

ความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทย
ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์*

The Success of Thai Herbal Business under the Creative Economy Concept
and Product Innovation

¹น้ำทิพย์ ไต้เต้า และ อติลล่ำ พงศ์ยี่ห้ำ

¹Namtip Teitao and Adilla Pongyeela

¹วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

¹College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University, Thailand.

¹Corresponding Author's Email: namtip@polytrade.co.th



บทคัดย่อ

ปัจจุบันสมุนไพรมีศักยภาพในการที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ตลาดการบริโภคสมุนไพรมีอัตราการขยายตัวที่มากที่สุดทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก หากผู้ประกอบการสามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มผลิตภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ความสำเร็จของธุรกิจให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้ดียิ่งขึ้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 360 ราย ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการผลิตสมุนไพร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม มีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.937-0.966 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัย พบว่า 1) ความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม และด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขันมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความผันแปรของความสำเร็จได้รับอิทธิพลจากความเป็นผู้ประกอบการ ร้อยละ 56.7 2) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้องค์ความรู้ ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความผันแปรของความสำเร็จได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ร้อยละ 66.0 และ 3) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด ด้านการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และด้านเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความผันแปรของความสำเร็จได้รับอิทธิพลจากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 56.7

คำสำคัญ: ความเป็นผู้ประกอบการ; แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์; นวัตกรรมผลิตภัณฑ์; ความสำเร็จของธุรกิจ; ธุรกิจสมุนไพร

Abstract

Herbs, nowadays have the potential to drive the economy and also can create sustainability for the economy and society in the future. Furthermore, the herbal consumption has the highest growth rate both nationally and internationally. Therefore if entrepreneurs can apply the creative economy concept and product innovations in to their business operations this will enable to increase their productivity and generate greater success for Thai herbal business. This quantitative research aimed to study the influence of entrepreneurship, creative economy concept and product innovations to the success of the Thai herbal business. The sample surveys of 360 entrepreneurs which came from small and micro community entrepreneurs and community enterprise network of herbal producers. The data was collected by questionnaires. The confidence interval was between 0.937-0.966. The data was analyzed by multiple regression analysis.

The results of this study revealed that 1) innovativeness and competitive aggressiveness of entrepreneurship have influence to the success of Thai herbal business significantly, which was found that the variation in the success of Thai herbal business arising from entrepreneurship about fifty-six point seven percent, 2) knowledge, creativity and technology and Innovation of creative economy concept have influence to the success of Thai herbal business significantly, which was found that the variation in the success of Thai herbal business arising from creative economy concept about sixty-six percent and 3) radicality, quality and uniqueness of product innovation have influence to the success of Thai herbal business significantly, which was found that the variation in the success of Thai herbal business arising from product innovation about fifty-six point seven percent.

Keywords: Entrepreneurship; Creative Economy Concept; Product Innovation; Success of Business; Herbal Business

บทนำ

“สมุนไพรไทย” เป็นเอกลักษณ์ซึ่งสะท้อนวัฒนธรรมความเป็นชาติไทยที่ได้สั่งสมมาแต่โบราณกาล ประเทศไทยมีองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการใช้สมุนไพรเพื่อวัตถุประสงค์ที่หลากหลาย ทั้งเพื่อเป็นเครื่องประกอบในอาหารคาว-หวาน เป็นยารักษาโรคและการดูแลสุขภาพของประชาชนในชุมชนโดยภูมิปัญญาเหล่านี้ได้รับการสืบทอดต่อกันมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่นโดยอยู่ในวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย ทำให้มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและน่าสนใจ ทำให้ความต้องการใช้สมุนไพรในปัจจุบันเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งความต้องการในการบริโภคเพื่อการสร้างเสริม และดูแลสุขภาพของประชาชน รวมถึงความต้องการในการแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสมุนไพรต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความหลากหลายในการใช้ประโยชน์จากสมุนไพร ดังนั้นหากต้องการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสมุนไพรไทยทั้งระบบ ควรจะต้องร่วมผลักดันให้อุตสาหกรรมเหล่านี้เปลี่ยนแปลง และปรับตัวโดยการเพิ่มประสิทธิภาพและผลิตภาพการผลิตของอุตสาหกรรมสมุนไพรร่วมกับการส่งเสริมให้เกิดการใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรมตลอดจนการนำภูมิปัญญามาประยุกต์กับความคิดสร้างสรรค์เพื่อ



สร้างมูลค่าเพิ่ม และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความหลากหลาย และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงบริบทและความต้องการได้อย่างเหมาะสม (Ministry of Public Health and Public-private Organizations, 2016) โดยจะเห็นได้จากงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อย่างมีนัยสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพในการดำเนินงานด้านการตลาดกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ช่วยให้องค์กรสามารถยึดและรักษาส่วนแบ่งทางการตลาด รวมถึงเพิ่มโอกาสในการแสวงหากำไรจากตลาด และไม่ใช่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เท่านั้นที่ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมในท้องตลาด การพัฒนากระบวนการใหม่ๆ ก็มีบทบาทเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญเนื่องจากการทำในสิ่งที่ผู้อื่นทำไม่ได้หรือด้วยวิธีการที่ดีกว่านับว่าเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร (Na Ubon, 2016)

ทั้งนี้ในหลายองค์กรได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นรูปแบบของระบบเศรษฐกิจที่ถูกนำมาทดแทนการผลิตที่เน้นการผลิตสินค้าจำนวนมากๆ จนเกินความต้องการของผู้บริโภคมาเป็นส่วนหนึ่งในการปรับแนวทางในการผลิตสินค้า เนื่องจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของโลกในปัจจุบันที่ผสมผสานวัฒนธรรมเศรษฐกิจและเทคโนโลยีเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญในการวางรากฐานความมั่นคงให้กับประเทศ (Laistrooglai, 2009) สำหรับประเทศไทยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งมีหลักการสำคัญคือการเพิ่มคุณค่าของสินค้า และบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม อีกทั้งความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทยซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศไทยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้ว ที่ได้นำกระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์บนแรงบันดาลใจ จากพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมมายาวนานของสังคม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางสังคมจนกลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด (Na Ayudhaya, 2010) ซึ่งองค์กรมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในปัจจุบันและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่งสิ่งหนึ่งที่เป็นเครื่องมือสำคัญก็คือ นวัตกรรม โดยมีความสำคัญไม่เฉพาะกับองค์กรแต่ยังนับว่าเป็นแหล่งกำเนิดของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของทั้งประเทศ นวัตกรรมเป็นกลไกที่ขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจมาช้านาน นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจในศตวรรษที่ 19 สังเกตเห็นว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) นวัตกรรมจะเป็นเครื่องมือที่สำคัญมากขึ้นในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจะเห็นได้ว่าสมุนไพรมีศักยภาพในการที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับระบบเศรษฐกิจและสังคมต่อไปในอนาคต ทั้งนี้ยังมีการคาดการณ์ว่าตลาดการบริโภคสมุนไพรมีอัตราการขยายตัวที่มากที่สุดทั้งในระดับประเทศ และในระดับโลก แต่การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพร หรือความยั่งยืนของธุรกิจสมุนไพรยังมีน้อย หากเทียบกับการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพร โดยจะเห็นได้ว่าหากผู้ประกอบการสามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาการผลิตและใช้ประโยชน์จากสมุนไพรไทยอย่างมีคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพ และครบวงจร เป็นการเพิ่มผลิตภาพผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย สร้างความสำเร็จของธุรกิจให้กับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้ดียิ่งขึ้น และสามารถแข่งขันในระดับโลกได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการ ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การทบทวนวรรณกรรม ได้แก่ ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ การวัดความสำเร็จของผลการดำเนินงานตามแนวคิดดังกล่าวนั้น และข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจสมุนไพรไทยจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นฐานเพื่อทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจตัวอย่าง (Sample Survey)

ขั้นตอนที่ 2 ประชากร และการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการผลิตสมุนไพร ที่ระบุไว้ในระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2563 (Department of Agricultural Extension, 2020) จำนวนรวมทั้งสิ้น 2,724 ราย ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง (n) นั้น ผู้วิจัยกำหนดความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่าพารามิเตอร์ให้มีค่าไม่เกิน 0.05 ด้วยความน่าจะเป็น 0.95 และขนาดตัวอย่าง (n) สามารถหาได้โดยใช้สูตรสถิติ (Cochran, 1963) ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 360 ราย ใช้วิธีการจัดสรรขนาดตัวอย่างตามขนาดชั้นภูมิด้วยวิธีการจัดสรรเป็นสัดส่วนกับขนาดชั้นภูมิ (Proportional-to-Size Allocation) ทำให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนทั้งหมดจำนวน 360 ตัวอย่าง

ขั้นตอนที่ 3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 4 ตอน ประกอบด้วย ลักษณะทั่วไปของกิจการ ความเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 20 ข้อ 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) ความสำเร็จของธุรกิจ 2) ความกล้าเผชิญความเสี่ยง 3) การทำงานเชิงรุก และ 4) ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน

ตอนที่ 2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 24 ข้อ 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) วัฒนธรรมท้องถิ่น 2) การใช้องค์ความรู้ 3) การศึกษา 4) การสร้างสรรค์งาน 5) การใช้เทคโนโลยี และ นวัตกรรม และ 6) การใช้ทรัพยากรทางปัญญา

ตอนที่ 3 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 18 ข้อ 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด 2) การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และ 3) เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 4 ความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ประกอบด้วยข้อคำถาม จำนวน 28 ข้อ 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน 4) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต และ 5) ด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

สำหรับเกณฑ์ในการให้คะแนนในตอนที่ 1-4 จะเป็นไปในลักษณะการกำหนดระดับมาตรฐานให้เป็นค่าน้ำหนักตัวเลขตามวิธีของลิเคิร์ต (Likert Scale) ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดค่าของคะแนนในแบบสอบถามที่มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ จากระดับ 1-5 เนื่องจากการกำหนดระดับมาตรฐาน 5 ระดับเป็นวิธีที่นิยมมาก

ที่สุดสำหรับงานวิจัยประเภทสำรวจ โดยกำหนดค่าน้ำหนักเป็น เห็นด้วยน้อยที่สุด เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยมาก และเห็นด้วยมากที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.937-0.966 ซึ่งนับเป็นค่าความเที่ยงของแบบสอบถามที่ถือว่ายอมรับ (มีค่ามากกว่า 0.70) นั่นคือ แบบสอบถามฉบับนี้อยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากตัวอย่าง 4 ช่องทาง ได้แก่ ทางไปรษณีย์ ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และเหมาะสมสำหรับตัวอย่างที่มีจำนวนมาก และมีอาณาเขตกระจายในวงกว้าง (Silpjaru, 2014) เก็บในงานแสดงสินค้า ทางโทรศัพท์ และแบบออนไลน์

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ระดับการส่งผลกระทบระหว่างความเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เป็นการใส่ตัวแปรต้นทุกตัวเข้าในสมการ (Select all Independent Variables) สมการถดถอยที่ได้เป็นสมการที่มีตัวแปรต้นอยู่ในสมการทุกตัวแปร ถือเป็นสมการถดถอยทั่วไป การตรวจสอบนัยสำคัญเป็นการตรวจสอบขนาดอิทธิพลของตัวแปรต้นแต่ละตัว เมื่อมีการควบคุมอิทธิพลจากตัวแปรต้นตัวอื่นๆ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ตามข้อตกลงเบื้องต้นในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบว่าตัวแปรอิสระทุกตัวจะไม่มีความสัมพันธ์กันเองสูงเพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์ภายในของตัวแปรพยากรณ์ (Multicollinearity) โดยพิจารณาจากค่าปัจจัยการขยายตัวของความแปรปรวน (VIF) มีค่าน้อยกว่า 10 เนื่องจาก VIF ตั้งแต่ 10 ขึ้นไป ถือว่า Multicollinearity อาจจะสร้างปัญหาต่อ Regression Model ที่ได้ (Vanichbuncha, 2013)

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย

ความเป็นผู้ประกอบการ	ความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย		
	b	Sig.	VIF
ค่าคงที่	1.509	0.000*	
ความมีนวัตกรรม	0.228	0.000*	2.565
ความกล้าเผชิญความเสี่ยง	0.069	0.242	4.688
การทำงานเชิงรุก	0.025	0.555	2.690
ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	0.337	0.000*	2.571
R Square= 0.572; Adjusted R ² = 0.567; F= 118.746; Sig of F= 0.000*, S.E.=.....			

หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแบบสมการที่มีตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ เท่ากับ 0.567 นั่นคือ ตัวแปรความเป็นผู้ประกอบการอธิบาย การเปลี่ยนแปลงของระดับความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 56.7 และเมื่อวิเคราะห์ตัวแปรอิสระในตัวแบบสมการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความ

มีนวัตกรรม และด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย		
	b	Sig.	VIF
ค่าคงที่	1.268	0.000*	
วัฒนธรรมท้องถิ่น	0.014	0.707	1.676
การใช้อ็ควมรู้	0.242	0.000*	3.197
การศึกษา	0.075	0.080	2.824
การสร้างสรรคงาน	0.210	0.000*	2.865
การใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม	0.142	0.000*	3.018
การใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา	0.030	0.268	2.003

R Square= 0.666; Adjusted R²= 0.660; F=117.388; Sig of F= 0.000*

หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแบบสมการที่มีตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ เท่ากับ 0.660 นั่นคือ ตัวแปรแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 66.0 และเมื่อวิเคราะห์ตัวแปรอิสระในตัวแบบสมการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้อ็ควมรู้ ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ปรากฏผลดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	ความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย		
	b	Sig.	VIF
ค่าคงที่	1.843	0.000*	
การพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด	0.221	0.000*	2.514
การปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	0.183	0.000*	3.383
เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์	0.202	0.000*	2.218

R Square= 0.571; Adjusted R²= 0.567; F= 157.989; Sig of F= 0.000*

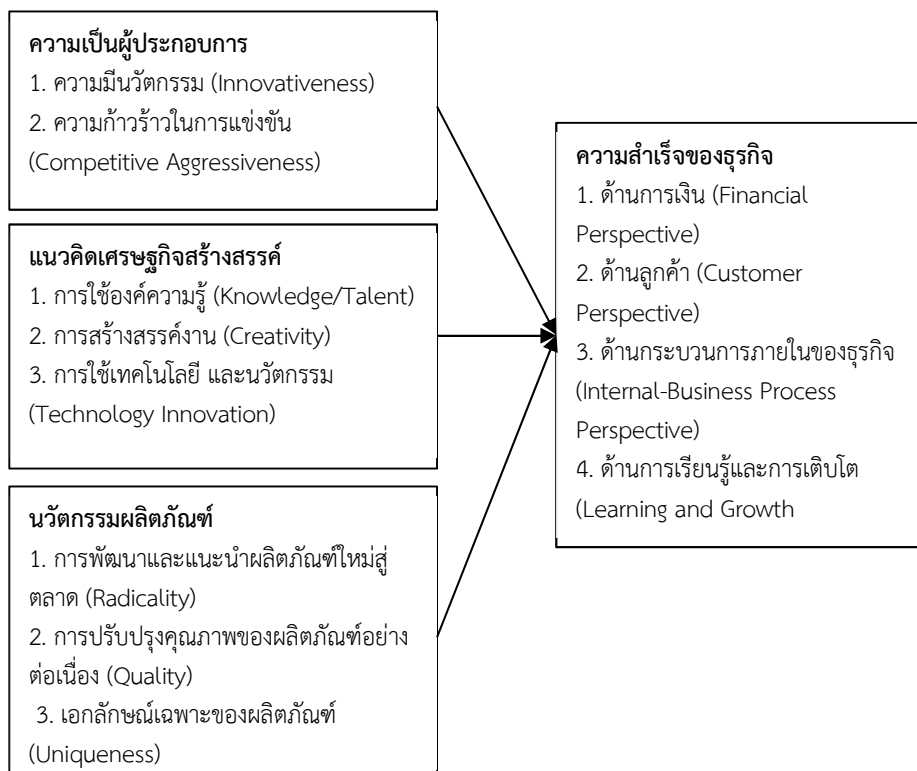
หมายเหตุ * มีระดับนัยสำคัญ 0.05

จากตารางที่ พบว่า ตัวแบบสมการที่มีตัวแปรตามเป็นความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ เท่ากับ 0.567 นั่นคือ ตัวแปรนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อธิบาย การเปลี่ยนแปลงของระดับ

ความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 56.7 และเมื่อวิเคราะห์ตัวแปรอิสระในตัวแบบสมการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม พบว่า ตัวแปรปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด ด้านการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และด้านเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่ค้นพบจากการวิจัยสรุปได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ค้นพบจากการวิจัย

1. องค์ความรู้ที่ค้นพบจากการวิจัยสำหรับผู้ประกอบการ พบว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย แต่ผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทยมีการปฏิบัติในการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมน้อยกว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านอื่นๆ ทำให้เกิดแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสมุนไพรไทยให้ประสบผลสำเร็จได้ ดังนี้

1.1) ด้านความเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการควรพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการในด้านความมีนวัตกรรม และความมุ่งมั่นในการแข่งขันเป็นลำดับแรก โดยการพยายามที่จะนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ที่เกิดจากประสบการณ์ หรือการทดลอง แล้วนำไปสู่พัฒนาความคิดสร้างสรรค์โดยมีจุดมุ่งหมายให้เป็นกระบวนการทำงานสินค้าหรือบริการใหม่ๆ ทั้งนี้การสร้างสิ่งใหม่เข้าสู่ตลาดทำให้เกิดผลกระทบสถานะตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันและเป็นการกระตุ้นความต้องการใหม่ผ่านกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองต่อการแข่งขันที่รุนแรงและพัฒนาตำแหน่งหรือส่วนแบ่งทางการตลาดของธุรกิจ ซึ่งความก้าวร้าวในการแข่งขันนั้นเป็นส่วนประกอบสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจการใช้กลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเป้าไปที่การเอาชนะภัยคุกคามในตลาดรวมถึงการ

มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบและการกำหนดกลยุทธ์ โดยมุ่งเป้าไปที่การปกป้องตำแหน่งทางการตลาดหรือต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและสภาพแวดล้อม

1.2) ด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งอาจจะอยู่บนพื้นฐานของการต่อยอดจากวัฒนธรรมและการใช้ทักษะเฉพาะด้านในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นๆ ทั้งนี้ผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาทักษะในด้านการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน และการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมเป็นลำดับแรก เนื่องจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 3 ด้านนี้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย สามารถนำมาต่อยอดเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสมุนไพรไทยสู่การเป็น “องค์กรสร้างสรรค์ ” และท้ายที่สุดคือการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจสมุนไพรไทยอย่างยั่งยืน

1.3) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ การพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาด และการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความแตกต่าง รวมถึงตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และ

1.4) ด้านความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ผู้ประกอบการควรนำเครื่องมือที่ใช้วัดผลการดำเนินงานใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในของธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการเติบโต และด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากการแข่งขันทางธุรกิจปัจจุบันแต่ละองค์กรต้องพยายามสร้างความได้เปรียบในการดำเนินงาน และการประเมินผลการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถช่วยให้องค์กรรู้จักสถานภาพขององค์กร รู้ว่ามีปัญหาและควรปรับปรุงแก้ไขในส่วนใด และสามารถแก้ไขปัญหานั้นได้ทันเวลาที่ รวมถึงการกำหนดทิศทางการทำงานมีประสิทธิภาพและมีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

2. องค์ความรู้ที่ค้นพบจากการวิจัยสำหรับกรมส่งเสริมการเกษตร พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ดังนั้นกรมส่งเสริมการเกษตรซึ่งมีพันธกิจโดยตรงในการดูแลธุรกิจสมุนไพรไทย จึงควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

2.1) ด้านทักษะความเป็นผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมการเกษตรควรให้ความสำคัญกับพัฒนาทักษะความเป็นผู้ประกอบการในด้านความมีนวัตกรรม และความมุ่งมั่นในการแข่งขันเป็นลำดับแรก เนื่องจากทักษะความเป็นผู้ประกอบการนั้นมีผลต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของธุรกิจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความสามารถในการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอก รวมถึงการมีรูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

2.2) ด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมและสนับสนุนด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ตั้งแต่การผลิต การบริหารจัดการ และการตลาด โดยอาจศึกษาโดยการถอดบทเรียนกระบวนการบริหารจัดการจากธุรกิจสมุนไพรไทยที่เป็นต้นแบบที่ดี ด้านการบริหารจัดการ หรือการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อลดต้นทุนการผลิตหรือสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อนำองค์ความรู้นั้นไปสู่การพัฒนากระบวนการบริหารจัดการธุรกิจสมุนไพรไทยที่มีประสิทธิภาพ

2.3) ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กรมส่งเสริมการเกษตร ควรสนับสนุนธุรกิจสมุนไพรไทยในการนำความรู้ หรือทรัพยากรทางความคิด อาทิ องค์ความรู้ ทั้งนี้เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจหรือเชิงพาณิชย์ ซึ่งนวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันสำหรับธุรกิจยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ทั้งนี้เพื่อสร้างธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ และ/หรือบริการใหม่ที่มีความโดดเด่นและแตกต่างไปจากสินค้าของคู่แข่ง และ

2.4) ด้านความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย กรมส่งเสริมการเกษตรควรให้ความรู้เกี่ยวกับการวัดผล การดำเนินงาน รวมถึงเครื่องมือต่างๆ ในด้านการบริหารที่จะช่วยให้ธุรกิจสมุนไพรไทยมีความสามารถในการบริหารเชิงกลยุทธ์ โดยผ่านทางการวัดผลการดำเนินงานใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในของธุรกิจ ด้านการเรียนรู้และการเติบโต และด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจสมุนไพรไทยเห็นถึงผลที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมา และจะสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลยุทธ์ หรือเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินงานให้ทันกับสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำมาซึ่งการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการศึกษาอิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการอธิบาย การเปลี่ยนแปลงของระดับความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 56.7 และพบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรม และด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ต้องการจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ และมีคุณลักษณะ ได้แก่ ความมีนวัตกรรม ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน ความกล้าเผชิญความเสี่ยง และการทำงานเชิงรุกสูง รวมถึงมีความสามารถในการสร้างสรรค์และมีความเชื่อมั่นตนเอง ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ ของวิธีการหรือการดำเนินงานทางธุรกิจในยุคปัจจุบัน จนทำให้ธุรกิจมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาได้ยอมรับโน้ตค้นพบว่าผู้ประกอบการจะเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจสร้างผลประกอบการที่ดีให้กับองค์กร เดิมมุมมองทั่วไปเห็นว่าตัวผู้ประกอบการเป็นบุคคลที่มีลักษณะประจำตัวที่พิเศษกว่าผู้อื่น เนื่องมาจากมีความเชื่อว่าความสำเร็จของการประกอบธุรกิจนั้นมีส่วนสำคัญมาจากตัวตนของผู้ประกอบการเองมากกว่ามาจากเงื่อนไขด้านสภาพแวดล้อมอื่นๆ ทั้งนี้ Namwong et al. (2019) อธิบายว่า คุณลักษณะที่สำคัญของความเป็นผู้ประกอบการในองค์กรมีองค์ประกอบต่างๆ ที่เลือกใช้ นั้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และบริบทขององค์กรในช่วงเวลานั้นๆ สอดคล้องกับผลการวิจัย Jiraphanumes, Aujirapongpan, and Chamchang (2011) ได้ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ พบว่า ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กร มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร อีกทั้งยังมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหารและการมุ่งเน้นกลยุทธ์ขององค์กรจะนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรและผลการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้น

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการศึกษาอิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย พบว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 66.0 และพบว่า ปัจจัยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้องค์ความรู้ ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ผลงานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลก ทั้งนี้ในการ

ผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพสูง ซึ่งผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ และนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป ซึ่งผลการศึกษาของ Donkwa (2016) ได้วิจัยแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการศึกษานิเทศของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์อธิบายการเปลี่ยนแปลงของระดับความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมได้ร้อยละ 56.7 และพบว่า ปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดด้านการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และด้านเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจเป็นเพราะนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สะท้อนให้เห็นความสามารถในการสร้างและการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ขององค์กร เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญที่องค์กรต่างๆ ได้กำหนดนโยบายที่จะส่งเสริมแนวทางการเกิดนวัตกรรมในการผลิตสินค้าเพื่อให้องค์กรอยู่รอดพร้อมๆ กับการใช้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นตัวขับเคลื่อนความสำเร็จที่สามารถวัดได้จากการเพิ่มขึ้นของผลการดำเนินงาน จึงทำให้นวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Boonyoo (2018) พบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมเป็นปัจจัยคั่นกลางระหว่างการเป็นผู้ประกอบการสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sawangrat (2015) ได้ศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของความเป็นผู้ประกอบการมุ่งเน้นการตลาดการมุ่งเน้นนวัตกรรม และการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่าความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางตรงต่อมุ่งเน้นนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญและมีอิทธิพลสูง และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และพบว่าความเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญมากสำหรับการผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารเกิดการมุ่งเน้นนวัตกรรมโดยมีการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากด้านต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกมีรูปแบบและวิธีการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ Karabulut (2015) ได้ศึกษาผลกระทบของนวัตกรรมต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจการผลิตในตุรกี พบว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมกระบวนการ และนวัตกรรมองค์กรมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพทางการเงิน นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเพิ่มเติมหลายครั้งพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Hassan et al. 2013)

สรุป

จากข้อค้นพบสรุปได้ว่า ความเป็นผู้ประกอบการ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย โดยพบว่า ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความมุ่งมั่นในการแข่งขันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมมากที่สุด ในขณะที่ปัจจัยความเป็นผู้ประกอบการด้านความมีนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมมากที่สุด โดยปัจจัยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้องค์ความรู้ และปัจจัยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ด้านการพัฒนาและแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยในภาพรวมมากที่สุด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งกรมส่งเสริมการเกษตรซึ่งมีพันธกิจโดยตรงในการดูแลธุรกิจสมุนไพรไทย รวมถึงสถาบันการศึกษา

และผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทยควรบูรณาการการทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาทักษะในความเป็นผู้ประกอบการ และสร้างกระบวนการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย นอกจากนี้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจสมุนไพรไทยเอง ควรบูรณาการการทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนาทักษะในความเป็นผู้ประกอบการ สร้างความคิดที่เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของความคิดสร้างสรรค์ของทรัพยากรมนุษย์ และการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ รวมถึงมรดกทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีผ่านการตระหนักถึงนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการวิจัยในครั้งนี้ สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะสำหรับเป็นแนวทางในการทำวิจัยครั้งต่อไป โดยผู้ที่สนใจควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาด้านการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม และด้านการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญาของธุรกิจสมุนไพรไทย โดยอาจใช้วิธีการสัมภาษณ์ หรือการจัดประชุมกลุ่มย่อย จะช่วยให้ธุรกิจสมุนไพรไทยมีแนวทางในการพัฒนาในด้านดังกล่าวยิ่งขึ้น และควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจสมุนไพรไทยต้นแบบ รวมถึงวิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศเพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจสมุนไพรไทยได้อย่างตรงประเด็น และสามารถเป็นต้นแบบการพัฒนาแก่ธุรกิจสมุนไพรไทยได้

References

- Boonyoo, T. (2018). Mediation Effect Innovation in Transferring Effects of Organizational Culture, Market Orientation, Knowledge Management and Entrepreneurship to Sustainable Competitive Advantage of Footwear and Leather Goods Industry. *Ph.D. in Social Sciences Journal*, 8(Special Edition), 45-62.
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Techniques* (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Department of Agricultural Extension. (2020). *Report on the Type of Community Enterprise that Has Been Approved for Registration, Classified by Area*. Retrieved August 1, 2020, from http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_smce_type.php?type_smce=1&levelSearch=1®ion=&province=&hur=&typeDate=2&date_start=&date_end=01/08/2563.
- Donkwa, K. (2016). *A Model of Factors in Creative Economics and Innovative Behavior Affecting the Long-Run AEC Strategies of Thailand*. Management Technology, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology.
- Hassan, M., Shaukat, S., Saqib, M., & Naz, S. (2013). Effects of Innovation Types on Firm Performance: An Empirical Study on Pakistan's Manufacturing Sector. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 7(2), 243-262.

- Jiraphanumes, K. , Aujiapongpan, S. , & Chamchang, P. (2011). The Effect of Entrepreneurial and Strategic Orientation on Innovativeness and Performance: The Empirical Study of the Listed Companies in the Market for Alternative Investment (MAI). *Journal of Management Sciences*, 28(1), 1-15.
- Karabulut, A. T. (2015). Effects of Innovation Types on Performance of Manufacturing Firms in Turkey. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 195, 1355-1364.
- Laistrooglai, A. (2009). Creative Economy Mapping: New Economic System. *Brand Age Essential*, 3, 22-23.
- Ministry of Public Health and Public-Private Organizations. (2016). *National Master Plan for Thai Herbs Development No. 1 (2017-2021)*. Nonthaburi: Department of Thai Traditional and Alternative Medicine, Ministry of Public Health.
- Na Ayudhaya, S.K. (2010). *Creative Economy: A New Alternative to Develop the Thai Economy*. Bangkok: Bangkok University.
- Na Ubon, A. (2016). *The Development of Guidelines for Promoting Open Innovation in the Innovation Processes of Software Industry in Thailand*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Namwong, V. et al. (2019). Entrepreneurial Orientation of Retail Business Owners Participating in the Blue Flag Project in the Upper Northern Region of Thailand. *Business Administration Journal, Maejo University*, 1(1), 48-59.
- Sawangrat, N. (2015). Structural Effects of Entrepreneurship Market Orientation, Innovation Orientation and Learning Orientation on the Firm Performance. *Veridian E- Journal Silpakorn University: Humanities, Social Sciences, and Arts*, 8(3), 958-975.
- Silpjaru, T. (2014). *Statistical Research and Analysis with SPSS and AMOS*. (15th Edition). Bangkok: S. R. Printing Massproducts.
- Vanichbuncha, K. (2013). *Statistical Analysis: for Administration and Research*. (14th Ed.). Bangkok: Statistics, Faculty of Commerce and Accountancy, Chulalongkorn University.