

อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
ของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย

ธีรินทร์ สุรางค์ศรีรัฐ¹ ณัฏชา กริมใจ²

ชนิดาภา ดีสุขอนันต์³ ชลกกน โฆษิตคณิน⁴

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย จำนวน 846 ราย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.816 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Amos โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (Structure Equation Model--SEM)

ผลการวิจัย พบว่า (1) ดัชนีทุกตัวผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ประกอบด้วย ดัชนี p -value = 0.295, CFI = 0.995, GFI = 0.976, AGFI = 0.958, RMSEA = 0.019, RMR = 0.022 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้ครั้งนี้สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และ (2) จากผลการวิเคราะห์เส้นทางพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย ประกอบด้วย ปัจจัยบทบาทของภาครัฐเป็นปัจจัยที่อิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร และปัจจัยการจัดการการเปลี่ยนแปลงโดยมีขนาดอิทธิพลรวม 0.526, 0.418 และ 0.265 ตามลำดับ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน; ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์; บทบาทของภาครัฐ; การจัดการการเปลี่ยนแปลง

ประเภทบทความ: บทความวิจัย

การอ้างอิง:

ธีรินทร์ สุรางค์ศรีรัฐ, ณัฏชา กริมใจ, ชนิตาภา ดีสุขอนันต์ และชลกนก ไชยัคณิน.(2564). อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย. *วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 11(2), 321-337.

¹ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

16/10 ถนนเลียบคลองทวีวัฒนา แขวงทวีวัฒนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร 10170, ประเทศไทย

อีเมล: jui teerin@hotmail.com

^{2,3,4} คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Influence of Causal Factors on Competitive Advantage for One Tambon One Product (OTOP) Manufacturer in Thailand

Teerin Surangsirat¹ Natcha Krimjai²
Chanidapa Deesukanan³ Chonkanok Kositkanin⁴

Abstract

This research aimed to (1) to examine the consistency of the causal model with the empirical data and (2) to study influences of casual factors on competitive advantage for One Tambon One Product (OTOP) manufacturers in Thailand by collecting the data from 846 OTOP manufacturers. Data was collected by questionnaire with reliability of 0.816. The data were analyzed using technical analysis by Amos data processing program software, using Structural Equation Model (SEM). The results of the research showed that (1) all indices passed standards consisting of $p\text{-value}=0.295$, $CFI=0.995$, $GFI=0.976$, $AGFI=0.958$, $RMSEA=0.019$, $RMR=0.022$. It can be concluded that the results of this analysis are consistent with the empirical data. (2) from the path analysis, it was found that factors influencing the competitive advantage of One Tambon One Product (OTOP) product manufacturers in Thailand, consisting of factor of government role, which is the most direct influence to the competitive advantage, followed by the factor of being an entrepreneur of the organization and change management factor with total influence size of 0.526, 0.418 and 0.265 respectively with a statistical significance level of 0.01.

Keywords: Influence of Causal Factors; Competitive Advantage; One Tambon one Product (OTOP) Manufacturer; Government of Role; Change Management

Type of Article: Research Article

Cite this article as:

Surangsirat, T., Krimjai, N., Deesukanan, C., & Kositkanin, C. (2020). Influence of Causal Factors on Competitive Advantage for One Tambon One Product (OTOP) Manufacturer in Thailand. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 11(2), 321-337.

¹ Doctor of Business Administration Program, Bangkok Thonburi University
16/10 Khlong Thawi Watthana Road, Thawi Watthana, Bangkok 10170, Thailand
Email: jui_teerin@hotmail.com

^{2,3,4} Faculty of Business Administration, Bangkok Thonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งมีเป้าหมายของการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวโดยให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน และแรงงานมีฝีมือภายในอาเซียนอย่างเสรี รวมถึงการเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากขึ้น ในปีพุทธศักราช 2558 เป็นความท้าทายที่ผลักดันให้ผู้ประกอบการไทย ทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดย่อม และยังรวมไปถึงผู้ประกอบการระดับชุมชนด้วย ในการที่จะต้องเรียนรู้และปรับตัวรองรับความเปลี่ยนแปลงอันเกิดจากเปิดเสรีภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community –AEC) ที่จะมีผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจจะเป็นภัยคุกคามต่อธุรกิจ หรือแสวงหาโอกาสทางธุรกิจที่ทำให้อำนาจสำเร็จ

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กล่าวถึงประเด็นการพัฒนาที่สำคัญเป็นกรอบในการจัดทำยุทธศาสตร์ต่อเนื่องจากที่ผ่านมา โดยมีสาระสำคัญประการหนึ่งในการมุ่งเน้นสร้างความตระหนักของการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยต่อการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในด้านผลกระทบที่เกิดขึ้นจากความสามารถทางการแข่งขัน ที่เป็นตัวบ่งชี้ว่าประเทศไทยต้องเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในระดับโลกและภายในประเทศที่ยังไม่สามารถผลักดันให้ยกเลิกการแข่งขันด้านเศรษฐกิจให้ทันต่อสังคมโลกกับการเปิดประตูการไร้พรมแดนที่เป็นอยู่เทคโนโลยีกระทบกับความเป็นอยู่ทางสังคม ขณะที่ประเทศไทยมีปัญหาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีการวิจัย นวัตกรรมให้ขับเคลื่อนความสามารถทางการแข่งขันท่ามกลางข้อจำกัดมากมาย ที่ส่วนใหญ่เกิดจากองค์ความรู้ ทักษะสังคม การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรปัญหาอุปสรรคการพัฒนาประเทศจำเป็นต้องสร้างความรู้ความเข้าใจ ต่อการพัฒนาให้มีความมั่นคงมั่นคง ยั่งยืน

ซึ่งจากความผันผวนที่รวดเร็วสร้างผลกระทบชัดเจนต่อประเทศไทยในเชิงลบมากมาย ประเด็นความสำคัญข้างต้นสืบเนื่องถึงร่างกรอบยุทธศาสตร์แห่งชาติ ระยะ 20 ปี และนโยบายความมั่นคงแห่งชาติ (พ.ศ. 2558-2564) ที่ได้กำหนดการวางแผนยุทธศาสตร์ทางเศรษฐกิจเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยปรับตัวในการสร้างความสามารถทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ปรากฏอย่างชัดเจนของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ชาติและนโยบายเรื่องสำคัญเร่งด่วนของรัฐบาลทั้งนี้ความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศต่างๆพบว่าประเทศไทยอยู่ในระดับที่ต่ำทำให้ภาครัฐต้องเร่งกำหนดกรอบนโยบายและแนวทางในการพัฒนาประเทศ (Pongprasertchai, 2007)

ด้วยเหตุนี้เพื่อค้นหาสาเหตุอันส่งผลต่อความสามารถทางการแข่งขันที่จะนำไปสู่การสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ OTOP ที่ผลักดันเศรษฐกิจภายในประเทศให้เพิ่มขึ้นไปพร้อมกับศักยภาพของระดับความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ประเทศไทย จากข้อค้นพบที่ว่าการนำทรัพยากรในทุนทางปัญญาทั้งหมดมาใช้ผลักดันเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน มาสร้างสรรค์ร่วมกับความสามารถทางนวัตกรรมให้เกิดขึ้นในการพัฒนาปรับปรุงปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ กระบวนการทำงาน และแสวงหาวิธีการบริหารจัดการ การเปลี่ยนแปลง (Kianto, Andreeva, & Pavlov, 2013) เพื่อนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Brockman & Morgan, 2003) ท้ายที่สุดนั้น ต้องคำนึงลักษณะขององค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงสอดคล้องกันในการที่เพื่อนำจะไปประยุกต์ใช้ในเกิดประโยชน์สูงสุด จึงคาดว่าปัจจัยเชิงสาเหตุที่ผลักดันประกอบด้วยปัจจัยหลายปัจจัย เช่น บทบาทของภาครัฐ ทุนทางปัญญา ความสามารถทางนวัตกรรม ความเป็นผู้ประกอบการ การเปลี่ยนแปลง

ทางธุรกิจ และเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ผู้วิจัยจึงต้องการค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยหวังว่าผลที่ได้รับจะนำมาซึ่งประโยชน์และนำไปปรับใช้เป็นแนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ในประเทศไทยให้มีศักยภาพสามารถสร้างเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และผลักดันระดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสรุปเป็นตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัย ดังต่อไปนี้ ตัวแปรแฝงภายนอก ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยบทบาทของภาครัฐ และ (2) ปัจจัยการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร ตัวแปรแฝงภายใน ประกอบด้วย 2 ปัจจัย คือ (1) ปัจจัยการจัดการการเปลี่ยนแปลง และ (2) ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ขอบเขตด้านประชากร คือผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย ที่ขึ้นทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2561 เท่านั้น

ขอบเขตด้านระยะเวลาผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2562

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. สามารถนำโมเดลที่ได้จากการวิจัยนำไปปรับใช้เป็นแนวทางการเสริมสร้างและพัฒนาความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ในประเทศไทยให้มีศักยภาพสามารถสร้างเติบโตทางเศรษฐกิจภายในประเทศ และผลักดันระดับความสามารถทางการแข่งขันของประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

2. สามารถนำผลการวิเคราะห์เส้นทางไปเป็นข้อมูลในการวางแผนปรับปรุงบริหารจัดการและพัฒนารูปแบบการตลาดให้สามารถแข่งขันได้ในสภาวะการแข่งขันในปัจจุบัน รวมทั้งการสร้างองค์ความรู้เชิงความคิดสร้างสรรค์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บทบาทของภาครัฐกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากผลการวิจัยของ Sturgeon (2010) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาและปกครองชนกลุ่มน้อยในสิบสองปันนาประเทศจีน: อาช่าและเกษตรกรชาวสวนยางพบว่านโยบายรัฐสนับสนุนให้การปลูกพืชเศรษฐกิจเพียงเพื่อยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกรชนกลุ่มน้อยเท่านั้นแต่่นโยบายนี้กลับเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมโดยชนกลุ่มน้อยได้เป็นผู้ประกอบการโดยไม่คาดคิดและไม่ได้ตั้งใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Acquah (2011) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจของครอบครัวในประเทศกานาบทบาทของความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคม พบว่าบทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อทรัพยากรที่เป็น

ปัจจัยการผลิต และภาครัฐสามารถปรับเปลี่ยน ความต้องการภายในประเทศด้วยการกำหนดมาตรฐานสินค้า Ahmad (2014) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสากล จากธุรกิจที่ตั้งอยู่ในตลาดเกิดใหม่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของความรู้ในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs ในบริบทของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและมาตรการให้การสนับสนุนในระดับรัฐบาลเพื่อที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขันของผู้ประกอบการ กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของความรู้ในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ สรุปได้ว่าการสนับสนุนจากรัฐบาลจะมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องในเชิงบวกกับการรับรู้ความช่วยเหลือของผู้ประกอบการ จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ชัดเจนด้วยการศึกษาถึงบทบาทของภาครัฐกับความได้เปรียบทางการแข่งขันจึงสามารถแสดงกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 1 บทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันรวมทั้งความอยู่รอดขององค์กรธุรกิจต่างๆ ในยุคที่มีการแข่งขันสูง (Chen, Tang, Jin, Xie, & Li, 2014) หรืองานวิจัยของ Bakar and Mahmood (2014) ที่ศึกษาหน่วยงานด้านการศึกษา(ระดับมหาวิทยาลัย)และพบว่า โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความ เป็นผู้ประกอบการขององค์กรและผลการดำเนินงานมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติ การที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดจะส่งผลให้วิสาหกิจมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้นนั้น พบว่าสอดคล้องกับ Awang, Asghar, and Subari (2010) ที่พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโตและประสิทธิภาพของธุรกิจ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harms (2009) ที่ศึกษาพบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานและทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย แสดงกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 2 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การจัดการการเปลี่ยนแปลงกับความได้เปรียบทางการแข่งขัน

จากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศ ผู้ประกอบการทั้งหลายจึงมุ่งที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจจากแนวความคิดของ Kerdpitak, Tienthai, Budsaba, and Laptaned (2012) กล่าวว่าความสามารถของอุตสาหกรรมมีประเด็นสำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบเหนือกว่าคู่แข่งต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าสอดคล้องกับที่ Davidson (2013) ได้กล่าวไว้ว่านวัตกรรมถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้ องค์กรสร้างความแตกต่างที่นำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ จากผลงานวิจัยของ Bustinza, Bigdeli, Baines, and Elliot (2015) พบว่า การ

จัดการการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและการเปลี่ยนแปลงขององค์การจากการขายสินค้าไปขายรวมกันแบบบูรณาการของสินค้าและบริการได้เปรียบในการแข่งขันเป็นหนึ่งในผลของการเปลี่ยนแปลงนี้ แสดงให้เห็นว่าการเพิ่มความแตกต่างและความพึงพอใจของลูกค้าสูงเป็นพื้นฐานที่จะบรรลุการได้เปรียบในการแข่งขันและประสิทธิภาพการทำงานที่เหนือกว่าสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Covin and Slevin (2012) พบว่าการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ที่อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในกระบวนการเดิมและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Miller (1988) กล่าวไว้ว่าการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีการรับรู้เป็นเอกลักษณ์โดยลูกค้า กลยุทธ์นี้จะเป็นการสร้างสรรคนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกิจกรรมการตลาด ดังนั้น จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ชัดเจนด้วยการศึกษาถึงความได้เปรียบทางการแข่งขันกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง จึงสามารถแสดงกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 3 การจัดการการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

บทบาทของภาครัฐกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง

จากการวิจัยของ Mason and Brown (2013) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนเส้นทางของ HGFs ทั้งในแง่ของการกำหนดเป้าหมายที่เหมาะสม และรูปแบบของการสนับสนุน นโยบายสาธารณะของรัฐบาลนอกจากนี้ยังมีความต้องการที่จะมุ่งเน้นไปที่การเก็บรักษา HGFs ที่ถูกซื้อกิจการโดยธุรกิจที่ไม่ใช่ธุรกิจท้องถิ่น สุดท้ายผู้กำหนดนโยบายต้องถูกสะท้อนให้เห็นถึงความเฉพาะของสภาพแวดล้อมของผู้ประกอบการของพวกเขา เพื่อการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมของรัฐบาล งานวิจัยของ Ahmad (2014) พบว่า กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของความรู้ในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs ในบริบทของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการกำหนด

นโยบายและมาตรการให้การสนับสนุนในระดับรัฐบาล เพื่อที่จะสร้าง สภาพแวดล้อมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขันของผู้ประกอบการ SMEs สำหรับในประเทศไทยก็มีนโยบายยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศในอนาคตจะต้องพึ่งพาภาครัฐที่รู้บทบาทของตนเองและที่สามารถเล่นบทบาทของตนเองได้รัฐจะต้องรู้ว่าต้องเปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้ประกอบธุรกิจมาเป็นผู้อำนวยความสะดวก ในการประกอบธุรกิจมากขึ้น (The Future of the Thai Economy and Government Role, 2015) จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ชัดเจนด้วยการศึกษาถึงบทบาทของภาครัฐกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงจึงสามารถแสดงกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 4 บทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลง

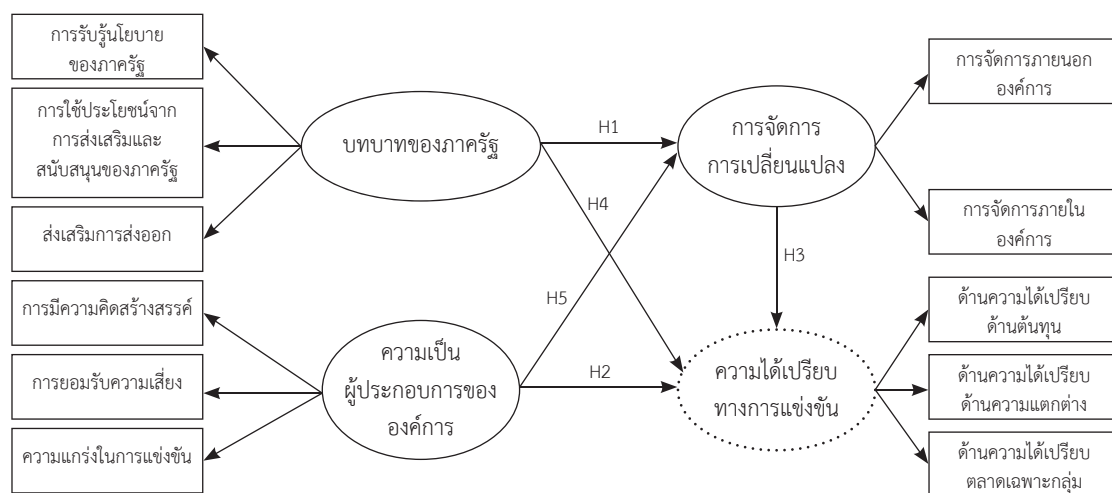
ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การกับการจัดการการเปลี่ยนแปลง

ความเป็นผู้ประกอบการสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับองค์การทุกประเภททั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ (Kenney & Mujtaba, 2007) ซึ่งจะทำให้้องค์การเหล่านั้นเกิดประสิทธิภาพ สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่ดีขึ้นกว่าเดิม และสามารถพัฒนาต่อไปอย่างยั่งยืน Yitshaki (2012) ได้ขยายความเพิ่มเติมว่า แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาบริการและผลิตภัณฑ์สินค้าออกใหม่โดยใช้ทรัพยากรจากภายในองค์กรจึงให้ความสำคัญกับการศึกษาคูณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการของเจ้าของกิจการในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก ดังนั้น ้องค์การที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลงจึงต้องการผู้นำที่เชี่ยวชาญ มีความรู้ความสามารถเป็นผู้นำมีอาชีพ และมีภาวะผู้นำซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการทำงาน (Liu, Zhu, & Yang, 2010) ซึ่งสอดคล้องกับ Yaghoubipoor, Ong, and Ahmed (2013) ที่กล่าวถึงความสำคัญของภาวะ

ผู้นำในสังคมโดยระบุว่าบุคลากรขององค์การที่มีความสำคัญในทุกระดับของสังคม คือ บุคลากรที่มีความเป็นผู้นำ ซึ่งผู้นำมีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์การที่เน้นประสิทธิภาพหรือประสิทธิผล ล้วนแต่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญา และแนวทางปฏิบัติที่สร้างสรรค์ของผู้นำองค์การ หรือความเป็นผู้ประกอบการขององค์การจากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น ผู้วิจัยมีจุดประสงค์เพื่อที่จะทำความเข้าใจให้ชัดเจนด้วยการศึกษาถึงความเป็นผู้ประกอบการขององค์การกับการจัดการการเปลี่ยนแปลงจึงสามารถแสดงกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัยที่ 5 ความเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลง

เมื่อได้ตัวแปรสังเกตครบทุกตัวแปรแฝง และเส้นทางอิทธิพลแล้ว จึงนำมาสร้างเป็นรูปแบบสมการโครงสร้างที่ประกอบด้วยตัวแปรแฝง และตัวแปรสังเกตทุกตัว ตามเส้นทางอิทธิพลของตัวแปรแฝงเพื่อเป็นรูปแบบสมมติฐานเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย ที่จะใช้เป็นกรอบแนวคิดเพื่อการวิจัย (Conceptual Framework) ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ดังที่ได้แสดงไว้ในภาพ 1 นำไปสู่การกำหนดสมมติฐานโมเดลเส้นทางที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เมื่อพิสูจน์ตรวจสอบข้อมูลทางสถิติแล้ว

กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิดที่ใช้ในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม

ประชากรและตัวอย่าง ประชากร ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ในประเทศไทย จำนวน 34,022 ราย ที่ขึ้นทะเบียนผู้ผลิต

ผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2561 (Department of Community Development, 2018) สำหรับตัวอย่าง พิจารณาจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องประมาณค่าในโมเดลเอมอส (AMOS) โดยใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 10-20 คนต่อตัวแปรในการวิจัย 1 ตัวแปร

(Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) ในการศึกษานี้มีตัวแปรในการวิจัย 11 ตัวแปรสังเกตได้ ต้องใช้ตัวอย่างประมาณ 165-220 คนเป็นอย่างน้อย ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยคำนึงถึงอัตราการตอบกลับประมาณร้อยละ 26 จำนวนอย่างน้อย 846 ชุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษานี้เป็นแบบสอบถามข้อคำถามเป็นมาตราวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence–IOC) จากนั้น นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยค่าความสัมพันธ์รายข้อและคะแนนรวม โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดค่า Item-Total Correlation ควรมากกว่า 0.3 (Field, 2005) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละข้อคำถามควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) ซึ่งผลการทดสอบพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคแอลฟาของแบบสอบถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.816

ตาราง 1

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่า t -values จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

องค์ประกอบ/ตัวแปร	Factor Loading	SE	t	R^2
ปัจจัยบทบาทของภาครัฐ (GOOR)				
GOOR1	0.645	0.137	7.041***	0.416
GOOR2	0.620	0.115	6.972***	0.384
GOOR3	0.644	-	-	0.414
ปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการ (CORE)				
CORE1	0.611	0.150	6.882***	0.373
CORE2	0.697	0.155	6.994***	0.486
CORE3	0.613	-	-	0.376

ผ่านการรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) อยู่ในกลุ่มที่ 2 สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลอง (goodness of fit) โดยดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ประกอบด้วย ดัชนีค่า p -value, Chi-Square/ df , CFI, GFI, AGFI, RMSEA และ SMR (Angsuchoti, Wichitwanna, & Phinyopanuwat, 2014) ในส่วนสถิติสรุปอ้างอิงเพื่อตอบสนองมติฐานด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) โดยอาศัยรูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น โดยใช้หลักการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง (SEM) หาค่าอิทธิพลทางตรง (direct effect) ค่าอิทธิพลทางอ้อม (indirect effect) และค่าอิทธิพลรวม (total effect) มีการค้นหาปัจจัยของแต่ละตัวแปรด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิง (Confirmatory Factor Analysis--CFA) ในตัวแปรแต่ละตัว

ผลการวิจัย

1. สรุปผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 1

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน และค่า t -values จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (ต่อ)

องค์ประกอบ/ตัวแปร	Factor Loading	SE	t	R^2
ปัจจัยการจัดการการเปลี่ยนแปลง (CMNM)				
CMNM1	0.742	-	-	0.550
CMNM2	0.831	0.188	7.855***	0.690
ปัจจัยความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CPTA)				
CPTA1	0.752	-	-	0.565
CPTA2	0.776	0.089	11.700***	0.603
CPTA3	0.779	0.074	11.717***	0.606

จากตาราง 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบระหว่างข้อคำถามทุกข้อกับตัวแปรแฝงมีค่าเกิน 0.5 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t > |1.96|$) ทั้งหมด ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ค่าดัชนีความกลมกลืนของโมเดล เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 2

ค่าดัชนีทดสอบประสิทธิภาพของโมเดลวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ดัชนีความกลมกลืน	ค่าดัชนีที่วัดได้	เกณฑ์	ผลการพิจารณา
p value	0.295	> 0.05	ผ่านเกณฑ์
GFI	0.976	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	0.958	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
CFI	0.995	> 0.95	ผ่านเกณฑ์
RMR	0.022	< 0.05	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	0.019	< 0.05	ผ่านเกณฑ์

จากตาราง 2 การวิเคราะห์โมเดล พบว่า โมเดลสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยมีค่าดัชนีความกลมกลืนที่ผ่านเกณฑ์การยอมรับคือ ค่าดัชนี p - value=0.295, CFI=0.995, GFI=0.976, AGFI=0.958, RMSEA = 0.019, RMR = 0.022 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าโมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสมกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตาราง 3

ค่าน้ำหนักองค์ประกอบในรูปคะแนนมาตรฐาน ความเที่ยงของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้

ตัวแปรองค์ประกอบ	GOOR	CORE	CMNM	CPTA
GOOR 1	0.645	-	-	-
GOOR 2	0.620	-	-	-
GOOR 3	0.644	-	-	-
CORE 1	-	0.611	-	-
CORE 2	-	0.697	-	-
CORE 3	-	0.613	-	-
CMNM 1	-	-	0.742	-
CMNM 1	-	-	0.831	-
CPTA 1	-	-	-	0.752
CPTA 2	-	-	-	0.776
CPTA 3	-	-	-	0.779
AVE	0.523	0.518	0.673	0.691
CR	0.767	0.762	0.804	0.870

จากตาราง 3 หลังจากที่ได้ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่าค่าน้ำหนักองค์ประกอบของแบบทดสอบทุกด้าน มีค่ามากกว่า 0.5 และค่า AVE ในแต่ละด้านส่วนมากมีค่ามากกว่า 0.5 เช่นกัน จัดว่าแบบทดสอบที่สร้างมีค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวในโมเดลการวิจัยมีความเที่ยงตรง ผู้วิจัยจึงทำการตรวจสอบความเที่ยงของตัวแปรแฝง และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ โดยความเที่ยงของแบบทดสอบทุกด้านมากกว่า 0.7 ทุกด้านอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (ควรมีค่ามากกว่า 0.60) (Hair et al., 2010) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ เป็นค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่อธิบายได้ด้วยตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งมีค่าเทียบเท่ากับค่าไอเกน ในการ

วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Angsuchoti et al., 2014) จึงสรุปว่า การผันแปรในตัวชี้วัดส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากตัวแปรสร้างมากกว่าเป็นข้อผิดพลาดของมาตรวัด แสดงว่าตัวแปรแฝงมีความเที่ยง

2. สรุปผลการวิเคราะห์เส้นทาง

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (path coefficient) ในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุเพื่อทำการตอบคำถามการวิจัยและสมมติฐานการวิจัย โดยผู้วิจัยนำเสนอผลของอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม และนำเสนอผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ซึ่งสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ได้ (ดูตาราง 4)

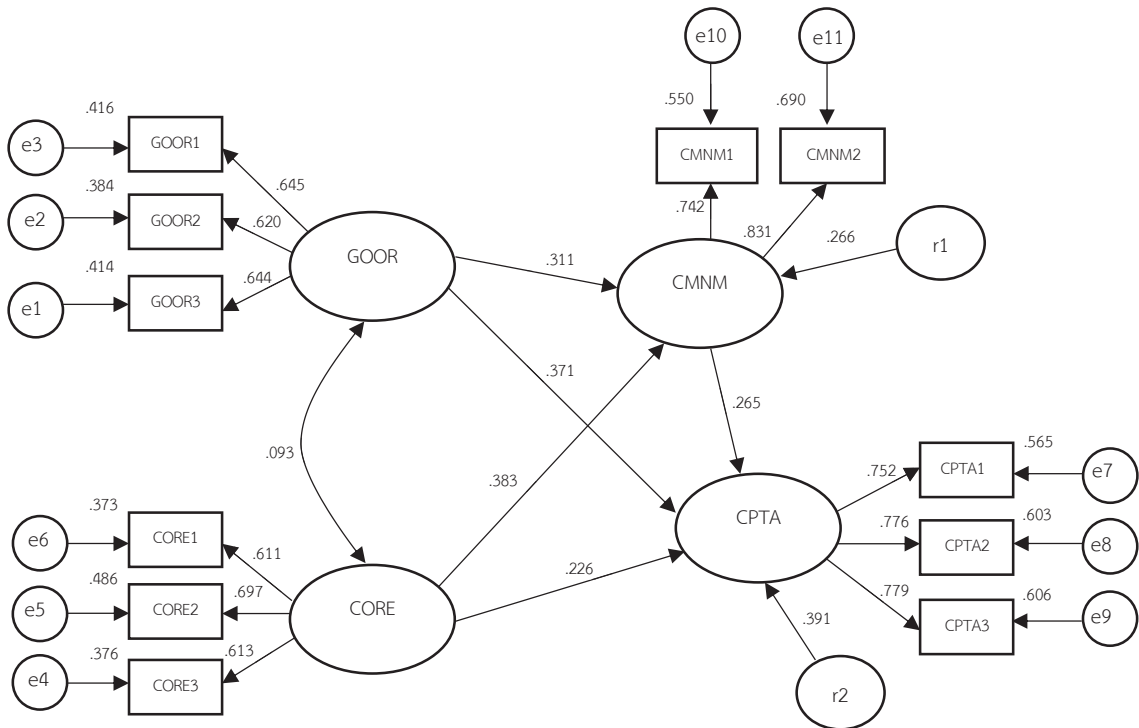
ตาราง 4

ค่าสถิติผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลเชิงสาเหตุ

ตัวแปรภายนอก (Exogenous)	ตัวแปรภายใน (Endogenous)					
	CMNM			CPTA		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
GOOR	0.311**	-	0.311	0.371**	0.155	0.526
CORE	0.383**	-	0.383	0.226**	0.192	0.418
CMNM	-	-	-	0.265**	-	0.265

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมพบว่า ปัจจัยบทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการการเปลี่ยนแปลงและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.311 และ 0.371 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านตัวแปรการจัดการการเปลี่ยนแปลงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.155 ตามลำดับโดยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกแสดงว่าถ้ากิจการให้ความสำคัญกับปัจจัยบทบาทของภาครัฐย่อมส่งผลให้การจัดการการเปลี่ยนแปลง มีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่ปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อ การจัดการการเปลี่ยนแปลงและความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทาง

สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.383 และ 0.226 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านตัวแปรการจัดการการเปลี่ยนแปลงโดยมีค่าสัมประสิทธิ์ทางอ้อมเท่ากับ 0.192 ตามลำดับ แสดงว่าถ้ากิจการมีการพัฒนาทางด้านปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้การจัดการการเปลี่ยนแปลง มีประสิทธิภาพที่เพิ่มสูงขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นตาม และถ้าพิจารณาถึงการจัดการการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.265 แสดงว่าถ้ากิจการมีการบริหารด้านการจัดการการเปลี่ยนแปลง ให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้กิจการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน



ภาพ 2 การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลไกของโมเดลโดยรวม

ตัวแปรแฝงภายนอก (exogenous latent variable) 2 ตัวแปร ประกอบด้วย บทบาทของภาครัฐ (GOOR) และการเป็นผู้ประกอบการขององค์กร (CORE)

ตัวแปรแฝงภายใน (endogenous latent variable) 2 ตัวแปร ประกอบด้วย การจัดการการเปลี่ยนแปลง (CMNM) และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (CPTA)

ตัวแปรสังเกตได้ 11 ตัว ประกอบด้วย (1) การรับรู้นโยบายของภาครัฐ (GOOR1) (2) การใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ (GOOR2) (3) ส่งเสริมการส่งออก (GOOR3) (4) การมีความคิดสร้างสรรค์ (CORE1) (5) การยอมรับความเสี่ยง (CORE2) (6) ความแกร่งในการแข่งขัน (CORE3) (7) การจัดการภายนอกองค์กร (CMNM1) (8) การจัดการภายในองค์กร (CMNM2) (9) ความได้เปรียบ

ด้านต้นทุน (CPTA1) (10) ความได้เปรียบด้านความแตกต่าง (CPTA2) และ (11) ความได้เปรียบตลาดเฉพาะกลุ่ม (CPTA3)

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางในโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยบทบาทของภาครัฐมากที่สุดโดยมีอิทธิพลทางบวกให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.526 ดังนั้น ผู้บริหารธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญกับปัจจัยดังกล่าวทั้งด้านการรับรู้นโยบายของภาครัฐ ด้านการ

ใช้ประโยชน์จากการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐ และด้านส่งเสริมการส่งออกจากนโยบายของภาครัฐ เนื่องจากถ้าธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทยให้ความสำคัญกับปัจจัยบทบาทของภาครัฐเพิ่มขึ้นย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจที่สูงขึ้น ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sturgeon (2010) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การพัฒนาและปกครองชนกลุ่มน้อยในสิบสองปีนาประเทศจีน: อาซาและเกษตรกรชาวสวนยาง พบว่านโยบายรัฐสนับสนุนให้การปลูกพืชเศรษฐกิจเพียงเพื่อยกระดับรายได้ให้แก่เกษตรกรชน กลุ่มน้อยเท่านั้น แต่นโยบายนี้กลับเป็นการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยชนกลุ่มน้อยได้เป็นผู้ประกอบการโดยไม่คาดคิดและไม่ตั้งใจ สอดคล้องกับ Balkyte and Tvaronaviciene (2010) ศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้บริบทของการพัฒนาที่ยั่งยืน: แม่ของ “การแข่งขันอย่างยั่งยืน” พบว่า สหภาพยุโรปยอมรับนโยบายของคณะกรรมการยุโรป เพราะเป็นกลยุทธ์สำหรับการเจริญเติบโต และความได้เปรียบทางการแข่งขันครอบคลุม “ยุโรป 2020” และสามารถอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการเติบโตทางเศรษฐกิจและความได้เปรียบทางการแข่งขันในบริบทของโลกาภิวัตน์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Acquah (2011) ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ทางธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจของครอบครัวในประเทศกานาบทบาทของความสัมพันธ์ของเครือข่ายทางสังคม พบว่า บทบาทของภาครัฐมีอิทธิพลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อทรัพยากรที่เป็นปัจจัยการผลิตคือ ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทางกายภาพ ทรัพยากรความรู้ ทรัพยากรทุน และ ทรัพยากรสาธารณูปโภค โดยปัจจัยการผลิตเหล่านี้ อาจได้รับผลกระทบจากนโยบายการให้เงิน สนับสนุนของภาครัฐ นโยบายผ่านตลาดทุน นโยบายการศึกษา เป็นต้น และภาครัฐสามารถปรับเปลี่ยน ความต้องการภายในประเทศด้วย

การกำหนดมาตรฐานสินค้า (Ahmad, 2014) ได้ศึกษากลยุทธ์ทางธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับสากล: จากธุรกิจที่ตั้งอยู่ในตลาดเกิดใหม่ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้) สรุปได้ว่า กลยุทธ์ที่สร้างความแตกต่างของความรู้ในระดับสากลที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการ SMEs ในบริบทของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและมาตรการให้การสนับสนุนในระดับรัฐบาล เพื่อที่จะสร้างสภาพแวดล้อมที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดความได้เปรียบการแข่งขันของผู้ประกอบการ

ทั้งนี้ผลการวิจัย ยังพบว่า ปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการขององค์การมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย นั่นคือถ้าธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทยมีการพัฒนาทางด้านปัจจัยด้านการเป็นผู้ประกอบการ ให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้มีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มสูงขึ้นตาม การที่ผู้ประกอบการมีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นเท่าใดจะส่งผลให้วิสาหกิจมีความเจริญเติบโตมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้มีความสอดคล้องกับ Rauch, Wiklund, Lumpkin, and Frese (2009); Awang et al. (2010) ที่พบว่าคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อการเจริญเติบโตและประสิทธิภาพของธุรกิจ ข้อมูลจากการศึกษาของ Ferreira and Azevedo (2007) พบว่า สถานประกอบการที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วจะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของสินค้าอยู่เสมอเพื่อให้สินค้าเข้าสู่ตลาดใหม่และมักใช้กลยุทธ์ที่มีความหลากหลาย มีความยืดหยุ่นและปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ต่างๆ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harms (2009) ที่ศึกษาพบว่า คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาความสามารถในการดำเนินงานและทำให้ธุรกิจเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยธุรกิจอาจใช้กลยุทธ์

มุ่งผลิตภัณฑหรือมุ่งตลาดเป้าหมายเฉพาะกลุ่มรวมไปถึงกระบวนการในการสร้างคุณค่าขององค์การเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและเป็นส่วนสนับสนุนให้สถานประกอบการมีการเจริญเติบโต

นอกจากนี้ ยังพบว่า การจัดการการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ในประเทศไทย ถ้าธุรกิจมีการบริหารจัดการจัดการการเปลี่ยนแปลง ให้ดีขึ้นย่อมส่งผลให้กิจการมีความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bustinza et al. (2015) ที่พบว่าการจัดการการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและการเปลี่ยนแปลงขององค์การจากการขายสินค้าไปขายรวมกันแบบบูรณาการของสินค้าและบริการได้เปรียบในการแข่งขันเป็นหนึ่งในผลของการเปลี่ยนแปลงนี้บริษัทเปลี่ยนแปลงขั้นตอนการปฏิบัติในการดำเนินงานที่จะตระหนักถึงการให้บริการ เป็นโอกาสที่จะสร้างความแตกต่างจากสินค้า และความพึงพอใจของลูกค้าที่สูงขึ้นพบว่าผลการ ศึกษา ยังแสดงให้เห็นว่าการเพิ่มความแตกต่างและความพึงพอใจของลูกค้าสูงเป็นพื้นฐานที่จะบรรลุการได้เปรียบในการแข่งขันและประสิทธิภาพการทำงานที่เหนือกว่าด้วยบริการ ความสำคัญของตำแหน่งของบริษัทในห่วงโซ่คุณค่าและโครงสร้างองค์การจะเลือกที่จะสนับสนุนการให้บริการที่ประสบความสำเร็จสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Covin and Slevin (2012) พบว่าการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ที่อาจนำไปสู่การ

เปลี่ยนแปลงในกระบวนการเดิมและยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (2011) กล่าวไว้ว่าขนาดของผลิตภัณฑ์ที่แข็งแกร่งมุ่งเน้นนวัตกรรมความแตกต่างสอดคล้องกับการวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน Ortega (2010); Zelbst, Green, Sower, and Reyes (2012) กล่าวไว้ว่าบูรณาการเทคโนโลยีใหม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขันผ่านทางความสามารถในการผลิตการบูรณาการเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้มีความสัมพันธ์โดยตรงต่อประสิทธิภาพความสามารถในการผลิตสินค้า ทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์การเพิ่มขึ้นนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานของรัฐควรลดขั้นตอนและลดความซับซ้อนในการขอการสนับสนุน และควรสนับสนุนอย่างจริงจังและจริงจังในลักษณะของการมีส่วนร่วมกับธุรกิจ ศึกษาความต้องการที่แท้จริงของผู้ประกอบการ OTOP ในส่วนที่ผู้ประกอบการยังขาดการสร้างความรู้
2. ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ OTOP ควรมุ่งเน้นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ มีการบริหารจัดการความเสี่ยง การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสินค้าที่มีความยุติธรรมไม่เอาเปรียบผู้บริโภค สร้างความซื่อสัตย์ในพนักงาน รวมทั้งการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่า ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการสร้างงานในชุมชน และความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป

References

- Acquaah, M. (2011). Business strategy and competitive advantage in family businesses in Ghana: The role of social networking relationships. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 16(01), 103-126.
- Ahmad, S. Z. (2014). Small and medium enterprises internationalisation and business strategy: Some evidence from firms located in an emerging market. *Journal of Asia Business Studies*, 8(2), 168-186.
- Angsuchoti, S., Wichitwanna, S., & Phinyopanuwat. (2014). *Statistical analysis for research in social science and behavior science: Techniques for using LISREL programs* (4th ed.). Charoen Di Mankhong Kanphim. [In Thai]
- Awang, A., Asghar, A. R. S., & Subari, K. A. (2010). Study of distinctive capabilities and entrepreneurial orientation on return on sales among Small and Medium Agro-Based Enterprises (SMAEs) in Malaysia. *International Business Research*, 3(2), 34-48.
- Bakar, M. S., & Mahmood, R. (2014). Linking transformational leadership and corporate entrepreneurship to performance in the Public Higher Education Institutions in Malaysia. *Advances in Management and Applied Economics*, 4(3), 1-8.
- Balkyte, A., & Tvaronaviciene, M. (2010). Perception of competitiveness in the context of sustainable development: Facets of sustainable competitiveness. *Journal of Business Economics and Management*, 11(2), 341-365.
- Brockman, B. K., & Morgan, R. M. (2003). The role of existing knowledge in new product innovativeness and performance. *Decision Sciences*, 34(2), 385-419.
- Bustinza, O. F., Bigdeli, A. Z., Baines, T., & Elliot, C. (2015). Servitization and competitive advantage: The importance of organizational structure and value chain position. *Research-Technology Management*, 58(5), 53-60.
- Chen, Y., Tang, G., Jin, J., Xie, Q., & Li, J. (2014). CEOs' transformational leadership and product innovation performance: The roles of corporate entrepreneurship and technology orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 31(1), 2-17.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2012). The measurement of entrepreneurial orientation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(4), 677-702.
- Davidson, A. (2013). Business model for an era of innovation glut. *Ivey Business Journal*, 77(4), 1-4.
- Department of Community Development. (2018). *OTOP operator, 2018*. Retrieved from <http://www.thaitambon.com/shop/SMEs> [In Thai].
- Field, A. (2005). Reliability analysis. In A. Field (Ed.), *Discovering statistics using SPSS* (2nd ed.), Sage.

- Ferreira, J. M., & Azevedo, S. (2007). *Entrepreneurial orientation as a main resource and capability on small firm's growth*. Retrieved from https://mpa.ub.uni-muenchen.de/5682/1/MPRA_paper_5682.pdf
- Hair, J. F., Black, B., Babin, B.J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis: A global perspective* (7th ed). Pearson Education.
- Harms, R. (2009). A multivariate analysis of the characteristics of rapid growth firms, their leaders, and their market. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 22(4), 429-454.
- Kenney, M., & Mujtaba, B. (2007). Understanding corporate entrepreneurship and development: A practitioner view of organizational intrapreneurship. *Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 12(3), 73-88.
- Kerdpitak, C., Tienthai, J., Budsaba, K., & Laptaned, U. (2012). *Management model for logistics operations of Thailand's Palm Oil Industry*. University of the Thai Chamber of Commerce. [In Thai]
- Kianto, A., Andreeva, T., & Pavlov, Y. (2013). The impact of intellectual capital management on company competitiveness and financial performance. *Knowledge Management Research and Practice*, 11(2), 112-122.
- Liu, W., Zhu, R., & Yang, Y. (2010). I warn you because I like you: Voice behavior, employee identifications, and transformational leadership. *The Leadership Quarterly*, 21(1), 189-202.
- Mason, C., & Brown, R. (2013). Creating good public policy to support high-growth firms. *Small Business Economics*, 40(2), 211-225.
- Miller, D. (1988). Relating Porter's business strategies to environment and structure: Analysis and performance implications. *Academy of management Journal*, 31(2), 280-308.
- Ortega, M. J. R. (2010). Competitive strategies and firm performance: Technological capabilities' moderating roles. *Journal of Business Research*, 63(12), 1273-1281.
- Pongprasertchai, M. (2007). *A resource-based view of the competitiveness of Thai Small and Medium-Sized enterprises: A case studies of the food processing export industry*. Doctoral Dissertation of Business Administration, Ramkhamhaeng University. [In Thai]
- Porter, M. E. (2011). *The role of business in society: Creating shared value*. Retrieved from https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/20111113%20-%20Babson%20CSV%20Presentation%20-%20FINAL%20FINAL_6e5ad9ea-3900-4a91-9534-eb721d30ac9b.pdf
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T., & Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 761-787.
- Sturgeon, J. C. (2010). Governing minorities and development in Xishuangbanna, China: Akha and Dai rubber farmers as entrepreneurs. *Geoforum*, 41(2), 318-328.

- The future of the Thai economy and government role. (2015). Retrieved from <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/628666> [In Thai].
- Yaghoubipoor, A., Ong, T., & Ahmed, E. (2013). Impact of the relationship between transformational and traditional leadership styles on Iran's automobile industry job satisfaction. *World Review of Entrepreneurship Management and Sustainable Development*, 9(1),14-24.
- Yitshaki, R. (2012). How do entrepreneurs' emotional intelligence and transformational leadership orientation impact new ventures' growth?. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 25(3), 357-374.
- Zelbst, P. J., Green, K. W., Sower, V. E., & Reyes, P. M. (2012). Impact of RFID on manufacturing effectiveness and efficiency. *International Journal of Operations & Production Management*, 32(3), 329-350.