ่งมาตรวัดของแต่ละตัวแปรได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยใช้การวัดแบบอัตราภาค 7 ระดับ (Likert, 1967, pp. 91-91; Best, 1977, p. 103) เพื่อแสดงถึงระดับความคิดเห็นโดยมีระดับความคิดเห็นและการแปลความหมายดังนี้

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นและการแปลความหมาย

ระดับความคิดเห็น	ค่าเฉลี่ย	การแปลความหมาย
7	6.17 – 7.00	สำคัญมากที่สุด
6	5.31 – 6.16	สำคัญด้วยมาก
5	4.45 – 5.30	สำคัญค่อนข้างมาก
4	3.59 – 4.44	สำคัญปานกลาง
3	2.73 – 3.58	สำคัญน้อย
2	1.87 – 2.72	สำคัญค่อนข้างน้อย
1	1.00 – 1.86	สำคัญน้อยที่สุด

ทั้งนี้การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผลการทดสอบความเที่ยงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) และการตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) สามารถนำเสนอผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตัวแปร	ความเที่ยงเชิงเนื้อหา (IOC) $0.5 \leq$	ความเชื่อมั่น (α) $0.7 \leq$
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	0.90	0.949
เครือข่ายธุรกิจ	0.93	0.966
นวัตกรรม	0.83	0.957
วัฒนธรรมองค์กร	0.98	0.969
ผลการดำเนินงาน	0.92	0.968
ภาพรวมของคุณภาพเครื่องมือ	0.91	0.957

การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลใช้วิธีการส่งจดหมายถึงประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือคณะกรรมการบริหารกลุ่มผู้นำกลุ่ม เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูล และดำเนินการในการติดตามแบบสอบถามโดยใช้การติดต่อผ่านโทรศัพท์มือถือ ซึ่งอยู่ในฐานข้อมูลการจดทะเบียนในการติดตามการส่งเอกสาร การทวงถามและการส่งกลับข้อมูล และจัดส่งไปยังกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงที่อยู่หลังจากที่จดทะเบียนไว้แล้ว ซึ่งได้ข้อมูลตอบกลับมาและผ่านการคัดกรองความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์จำนวน 250 ตัวอย่าง คิดเป็นสัดส่วนการตอบกลับ (response rate) ร้อยละ 69.44

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดให้มีการวิเคราะห์ทั้งการใช้ สถิติพรรณนา (Descriptive statistic) และการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (Structure equation model : SEM) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ ซึ่งการวิเคราะห์สมการโครงสร้างใช้เกณฑ์การทดสอบดัชนีความเหมาะสม (Fit indices) ใช้เกณฑ์ดังนี้ (Tirakanan, 2010, p. 249) χ^2 (p 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 $0.97 \leq CFI \leq 1.00$; GFI คือ $0.95 \leq GFI \leq 1.00$; RMR คือ $0 \leq RMR \leq 0.05$ และ NFI คือ $0.95 \leq NFI \leq 1.00$

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ความสำคัญของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์กรและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

ตารางที่ 3 ระดับความสำคัญของคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์กรและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ	5.95	0.926	ระดับมาก
เครือข่ายธุรกิจ	5.46	1.134	ระดับมาก
นวัตกรรม	5.62	1.124	ระดับมาก
วัฒนธรรมองค์กร	5.90	1.039	ระดับมาก
ผลการดำเนินงาน	5.66	1.135	ระดับมาก

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทยให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับมาก เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแล้วพบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการสูงสุด ($\bar{X}=5.95$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร ($\bar{X}=5.90$) ปัจจัยด้านผลการดำเนินงาน ($\bar{X}=5.66$) ปัจจัยด้านนวัตกรรม ($\bar{X}=5.62$) และปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจ ($\bar{X}=5.46$)

ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน สามารถแสดง ได้ดังตารางต่อไปนี้

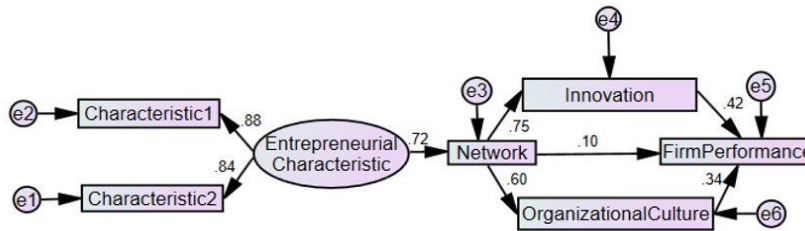
ตารางที่ 4 ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด

ตัวแปรแฝง	AVE	CR
คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ		
- คุณลักษณะเฉพาะบุคคล	0.501	0.774
- คุณลักษณะของกลุ่ม	0.522	0.701
เครือข่ายธุรกิจ	0.517	0.861
นวัตกรรม	0.590	0.935
วัฒนธรรมองค์กร	0.535	0.908
ผลการดำเนินงาน	0.610	0.908

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการซึ่งสามารถพิจารณาออกได้ 2 กลุ่ม ประกอบด้วย คุณลักษณะเฉพาะบุคคล และคุณลักษณะของกลุ่ม โดยค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.501-0.522 ค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบ อยู่ระหว่าง 0.701-0.774 ปัจจัยด้านเครือข่าย พบว่าค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.517 ค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบยังพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.861 ปัจจัยด้านนวัตกรรม

พบว่า ค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.590 ค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบยังพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.935 ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กา พบว่าค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.535 ค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบยังพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.869 และปัจจัยด้านผลการดำเนินงาน พบว่าค่า AVE ของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเท่ากับ 0.610 ค่า CR ของแต่ละองค์ประกอบยังพบว่า มีค่าเท่ากับ 0.908 ซึ่งทุกปัจจัยมีค่าเป็นค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.5 จึงเป็นค่าที่เหมาะสม ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้มีค่าความน่าเชื่อถือได้เหมาะสมและมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างและการทดสอบสมมติฐานการวิจัย แสดงผลการวิจัยดังต่อไปนี้



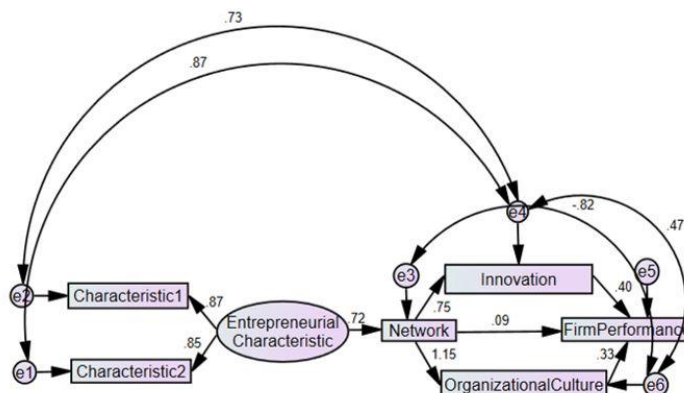
ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างก่อนปรับโมเดล

ตารางที่ 5 แสดงค่า Fit Indices โมเดลสมการโครงสร้างก่อนปรับโมเดล

model	X ²	X ² /df	df	p-Value	GFI	CFI	RMSEA	NFI	แปลผล
ก่อนปรับ	264.214	37.745	7	0.000	0.736	0.770	0.384	0.767	ไม่ผ่านเกณฑ์

n=250

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 5 แสดงให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าความสอดคล้อง (Model fit) ที่เกินกว่าค่าที่ยอมรับได้ในทุก ๆ สถิติจึงนำไปสู่การพิจารณาและปรับโมเดล ดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 3 โมเดลสมการโครงสร้างหลังปรับโมเดล

ตารางที่ 6 แสดงค่า Fit Indices โมเดลสมการโครงสร้างหลังปรับโมเดล

model	X ²	X ² /df	df	p-Value	GFI	CFI	RMSEA	NFI	แปลผล
หลังปรับ	7.203	2.401	3	0.066	0.991	0.996	0.075	0.994	ผ่านเกณฑ์

n=250

จากภาพที่ 2 และภาพที่ 3 รวมทั้งตารางที่ 5 และตารางที่ 6 แสดงโมเดลสมการโครงสร้างก่อนการปรับ พบว่า ภาพรวมของค่า $\chi^2/df=37.745$ ค่าสถิติทดสอบ $p\text{-Value}=0.000$ ค่า $GFI=0.736$ ค่า $CFI=0.770$ ค่า $RMSEA=0.384$ และค่า $NFI=0.767$ เมื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องได้ของโครงสร้าง ไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับตัวแบบทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้ และเมื่อปรับโมเดลแล้วดังภาพที่ 3 และตารางที่ 5 พบว่า ภาพรวมของค่า $\chi^2/df=2.401$ ค่า $p\text{-Value}=0.066$ ค่า $GFI=0.991$ ค่า $CFI=0.996$ ค่า $RMSEA=0.075$ และค่า $NFI=0.994$ เมื่อนำค่าสถิติที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องกลมกลืนกับตัวแบบทางทฤษฎีที่กำหนดไว้ในระดับที่ยอมรับได้

ตารางที่ 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	Coef	t-stat	สรุปผล
H1 : คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ	0.720	12.280**	สนับสนุน
H2 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม	0.748	17.869**	สนับสนุน
H3 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน	0.095	1.512	ปฏิเสธ
H4 : เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ	1.151	12.482**	สนับสนุน
H5 : นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน	0.339	5.242**	สนับสนุน
H6 : วัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน	0.330	5.200**	สนับสนุน

หมายเหตุ : t-stat ≥ 1.96 แสดงว่าสมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่สุดที่ระดับ 0.05**

จากตารางที่ 7 พบว่า คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ (H1 : Coef=0.720, t-stat=12.280) เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม (H2 : Coef=0.748, t-stat=17.869) สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สำหรับเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (H3 : Coef=0.095, t-stat=1.512) ปฏิเสธสมมติฐาน และเครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์การ (H4 : Coef=1.151, t-stat=12.482) นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (H5 : Coef=0.339, t-stat=5.242) และวัฒนธรรมองค์การมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (H6 : Coef=0.330, t-stat=5.200) สนับสนุนตามสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอการอภิปรายผลดังต่อไปนี้

1. การศึกษาคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม วัฒนธรรมองค์การ และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทยให้ความสำคัญกับทุกปัจจัยในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด รองลงมาคือด้านวัฒนธรรมองค์การ ด้านผลการดำเนินงาน ด้านนวัตกรรม

และด้านเครือข่ายธุรกิจตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสวลี วงศ์ไชยา และพิชญาดา พื้นผา (Wongchaiya & Pheunpha, 2018, p. 144) ที่ศึกษาความสำเร็จของการประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เกิดจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการในระดับที่มาก รวมทั้ง วิไล พึ่งผล และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ (Phungphol & Jadesadalug, 2018, p. 313) ที่นำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการยุคใหม่มีความสำคัญในระดับมากที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจสตาร์ทอัพ ในขณะที่ ยุทธชัย ฮาริบิน, สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และสุนันทา เสี่ยงไทย (Hareebin, Aujirapongpan, & Sununta, 2016, pp. 82-83) ได้นำเสนอถึงความสำคัญของเครือข่ายที่สามารถสร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรขององค์กรได้

2. การศึกษาค้นคว้าคุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ เครือข่ายธุรกิจ นวัตกรรม และวัฒนธรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ยอมรับสมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อเครือข่ายธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับ Machiori and Fatoki (2013, pp. 117-118) ที่ชี้ให้เห็นถึงการสร้างเครือข่ายธุรกิจของผู้ประกอบการขึ้นอยู่กับคุณลักษณะเฉพาะตัวของผู้ประกอบการแต่ละคนด้วย รวมทั้งการสร้างความสำเร็จในการดำเนินการลักษณะเครือข่ายได้นั้นส่วนหนึ่งมาจากตัวผู้ประกอบการซึ่งเป็นองค์ประกอบร่วมกันกับปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับ Martinez and Aldrich (2014, pp. 85-86) ที่ชี้ให้เห็นว่าความสามารถในการเข้าถึงทรัพยากรขององค์กรภายใต้แนวทางการสร้างความร่วมมือในลักษณะเครือข่าย การสร้างนวัตกรรมหรือแม้กระทั่งโอกาสทางการตลาดนั้นผู้ประกอบการที่เล็งเห็นโอกาสดังกล่าวมักจะสร้างเครือข่ายหรือดำเนินการในการสร้างเครือข่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ที่ต้องการ และยอมรับสมมติฐานที่ 2 เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรม และสมมติฐานที่ 4 เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมองค์กร เนื่องจากการที่วิสาหกิจชุมชนสามารถสร้างเครือข่ายไปยังองค์กรหน่วยงานทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนจนสามารถเข้าถึงทรัพยากรที่ต้องการจากเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับ Mu, Thomas, Peng, and Benedetto (2017, p. 187) ที่ชี้ให้เห็นว่า การเป็นเครือข่ายร่วมกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการวิจัยและพัฒนาขององค์กรธุรกิจนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมต่าง ๆ รวมทั้ง Petterse, Aarstad, Hoving, and Tobiasen (2016, pp. 6-8) กล่าวว่า การสร้างเครือข่ายนั้นเป็นส่วนหนึ่งที่เกิดการพัฒนากระบวนการภายในองค์กร ซึ่งการพัฒนากระบวนการต่าง ๆ มากจากการองค์ความรู้ที่เกิดการแลกเปลี่ยนจนนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างโอกาสในให้เกิดขึ้นกับการประกอบการ เช่นเดียวกับ บุญช่วย ศิริเกษ (Sirikase, 2017, p. 77) ได้ชี้ให้เห็นถึงการทำงานร่วมกับเครือข่ายที่มีกิจกรรมของการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่องค์กรเครือข่ายถ่ายทอดความรู้ให้แก่กันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำไปสู่การเป็นวัฒนธรรมองค์กรในการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ซึ่งเกิดขึ้นได้เช่นเดียวกับการประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ทั้งนี้ในส่วนของสมมติฐานที่ 3 เครือข่ายธุรกิจมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมนั้น พบว่า ปฏิเสธสมมติฐานการวิจัยซึ่งจะเห็นว่าเครือข่ายธุรกิจนั้นไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร อันอาจเกิดจากการใช้ประโยชน์ของเครือข่ายที่ส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานยังไม่มีชัดเจนเท่าที่ควร

สำหรับสมมติฐานที่ 5 นวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีการผลิตสินค้าประเภทอาหารออกจำหน่ายมักจะมีฐานการผลิตและแปรรูปที่เกิดจากทักษะและภูมิปัญญาท้องถิ่นของสมาชิก ผสมกับการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นในการเป็นปัจจัยในการผลิต ซึ่งหากวิสาหกิจชุมชนไม่มีปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องจะทำให้ไม่สามารถแข่งขันซึ่งสอดคล้องกับ Roach, Ryman, and

Makani (2016, pp. 224-225) ได้นำเสนอว่า ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กรนั้นจะเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรที่ดีขึ้น ซึ่งนวัตกรรมนี้เองเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างโอกาสของผู้ประกอบการ รวมทั้ง Conesa, Acosta, and Manzano (2017, p. 2380) กล่าวว่า การที่องค์กรจะดำเนินการให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้นาน้อยแค่ไหนนั้นส่วนหนึ่งต้องพิจารณาว่าองค์กรได้มีการสร้างนวัตกรรมอย่างไร และสมมติฐานที่ 6 วัฒนธรรมองค์กรมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน พบว่า ยอมรับสมมติฐาน เนื่องจากการประกอบกิจการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีลักษณะของการประกอบกิจการที่มีคุณลักษณะพิเศษคือสมาชิกกลุ่มร่วมเป็นเจ้าของและร่วมการดำเนินการทั้งด้านการผลิต การตลาด หรือกิจกรรมอื่น ๆ ดังนั้นวัฒนธรรมในการทำงานร่วมกัน การสร้างการมีส่วนร่วมมองเห็นเป้าหมายร่วมกันแล้วจะนำไปสู่การดำเนินการ ที่บรรลุตามเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน โดยสอดคล้องกับจิราภรณ์ หมอยาดี (Moryade, 2015, pp. 186-187) ได้ชี้ให้เห็นถึงผลการดำเนินงานที่เกิดจากวัฒนธรรมองค์กรว่า วัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ เช่นเดียวกับสมภาพ ภูวิจักร, ยุภาพร ยุภาศ และสัญญา เคนาภูมิ (Phuvijat, Yupart, & Kanaphom, 2016, pp. 74-75) กล่าวว่า ภายใต้การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบันนี้ หากองค์กรไม่มีการปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลเสียต่อการดำเนินงานขององค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยอมรับและปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างการรับรู้ให้แก่บุคลากรเพื่อให้เกิดค่านิยมร่วมสำหรับการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการดำเนินการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านของระยะเวลา และขอบเขตของการศึกษา ซึ่งศึกษาเฉพาะวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารเพียงประเภทเดียว รวมทั้งจากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านเครือข่ายธุรกิจไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานโดยตรงแต่ส่งผ่านปัจจัยด้านนวัตกรรมและวัฒนธรรมองค์กร ดังนั้นในการศึกษาค้นคว้าครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาวิสาหกิจชุมชนที่ไม่จำกัดเพียงประเภทเดียว รวมทั้งอาจศึกษากับหน่วยงานองค์กรที่เป็นเครือข่ายกับกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนร่วมด้วย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นความสำคัญของการประกอบการวิสาหกิจชุมชน ประเภทแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในประเทศไทย โดยหน่วยงานซึ่งกำกับเชิงนโยบาย รวมทั้งหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมสนับสนุน สามารถกำหนดแนวทางในการพัฒนาโดยใช้เครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนได้

เอกสารอ้างอิง

- Abdullah, S., Musa, C., & Azis, M. (2017). The effect of organization culture on entrepreneurship characteristics and competitive advantage of small and medium catering enterprises in Makassar. *International Review of Management and Marketing*, 7(2), 409-414.
- Afriyie, S., Du, J., & Musah, L. A. A. (2019). Innovation and marketing performance of SME in an emerging economy: the moderating effect of transformational leadership. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(40), 1-25.

- Ahmad, Z. S., Ahmad, N., & Bakar, A. R. A. (2018). Reflection of entrepreneur of small and medium-size enterprises concerning the adoption of social media and its impact on performance outcome: evidence from the UAE. *Telematics and Informatics*, 35, 6-17.
- Anderson, S. W., Christ, M. H., Dekker, H. C., & Sedatole, K. L. (2014). The use of management control to mitigate risk in strategic alliance ; field and survey evidence. *Journal of Management Accounting Research*, 26(1), 1-32.
- Barney, J. (1986). Strategic factor markets: Expectations, Luck and Business strategic. *Management Science*, 32(10), 1231-1241.
- _____. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Best, W. J. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey : Prentice-Hall.
- Chancharor, A., Aittiphumpat, A., & Chanbanjong, C. (2016). Strategies to create competitive advantage in the long-stay lodging business for elderly Japanese in Chiang Mai. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 11(38), 45-55. (in Thai)
- Community Enterprises Promotion Division. (2018). *Community enterprise information system*. Retrieved December 4, 2018, from https://smce.doae.go.th/ProductCategory/smce_report.php. (In Thai)
- Conesa, M. I., Acosta, S. P., & Manzano, P. M. (2017). Corporate social responsibility and its effect on innovation and firm performance: An empirical research in SMEs. *Journal of Cleaner Production*, 142, 2374-2383.
- Dogan, N. (2015). The intersection of entrepreneurship and strategic management: Strategic entrepreneurship. *Social and Behavioral Sciences*, 195, 1288-1294.
- Eisenhardt, M. K., & Schoonhoven, B. C. (1996). Resource-based view of strategic alliance formation : Strategic and Social effect in entrepreneurial firms. *Organization Science*, 7(2), 136-150.
- Fuller, B., Liu, Y., Bajaba, S., Marler, E. L., & Pratt, J. (2018). Examining how the personality, self-efficacy, and anticipatory cognition of potential entrepreneur shape their entrepreneurial intention. *Personality and Individual Difference*, 125, 120-125.
- Gulati R. (1999). Network location and learning: The influence of network resources and firm capabilities on alliances formation. *Strategic Management Journal*, 20(5), 397-420.
- Hareebin, Y., Aujirapongpan, S., & Sununta, S. (2016). The Network-Based Capability and Innovative Capabilities of Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs). *Executive Journal*, 36(2), 79-88. (In Thai)
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.

- Krueger, F. N., & Brazeal, V. D. (1994). Entrepreneurial potential and potential entrepreneurs. *Entrepreneurship and Practice, Spring*, 91-104.
- Kuczmarski, T. (1996). Fostering an innovation mindset. *Journal of Consumer Marketing*, 13(6), 7-13.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education : Development, trends and challenges. *Entrepreneurship theory and practice*, 29(5), 577-598.
- Likert, R. (1967). The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement* (p. 90-95). New York : Wiley & SonLin, H., & Son.
- Machirori, T., & Fatoki, O. (2013). The Impact of Firm and Entrepreneur’s Characteristics on Networking by SMEs in South Africa. *Journal of Economic*, 4(2), 113-120.
- Mahoney, T. J., & Pandian, R. J. (1992). The resource-based view within the conversation of Strategic management. *Strategic Management Journal*, 13(5), 363-380.
- Martinez, M., & Aldrich, H. (2014). Sociological theories applied to family businesses. *The SAGE Sage handbook of family Businesses*, 83-99.
- Mazloomi, H., Jolly, D., & Morel, L. (2017). The effect of learning approaches on the utilization of external knowledge in strategic alliances. *Industrial Marketing Management*, 63, 1-47.
- Mescon, T., & Montanari, J. (1981). The personalities of independent and franchise entrepreneurs: An empirical analysis of concepts. *Journal of Enterprise Management*, 3(2), 149-159.
- Moryade, J. (2015). The relationship between the organization culture and the enterprises resource planning (ERP) of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon (RMUTP). *RMUTP Research Journal*, 9(2), 174-188. (In Thai)
- Mu, J., Thomas, E. F., Peng, G., & Benedetto, A. D. (2017). Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability. *Industrial Marketing Management*, 64, 187-201.
- Office of the National Economic and Social Development Council. (2018). *Summary of National Economic and Social Development Plan No.12 2017-2021*. Retrieved December 20, 2018, from http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420 (In Thai)
- Penrose, E. T. (1959). *The Theory of the Growth of the Firm*. New York : John Wiley.
- Petterse, I. B., Aarstad, J., Hoving, O. S., & Tobiassen, A. E. (2016). Business incubation and the network resources of start-ups. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(7), 1-17.
- Phungphol, W., & Jadesadalug, V. (2018). New Entrepreneurial Characteristics Affecting Business Performance Through the Competitive Advantage of the Start-up Business. *Dusit Thani College Journal*, 12(2), 303-318. (In Thai)
- Phuvijat S., Yupart Y, & Kanaphom, S. (2016). The Effective Organizational Culture Model. *Journal of Nakhonratchasima College*, 9(1), 73-77. (In Thai)

- Piriyakul, M. (2018). *Sample size determination for Structural Equation Modeling (SEM)*. Retrieved December 4, 2016, from <http://www.research.ru.ac.th/ArticleMr/indexView/54> (In Thai)
- Roach, C. D., Ryman, A. J., & Makani, J. (2016). Effectuation, innovation and performance in SMEs: an empirical study. *European Journal of Innovation Management*, 19(2), 214-238.
- Schein, E. H. (1992). *Organizational culture and leadership* (2nd ed). San Francisco : Jossey-Bass.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge : Harvard University Press.
- Sirikase, B. (2017). A Study of Constructive Organizational Culture and Learning Organization in Mahamakut Buddhist University, Srilanchang Campus. *Journal of the Association of Researchers*, 22(2), 65-80. (In Thai)
- Talebi, K., Rezazadeh, A., & Najmabadi, D. A. (2015). SME alliance performance: the impacts of alliance entrepreneurship, entrepreneurial orientation, and intellectual capital. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 24(2), 187-207.
- Teece, D. J. (1992). Competition, co-operation, and innovation. *Journal of Economic Behavior and Organisation*, 18, 1-25.
- Teece, J. D., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic Capabilities and Strategic Management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Wongchaiya, S., & Pheunpha, P. (2018). The Influences of Business Strategies and Entrepreneur Characteristics on the Business Success of Small and Medium Enterprises. *Journal of the Association of Researchers*, 23(2), 139-152. (In Thai)

ผู้เขียนบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช

นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
เลขที่ 119 หมู่ 9 ตำบลชมพู อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 52100
E-mail: Aj.koorpai@gmail.com

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

อาจารย์ที่ปรึกษาหลักวิทยานิพนธ์
สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยกันธิ์ โชติวนิช

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์
คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี