

โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย

The Causal Model of Innovativeness of Halal Food Business in Southern Border Provinces of Thailand

ปาริฉัตร ฐุดำ¹ และมุหำหมัด สาละบิง¹

Parichat Thudam and Muhammad Salaebing

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 225 แห่ง เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมลิสเรล ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 181.99$, $df = 80$, $\chi^2/df = 2.27$, $RMSEA = 0.075$, $CFI = 0.98$) โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และการเรียนรู้ขององค์การสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมได้ร้อยละ 58 และพบว่าความสามารถทางนวัตกรรมได้รับอิทธิพลรวมจากการจัดการความรู้มากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.39 และความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.51

คำสำคัญ: โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ / ความสามารถทางนวัตกรรม / ธุรกิจอาหารฮาลาล

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Thailand

^{*} Corresponding author E-mail: mmoth19@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were to develop a structural equation model of the factors that have an impact on innovativeness halal food business. The research samples were 225 entrepreneurs halal food business in southern border provinces. The data were collected by questionnaire. Data was significantly statistical analyzed by using LISREL program. The results indicated the developed model was valid and fitted to empirical data ($\chi^2= 181.99$, $df=80$, $\chi^2/df=2.27$, $RMSEA=0.075$, $CFI=0.98$). Moreover, the results reveal that transformational leadership, organizational learning and knowledge management were described 58 percent of the variance of innovativeness. Knowledge management had the highest total effect on innovativeness with effect size of 0.39 at the significance level of 0.05 and innovativeness had the direct effect on organizational performance with effect sizes 0.51 at the significance level of 0.05.

Keywords: The Causal Model / Innovation Performance / Halal Food Business

บทนำ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อตรวจสอบว่าตัวแปรใดบ้างที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาล อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาลใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดต่อไป ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงใช้การวิเคราะห์ด้วยโมเดลสมการโครงสร้างซึ่งเป็นวิธีการวิเคราะห์ที่รวมตัวแปรแฝงเข้าไปในโมเดลการวิเคราะห์ ผลที่ได้จากการศึกษานี้ จะเป็นข้อมูลที่สำคัญในการ

จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพขององค์การในการผลิตสินค้าและบริการฮาลาล เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฮาลาลต่อไป

ในยุคปัจจุบันสภาพแวดล้อมทางการจัดการมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความสามารถในการแข่งขันขององค์การ โดยเฉพาะการตอบสนองความต้องการลูกค้า โดยการสร้างความแตกต่างในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น การสร้างสรรค์นวัตกรรมจึงเป็นสิ่งจำเป็นในการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน นวัตกรรมเป็นผสมผสานความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการทางการตลาดและการพัฒนาความรู้ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจในยุคปัจจุบันจึงมาจากการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้บริโภค องค์การจำเป็นต้องมีความสามารถในการนำความรู้ที่มีอยู่มาสร้างนวัตกรรมเพื่อองค์การได้เปรียบในการแข่งขัน การจัดการนวัตกรรมจึงเป็นแนวคิดการจัดการธุรกิจที่ได้รับ ความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน องค์การธุรกิจต่างๆ ล้วนแล้วแต่ต้องการนวัตกรรม เพื่อที่จะรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและเพื่อให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ในอนาคต นวัตกรรมจึงเป็นกลยุทธ์ในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม โดยมุ่งเน้นตอบสนองกลุ่มลูกค้าในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แนวทางการผลิตใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

อาหารฮาลาลเป็นอาหารหรือผลิตภัณฑ์อาหารซึ่งอนุมัติตามบัญญัติศาสนาอิสลามให้มุสลิมบริโภคหรือใช้ประโยชน์ได้ ในปัจจุบันประชากรมุสลิมทั่วโลกมีจำนวนประมาณเกือบสองพันล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 30 ของประชากรโลก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ตลาดสินค้าอาหารฮาลาลจึงเป็นตลาด

ขนาดใหญ่ ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพด้านอาหาร แต่จากข้อจำกัดด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นจากวิกฤติเศรษฐกิจ การกีดกันทางการค้าที่เพิ่มมากขึ้น ความพร้อมของผู้ประกอบการในประเทศ ส่งผลให้ประเทศไทยมียอดส่งออกอาหารฮาลาลน้อยกว่าที่ตั้งเป้าหมายไว้ ประกอบกับสถานการณ์การแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลโลกมีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจอาหารฮาลาลในประเทศไทยไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร รัฐบาลจึงมีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารฮาลาลเพื่อการส่งออก โดยการพัฒนาวัตถุดิบ การส่งเสริมผู้ประกอบการ การแสวงหาตลาด และการพัฒนากลไกการรับรองมาตรฐานอาหารฮาลาลให้เป็นที่น่าเชื่อถือ ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นการส่งเสริมศักยภาพขององค์การธุรกิจในการคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้าและบริการฮาลาลใหม่ๆ ที่ได้คุณภาพ ออกสู่ตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นสิ่งจำเป็นในการแข่งขันในตลาดอาหารฮาลาลซึ่งมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของตัวแปรปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย และตรวจสอบความสัมพันธ์ของร่องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ การเรียนรู้ขององค์กรที่ส่งผลต่อการเกิดความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กรในธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

นวัตกรรมและความสามารถทางนวัตกรรม

Uajirapongpun et al. (2010) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรมว่าหมายถึง สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพ และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ บริการใหม่ หรือกระบวนการใหม่ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม เช่นเดียวกับ Smits (2002) ซึ่งได้กล่าวว่ำนวัตกรรมเป็นความสำเร็จของการผสมผสานเชื่อมโยงเครื่องมือและความคิดให้เป็นประโยชน์ในทางเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับ Utterback (2004) ซึ่งอธิบายว่านวัตกรรมเป็นการต่อยอดสิ่งประดิษฐ์ให้เป็นที่ยอมรับของตลาด ในลักษณะของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือเป็นกระบวนการใหม่ที่มีการพัฒนาขึ้นมาใช้เป็นครั้งแรกและก่อให้เกิดประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ Rogers (1995) ได้ให้ความหมายของนวัตกรรม (Innovation) ว่าเป็นความคิด การกระทำ หรือวัตถุใหม่ๆ ซึ่งถูกรับรู้ว่าเป็นสิ่งใหม่ ด้วยตัวบุคคลแต่ละคนหรือหน่วยอื่นๆ ของการยอมรับในสังคม ในการพิจารณาสิ่งใดว่าเป็นนวัตกรรมนั้น ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคลว่าเป็นสิ่งใหม่สำหรับบุคคลหรือกลุ่มนั้น จากข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีผู้ให้ความหมายของนวัตกรรมไว้หลากหลาย สามารถสรุปนิยามความหมายของนวัตกรรมได้ว่านวัตกรรมเป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นแนวคิด กระบวนการทำงาน สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการใช้ความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพและความคิดสร้างสรรค์พัฒนาขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือปรับปรุงจากของเดิมที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม

สำหรับความหมายของความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) มีผู้ให้ความหมายไว้ในหลายลักษณะ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความหมายของความสามารถทางนวัตกรรม

นักวิชาการ (ปี)	ความหมาย
Lumpkin and Dess (1996)	แนวโน้มขององค์กรที่จะมีส่วนร่วมและสนับสนุนให้เกิดความคิดใหม่ๆ หรือสิ่งแปลกใหม่ การทดลอง ตลอดจนกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่อาจส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ บริการหรือกระบวนการทางเทคโนโลยีใหม่ รวมทั้งการแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์
Hurley and Hult (1998)	การเปิดรับความคิดใหม่ๆ จัดเป็นวัฒนธรรมขององค์กรแบบหนึ่ง
Calantone et al. (2002)	การเปิดรับความคิดใหม่ๆ เปรียบเสมือนวัฒนธรรมขององค์กรที่เต็มใจจะทดลอง ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการคิดหาวิธีการดำเนินงานใหม่ๆ
Hult, Hurley and Knight (2004)	ความสามารถขององค์กรที่จะนำเสนอกระบวนการใหม่ ผลิตภัณฑ์หรือแนวคิดใหม่ๆ ในองค์กร
Matsuo (2006)	แนวโน้มขององค์กรที่จะสนับสนุนการเกิดนวัตกรรม
Nybakk et al. (2009)	แนวโน้มในการสร้างหรือนำมาซึ่งผลิตภัณฑ์ กระบวนการและระบบการดำเนินงานใหม่ๆ
Moos et al. (2010)	ความสามารถขององค์กรที่จะสร้างและยอมรับนวัตกรรมมาใช้ภายในองค์กร

ดังนั้นจากข้างต้นจะเห็นได้ว่านวัตกรรมมีความหมายแตกต่างจากความสามารถทางนวัตกรรม โดยความสามารถทางนวัตกรรมเป็นความสามารถขององค์กรในการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ หรือคิดค้นสิ่งใหม่ๆ แสดงให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรที่จะสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นมิติในการอธิบายถึงบรรยากาศขององค์กรหรือวัฒนธรรมขององค์กรที่เอื้อให้เกิดนวัตกรรม ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมขององค์กรที่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมและมุ่งเน้นการแข่งขันด้วยนวัตกรรมขององค์กร องค์กรจึงจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรม

เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมมีความสำคัญในการส่งเสริมก่อให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรม ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งขององค์การที่สนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมและทำให้องค์การบรรลุผลสำเร็จในระยะยาวและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าความสามารถทางนวัตกรรมหมายถึงวัฒนธรรมขององค์การหรือพฤติกรรมระดับขององค์การที่แสดงให้เห็นถึงการเปิดรับ การประยุกต์ใช้นวัตกรรมหรือวิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวข้อง ผู้วิจัยกำหนดแบบจำลองความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยประกอบด้วยตัวแปรแฝงภายนอก 1 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแฝงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตัวแปรแฝงภายใน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแฝงการจัดการความรู้ ตัวแปรแฝงการเรียนรู้ขององค์การ ตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม และตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานขององค์การ ซึ่งสามารถพัฒนาขึ้นเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการวิจัยดังรูปที่ 1 และมีสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ

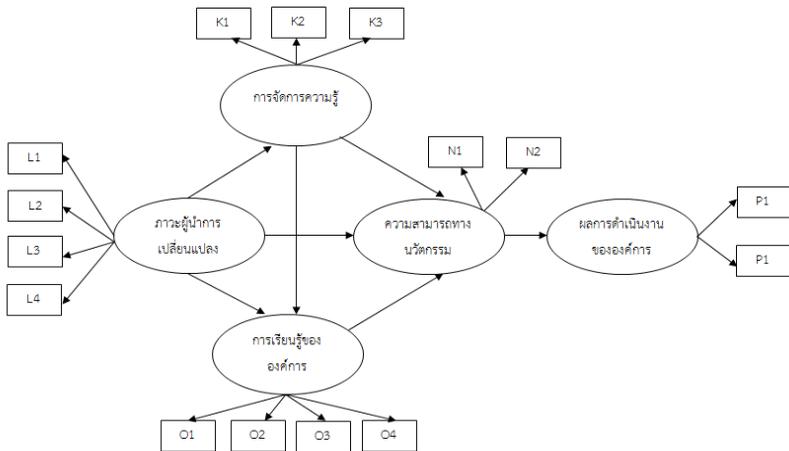
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ตัวแปรการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ตัวแปรการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ตัวแปรการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สถานประกอบการธุรกิจขนาดเล็กในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยที่จดทะเบียนรับรองมาตรฐานสากล ณ ฝ่ายกิจการสากล สำนักงานคณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 269 แห่ง (Darakai et al., 2013) สำหรับการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างระดับองค์กรในงานวิจัยนี้ได้พิจารณาจากแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน ได้แก่ Wiratchai (1999) และ Jackson (2003) เสนอว่าอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่างและตัวแปรสังเกตได้ ควรจะเป็น 20:1 ขณะที่

Vanichbuncha (2014) แนะนำว่าขนาดตัวอย่างจะเป็น 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งถ้าหากอาศัยเกณฑ์นี้ งานวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตได้รวม 15 ตัวแปร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 150-300 ตัวอย่าง ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกกำหนดจำนวนตัวอย่างเท่ากับ 225 ตัวอย่าง ซึ่งเป็นการกำหนดขนาดตัวอย่าง 15 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ และเป็นขนาดที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้บริหาร หัวหน้าฝ่าย และตำแหน่งอื่นๆ ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรม สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กร จำนวน 1 คน ต่อสถานประกอบการ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรแฝง 5 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอก 1 ตัวแปร คือ ตัวแปรแฝงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ตัวแปรแฝงภายใน 4 ตัวแปร ได้แก่ ตัวแปรแฝงการจัดการความรู้ ตัวแปรแฝงการเรียนรู้ขององค์กร ตัวแปรแฝงความสามารถทางนวัตกรรม และตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานขององค์กร ตัวแปรแฝงเหล่านี้สามารถวัดได้จากตัวแปรสังเกตได้รวมทั้งหมด 15 ตัวแปร กล่าวคือ (1) ตัวแปรแฝงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ การมีอิทธิพลทางความคิด การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นทางปัญญา และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (2) ตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการเงิน และผลการดำเนินงานด้านลูกค้า (3) ตัวแปรแฝงการจัดการความรู้ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร ได้แก่ การแสวงหาความรู้ การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (4) ตัวแปรแฝงการเรียนรู้ขององค์กร ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ตัวแปร ได้แก่ ความคิดสร้างสรรค์และการเปิดใจทดลองสิ่งใหม่ ปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมภายนอก การยอมรับความผิดพลาดและความเสี่ยง และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (5) ตัวแปรแฝง

ความสามารถทางนวัตกรรม ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 2 ตัวแปร ได้แก่ ความสามารถทางด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และความสามารถทางด้านนวัตกรรมกระบวนการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ซึ่งเก็บข้อมูลเกี่ยวกับตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด ซึ่งข้อคำถามเป็นมาตราวัด 5 ระดับ จากนั้นทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือในด้านความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน โดยผลจากการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถามพบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.6 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามในการศึกษาครั้งนี้มีคุณภาพที่เหมาะสม มีความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา ภาษา และสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้ หลังจากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 แห่ง แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อดำเนินการหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการตรวจสอบความสัมพันธ์ของแต่ละข้อคำถามกับคะแนนรวมของแบบสอบถาม (Item-total Correlation) และค่าความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยเกณฑ์มาตรฐานกำหนดค่า Item-total Correlation ควรมากกว่า 0.3 (Field, 2005) และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของแต่ละตัวแปรควรมีค่ามากกว่า 0.70 (Hair et al., 2010) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ข้อคำถามมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อระหว่าง 0.414-0.893 และค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.705-0.939 แสดงว่าแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพและมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าสถิติพื้นฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ โดยค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมในการประมาณค่าด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimate) ด้วยการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล ซึ่งควรมีค่าความเบ้น้อยกว่า 2.0

และค่าความโต่งน้อยกว่า 7.0 (Kline, 2010) โดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows ในการคำนวณ ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบปัญหาการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป LISREL

ผลการวิจัย

ในการนำเสนอผลการวิจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ประเด็นแรกเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าสถิติพื้นฐาน ประเด็นที่สองเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรสังเกตได้ พบว่าค่าเฉลี่ยของตัวแปรส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก การแจกแจงของข้อมูล เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่าส่วนใหญ่มีค่าความเบ้เป็นลบหรือมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าข้อมูลของตัวแปรเหล่านี้สูงกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.739 ถึง 0.586 และเมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) ของตัวแปร พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าความโด่งเป็นบวกหรือมีการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะที่มียอดสูงหรือโค้งมาก โดยมีค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.391 ถึง 1.602 เมื่อพิจารณาตามหลักเกณฑ์ซึ่งกำหนดว่าค่าความเบ้ควรน้อยกว่า 2.0 และค่าความโด่งควรน้อยกว่า 7.0 (Kline, 2011) จึงสามารถ

สรุปได้ว่า ตัวแปรสังเกตได้มีการแจกแจงของข้อมูลไม่เบี่ยงเบนมากจากการแจกแจงปกติ และเหมาะสมที่ใช้วิธีการประมาณค่าด้วยวิธีความเป็นไปได้สูงสุด (Maximum Likelihood Estimate)

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของอาหารฮาลาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย จากผลการวิเคราะห์ความกลมกลืนของแบบจำลองตามกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าไค-สแควร์มีค่าเท่ากับ 181.99 ที่องศาอิสระเท่ากับ 80 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์เท่ากับ 2.27 ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.075 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่าเท่ากับ 0.98 และดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.90 แสดงว่าโมเดลสมการโครงสร้างความสามารถทางนวัตกรรมมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การจัดการความรู้ และการเรียนรู้ขององค์การสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรในปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมได้ร้อยละ 58 และพบว่าความสามารถทางนวัตกรรมได้รับอิทธิพลรวมจากการจัดการความรู้มากที่สุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.39 และความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.51

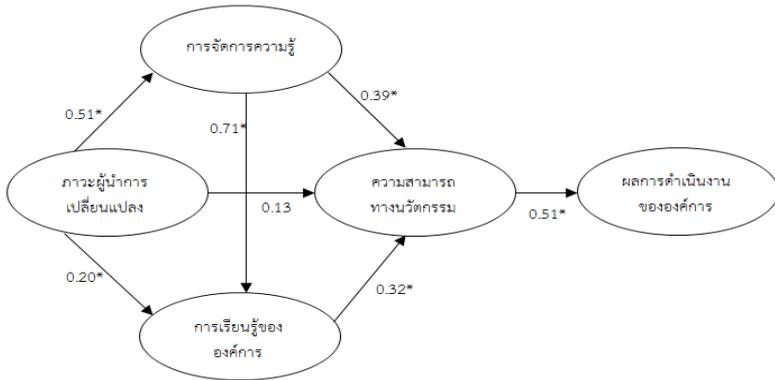
ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝงต่างๆ ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง มีการยอมรับสมมติฐาน รวม 6 ข้อ กล่าวคือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการความรู้ ($\beta=0.51, p<.05$) (ยอมรับ H1) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ ($\beta=0.20, p<.05$) (ยอมรับ H3) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ ($\beta=$

0.71, $p < .05$) (ยอมรับ H4) การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ($\beta = 0.39$, $p < .05$) (ยอมรับ H5) การเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ($\beta = 0.32$, $p < .05$) (ยอมรับ H6) ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ($\beta = 0.51$, $p < .05$) (ยอมรับ H7) และมีการปฏิเสธสมมติฐาน 1 ข้อ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ($\beta = 0.13$, $p > .05$) (ปฏิเสธ H₂)

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน พบว่าตัวแปรแฝงภายนอกภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลทางตรงกับตัวแปรแฝงภายในความสามารถทางนวัตกรรม แต่จะมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการความรู้และการเรียนรู้ขององค์กร ส่วนผลการวิเคราะห์ค่าอิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝงภายใน พบว่าตัวแปรแฝงภายในการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงกับความสามารถทางนวัตกรรมสูงสุด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.39 และความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.51

เมื่อพิจารณาแต่ละตัวแปร พบว่า ตัวแปรการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และตัวแปรการจัดการความรู้มีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร โดยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ผ่านตัวแปรการเรียนรู้ขององค์กร ขณะที่ตัวแปรภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ผ่านตัวแปรการจัดการความรู้และ

การเรียนรู้ขององค์กร และตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร



รูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสามารถทางนวัตกรรม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดล

ตัวแปรเชิงผล	R ²	อิทธิพล	ตัวแปรเชิงสาเหตุ			
			ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	การจัดการความรู้	การเรียนรู้ขององค์กร	ความสามารถทางนวัตกรรม
การจัดการความรู้	0.26	TE	0.51*	-	-	-
		IE	-	-	-	-
		DE	0.51*	-	-	-
การเรียนรู้ขององค์กร	0.70	TE	0.57*	0.71*	-	-
		IE	0.37*	-	-	-
		DE	0.20*	0.71*	-	-
ความสามารถทางนวัตกรรม	0.58	TE	0.51*	0.62*	0.32*	-
		IE	0.38*	0.23*	-	-
		DE	0.13	0.39*	0.32*	-
ผลการดำเนินงานขององค์กร	0.36	TE	0.26*	0.32*	0.16*	0.51*
		IE	0.26*	0.32*	0.16*	-
		DE	-	-	-	0.51*

สรุปผลการศึกษาและการอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรม ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าองค์กรที่มีความสามารถทางนวัตกรรมจำเป็นต้องมีลักษณะภายในองค์กรที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรม แต่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงอาจจะไม่ส่งเสริมให้เกิดความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรโดยตรง เนื่องจากลักษณะของผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้นำมุ่งเน้นให้ผู้ตามมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีเป้าหมายร่วมกับสมาชิกในองค์กร สร้างแรงจูงใจให้แก่สมาชิกในองค์กร การยอมรับความเสี่ยงและความผิดพลาดเป็นกระบวนการแรกของการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องมีศักยภาพในการช่วยสมาชิกในองค์กรสร้างและใช้ความรู้ เพื่อพัฒนานวัตกรรม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจึงมีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมของการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในองค์กร จากข้างต้น สามารถอธิบายได้ว่าการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมมากกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์กร และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร ผ่านการเรียนรู้ขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Aragon-Correa et al. (2007) ซึ่งทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและการเรียนรู้ขององค์กรที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานขององค์กรในประเทศสเปน พบว่าการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมมากกว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพล

ทางตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ ผ่านการเรียนรู้ขององค์การ

การเรียนรู้ขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าการเรียนรู้ขององค์การส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ (Liao & Wu, 2010; Garcia-Morales et al., 2012; Aragon-Correa et al., 2007) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการเรียนรู้ขององค์การการช่วยเพิ่มความสามารถขององค์การในการพัฒนาความรู้และความเข้าใจในการจัดการกับสภาพแวดล้อมทางการบริหารขององค์การ ผ่านการศึกษาความต้องการของลูกค้า กลยุทธ์ของคู่แข่งชั้น และทรัพยากรที่มีภายในองค์การ เพื่อทำความเข้าใจจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์การ นำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ ออกแบบและสร้างสรรค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าที่เหนือกว่าให้แก่ลูกค้าและสร้างผลการดำเนินงานที่เหนือกว่าขององค์การ

การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าการจัดการความรู้ส่งผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ (Huang & Li, 2009; Liao & Wu, 2010) สามารถอธิบายได้ว่าการจัดการความรู้มีความสำคัญต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การ เนื่องจากการจัดการความรู้เป็นการรวบรวมความรู้ที่มีอยู่ในองค์การให้เป็นระบบ ส่งผลให้มีการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้สร้างเป็นองค์ความรู้ใหม่ เป็นการเพิ่มพูนความรู้ใหม่ภายในองค์การ ทำให้เพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่องค์การ

ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์การ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การมีส่งผลต่อผลการดำเนินงานขององค์การ (Hult, Hurley & Knight, 2004; Rhee et al., 2010) แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนำองค์การไป

สู่เป้าหมาย ช่วยให้องค์การสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น และเป็นการเพิ่มผลการดำเนินงานทางด้านการเงินในรูปของผลกำไรและยอดขายที่สูงขึ้น เนื่องจากความสามารถทางนวัตกรรมเป็นพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมขององค์การที่สนับสนุนให้พนักงานในองค์การคิดสร้างสรรค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ รวมทั้งกระบวนการหรือแนวทางในการทำงานเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานให้ดีขึ้น ความสามารถทางนวัตกรรมจึงมีส่วนสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรม สินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด องค์การจำเป็นต้องมีความสามารถทางนวัตกรรม ความสามารถทางนวัตกรรมจึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญสำหรับองค์การในการบรรลุผลสำเร็จในระยะยาวและทำให้องค์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ และส่วนที่สองเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานตลอดจนกำหนดกลยุทธ์การบริหารธุรกิจอาหารฮาลาล ดังนี้

1) เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวมของตัวแปรแฝงต่างๆ ในแบบจำลอง พบว่า การจัดการความรู้มีอิทธิพลรวมต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าในภาพรวมการจัดการความรู้มีความสำคัญต่อความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานขององค์การในระดับสูง นอกจากนี้ การจัดการความรู้ยังส่งผลโดยตรงต่อการเรียนรู้ขององค์การ ซึ่งการเรียนรู้ขององค์การจะนำไปสู่ความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานที่สูงขึ้น องค์การควรส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ภายในองค์กร การ วิสัยทัศน์และกลยุทธ์ของผู้บริหารระดับสูงในองค์กรเป็นแรงผลักดันให้เกิดการจัดการความรู้ในองค์กร ผู้บริหารต้องสร้างบรรยากาศในองค์กรสนับสนุนให้มีการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กรในทุกระดับตั้งแต่ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา ระหว่างเพื่อนร่วมงาน และระหว่างหน่วยงาน ทำให้ความรู้ที่มีอยู่แพร่กระจายและไหลเวียนทั่วทั้งองค์กร ช่วยเพิ่มพูนความรู้ขององค์กรที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และนำความรู้ที่ได้รับมาใช้ในการปฏิบัติจริง โดยเป็นการตอบสนองในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ การพัฒนากระบวนการผลิต หรือสินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ขององค์กร เกิดเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ ขององค์กร เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

2) จากผลการศึกษา พบว่าการเรียนรู้ขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และเป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างตัวแปรการจัดการความรู้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง กับตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้ขององค์กรมีความสำคัญต่อความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานขององค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อม เนื่องจากในปัจจุบันธุรกิจอาหารฮาลาลมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจอาหารฮาลามีการแข่งขันที่สูงขึ้น เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินการต่อไปได้ จำเป็นต้องมีการพัฒนาธุรกิจโดยการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องขององค์กร การเรียนรู้ขององค์กรเป็นการเพิ่มความสามารถขององค์กรในการพัฒนาความรู้และความเข้าใจในการจัดการกับสภาพแวดล้อมทางการบริหารขององค์กร เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ขององค์กร องค์กรควรจัดทำกิจกรรมสนับสนุนการเรียนรู้ขององค์กร เช่น การให้คำปรึกษา การให้ข้อมูลป้อนกลับ การฝึกอบรม การสอนงาน ฯลฯ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ มีบทบาทสำคัญต่อการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ของบุคคลในองค์กร รวมทั้งการสร้างวัฒนธรรมการทำงานในองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรมีพฤติกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และให้อิสระแก่สมาชิกในองค์กรนำวิธีการใหม่ๆ มาใช้ในการทำงาน

และยอมรับความผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้น จะส่งผลให้เกิดความรู้ใหม่ๆ และมีการนำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาปรับปรุงวิธีการดำเนินงานภายในองค์กร เกิดเป็นนวัตกรรมและส่งผลให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

3) จากผลการศึกษา พบว่าความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร แสดงให้เห็นว่าความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย ช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารฮาลาลจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมขององค์กร โดยการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรให้เป็นวัฒนธรรมหลักขององค์กร ทั้งความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ โดยการเปิดรับ การประยุกต์ใช้วิธีการใหม่ๆ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค และความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการพัฒนากระบวนการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่องค์กร ในรูปของการลดขั้นตอนการผลิต การเพิ่มคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ การผลิตที่เร็วขึ้น การส่งมอบสินค้าที่รวดเร็วขึ้น รวมถึงการลดต้นทุนการผลิตให้ต่ำลง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงแนวคิดกระบวนการ วิธีการทำงาน เพื่อพัฒนาระบบการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพิ่มขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาธุรกิจให้เติบโตและแข็งแกร่ง ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป นักวิชาการที่สนใจสามารถนำแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นในครั้งนี้นำไปทดสอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในบริบทของธุรกิจหรือกลุ่มตัวอย่างอื่น โดยเลือกใช้ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ที่เหมาะสมกับ

บริบทของธุรกิจนั้น เพื่ออธิบายความสามารถทางนวัตกรรมขององค์การของกลุ่มธุรกิจอื่นต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นงานนำเสนอผลการวิจัยเรื่องแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยซึ่งได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ กองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยทักษิณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2558 ผู้วิจัยขอขอบคุณ กองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยทักษิณในการสนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยมา ณ โอกาสนี้

References

- Aragon-Correa, J. A., et al. (2007) Leadership and organizational learning's role on innovation and performance: Lessons from Spain, *Industrial Marketing Management*, vol. 36, pp. 349-359.
- Calantone, R. J., et al. (2002) Learning orientation, firm innovation, and firm performance, *Industrial Marketing Management*, vol. 31, no. 6, pp. 515-524.
- Darakai, I., et al. (2013) Halal food investment in southern Thailand province (การลงทุนธุรกิจอาหารฮาลาลในจังหวัดชายแดนใต้ของประเทศไทย), Bangkok: Thailand Research Fund (TRF). (in Thai)
- Field, A. (2005) *Discovering statistics using SPSS*, 2nd edition, Thousand Oaks, CA: Sage Publication.
- García-Morales, V. J., et al. (2012) Transformational leadership influence on organizational performance through organizational learning and innovation, *Journal of Business Research*, vol. 65, pp. 1040-1050.

- Hair, J. F., et al. (2010) *Multivariate data analysis: A global perspective*, 7th edition, Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall
- Huang, J.-W. & Li, Y.-H. (2008) The mediating effect of knowledge management on social interaction and innovation performance, *International Journal of Manpower*, vol. 30, no. 3, pp. 285-301.
- Hult, G. T. M., et al. (2004) Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance, *Industrial Marketing Management*, vol. 33, pp. 429-438.
- Hurley, R. F. & Hult, G. T. (1998) Innovation, market orientation and organizational learning: An integration and empirical examination, *Journal of Marketing*, vol. 62, pp. 42-54.
- Jackson, D. L. (2003) Revisiting sample size and number of parameter estimates: Some support for the N: Q hypothesis, *Structural Equation Modeling*, vol. 10, no. 1, pp. 128-141.
- Kline, R. B. (2011) *Principles and practice of structural equation modeling*, 3rd edition, New York: The Guilford Press.
- Liao, S. H. & Wu, C. C. (2010) System perspective of knowledge management, organizational learning, and organizational innovation, *Expert Systems with Applications*, vol. 37, pp. 1096-1103.
- Lumpkin, G. T. & G. G. Dess. (1996) Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance, *Academic Management Review*, vol. 21, no. 1, pp. 135-172.

- Matsuo, M. (2006) Customer orientation, conflict, and innovativeness in Japanese sales departments, *Journal of Business Research*, vol. 59, pp. 242-250.
- Moos, B., et al. (2010) *Suggestions for measuring organizational innovativeness: A review*, Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS), Kauai (HI).
- Nybakk, E., et al. (2009) Antecedents to forest owner innovativeness: An investigation of the non-timber forest products and services sector, *Forest Ecology and Management*, vol. 257, pp. 608-618.
- Rhee, J., et al. (2010) Drivers of innovativeness and performance for innovative SMEs in South Korea: Mediation of learning orientation, *Technovation*, vol. 30, pp. 65-75.
- Rogers, E. M. (1995) *Diffusion of Innovation*, 4th edition, New York: The Free Press.
- Smits, R. (2002) Innovation studies in the 21st century: Questions from a user's perspective, *Technological Forecasting & Social Change*, vol. 69, no. 9, pp. 861-883.
- Uajirapongpun, S., et al. (2010) Innovation: Meaning, type, and importance of entrepreneurship (นวัตกรรม: ความหมาย ประเภท และความสำคัญต่อการเป็นผู้ประกอบการ), *Journal of Business Administration*, vol. 33, no. 128, pp. 49-65. (in Thai)
- Utterback, J. M. (2004) The dynamics of innovation, *Educause Review*, vol. 39, no. 1, pp. 42-51.

- Vanichbuncha, K. (2014) *Analysis of the equation of a project with AMOS*
(การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงการด้วย AMOS), 2nd edition, Bangkok:
Three Lada. (in Thai)
- Wiratchai, N. (1999) *LISREL modeling: Analytical statistics for research*
(โมเดลลีสมวล: สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัย), Bangkok: Chulalongkorn
University. (in Thai)