

การจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน ผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

จิตาทิพ ปานโรจน์^{1*} และธนิษฐ์ รัตนพงศ์ภิญโญ¹

¹สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*panrod_t@su.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน ผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการชุมชนที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าวในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทำการทดสอบสมมติฐานและการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) การคำนวณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ดำเนินการตามหลักของ Hair, Black, Babin & Anderson ได้ขนาดที่เหมาะสมกับการสมการโครงสร้างนี้จำนวน 290 ตัวอย่าง

ผลการศึกษาพบว่า ทุนทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการชุมชนจำแนกเป็น ทุนความเป็นสถาบัน ซึ่งมีทุนทางเศรษฐกิจและเครือข่ายทางสังคม เป็นองค์ประกอบสำคัญ และ ทุนความเป็นตัวตน ซึ่งมีค่านิยมส่วนบุคคล และทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เป็นองค์ประกอบสำคัญ ทุนทางวัฒนธรรมทั้งสองประเภทคือ ทุนความเป็นสถาบัน และทุนความเป็นตัวตน ส่งผลการดำเนินงาน โดยทุนความเป็นสถาบันส่งผลโดยตรง และส่งผลผ่านทุนความเป็นตัวตน ไปยัง ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม ผู้ประกอบการชุมชน ผลิตภัณฑ์มะพร้าว

The Cultural Capital Management affecting Entrepreneurial Performance of Coconut Product Communities in Prachuap Khiri Khan Province

Thidatip Panrot^{1*} and Taninrat Rattanapongpinyo¹

¹Business Innovation Management Department, Faculty of Management Science, Silpakorn University

*panrod_t@su.ac.th

Abstract

This article aimed to study the influence of Cultural capital effects on the performance of entrepreneurs of Coconut Product Communities in Prachuap Khiri Khan Province. Quantitative research study collected data by questionnaire from samples using simple random sampling method. The population used in this research were the community entrepreneurs in Prachuap Khiri Khan Province that operated a business related to coconut products. The research hypothesis testing and the analysis of the research results used a Structural Equation Model (SEM), which calculates the sample used in the analysis, according to Hair, Black, Babin & Anderson had shown a size suitable for this structural equation 290 samples.

The results of the study found that the Cultural capital of community entrepreneurs was classified as: Institutionalized cultural capital which had Economic capital and Social networks as the important elements and Incorporated cultural capital which had personal values and entrepreneurial skills as the important elements. The two types of cultural capital that composed of Institutionalized and Incorporated cultural capital resulted in performance, the institutionalized cultural capital had a direct effect. and affected through Incorporated cultural capital to the performance of coconut product community entrepreneurs in Prachuap Khiri Khan Province.

Keywords: Cultural capital, Community entrepreneur, Coconut product

1. บทนำ

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital) มีความหมายทั้งในแง่ของคุณค่าและมูลค่าทางสังคมสำหรับประเทศที่มีประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมสืบต่อกันมาเป็นเวลายาวนานเช่นสังคมไทย โดยมีนัยยะที่อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมสองด้านด้วยกัน คือ ความเป็นสถาบัน (Institutionalized State) เช่น กฎเกณฑ์ การยอมรับที่หลายๆ คนเห็นร่วมกัน เช่น การยอมรับในสถาบันครอบครัว วัด โรงเรียน ทำให้เกิดความสามัคคี ประเพณี วัฒนธรรม หรือกิจกรรมร่วมกันของสังคมและ ความเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในตัวคนหรือกลุ่มคน (Embodied and Objectified State , Incorporated State) เช่น ความคิด จินตนาการ ความคิดริเริ่ม ความเชื่อ ทักษะคติ ภาษา พฤติกรรม มรดกจากการหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) รวมทั้งการแสดงออกทางวัตถุ สิ่งก่อสร้าง และสถานที่ [1]

การหลอมรวมจากองค์ประกอบทั้งสองด้านดังกล่าว ส่งผลต่อวิถีชีวิตของคนในสังคมไทย รวมทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ กล่าวโดยสังเขป คือ วัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถมาเสริมสร้างการผลิตสินค้าและบริการได้ โดย

ใช้แนวความคิดการสร้างสรรค์คุณค่า รวมถึงการสร้างตราสัญลักษณ์สินค้าไทยที่มีเอกลักษณ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรม เช่น งานฝีมือและของที่ระลึก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผลงานศิลปะสาขาต่างๆ หรืออุตสาหกรรมศิลป์ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การพัฒนาทุนมนุษย์ และพิพิธภัณฑ์สถานและกิจกรรมทางสังคมที่เกี่ยวข้อง ในทางสังคมวัฒนธรรมเรื่องระบบคุณค่า ค่านิยม ความเชื่อ จารีตประเพณีที่ดีงาม เช่น ระบบเครือญาติ การมีจิตสำนึกสาธารณะ การมีน้ำใจและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่สามารถผลักดันให้คนในสังคมเข้ามามีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนซึ่งจะทำให้สังคมเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน สำหรับด้านการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมสามารถนำวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมและภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นการใช้ชีวิตที่สอดคล้องกับสภาพธรรมชาติ มาใช้ในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพเดิมหรือมีความสมบูรณ์ได้มากขึ้น เช่น การทำฝายต้นน้ำ ประเพณีสืบชะตาแม่น้ำ การเคารพผีปู่ตา การบวชป่า การขอขมาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ปกปักรักษาธรรมชาติ ฯลฯ [2]

ในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเสมือนสมบัติของชาติให้คงอยู่ และสามารถพัฒนาต่อไปได้ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการกลยุทธ์และมาตรการในหลายด้านไปพร้อมกัน ซึ่งอย่างน้อยจะต้องกำหนดเป็นวัตถุประสงค์อย่างน้อย 3 ประการด้วยกัน คือ ประการที่ 1 การฟื้นฟู ถอดคุณค่า พัฒนา และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ โดยการประสานด้านวิชาการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ประการที่ 2 การจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยการสร้างและพัฒนาแหล่งข้อมูลและกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และประการที่ 3 การเสริมสร้างระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและเอื้ออำนวยต่อการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม โดยส่งเสริม และสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานวัฒนธรรมของตนเอง

งานวิจัยการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่ผ่านมาในประเทศไทย มักจะเกี่ยวข้องกับชุมชนในประเด็นการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทุนทางวัฒนธรรมกับกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ [1] ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน [2] ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชน ชุมชนเข้มแข็งบนฐานทุนทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน การศึกษาทุนทางวัฒนธรรมชาติพันธุ์ในมิติการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อยกระดับเศรษฐกิจชุมชน ทุนทางวัฒนธรรมกับการส่งเสริมศักยภาพชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี [3] รูปแบบการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย [4] และ การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเมืองในเขตเทศบาลนคร โดยมีเพียงงานของ [5] ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางวัฒนธรรมกับการประกอบการโดยเน้นว่า วัฒนธรรมเปรียบเสมือนต้นน้ำในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จึงเป็นโอกาสสำหรับการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หรือนำเนื้อหาทางวัฒนธรรมไปเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจนอกจากนี้แล้ว งานวิจัยเกือบทั้งหมดเน้นการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ

งานวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดประเด็นการศึกษาเรื่อง การจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน จากแนวความคิดทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยเลือกทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการชุมชนที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับ ผลิตภัณฑ์มะพร้าวในเขตจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทั้งนี้เนื่องด้วย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดในเขตภาคกลางตอนล่างซึ่งมีเขตแดนติดต่อกับภาคใต้ เป็นจังหวัดชายทะเลภูมิประเทศในพื้นที่บางตอนเป็นที่ราบลุ่มและต่ำมาก ลักษณะดินเป็นดินดอนเหมาะสำหรับใช้ปลูกพืชไร่ ภูมิอากาศมีฝนตกชุกเกือบตลอดปีไม่ร้อนจัดและหนาวจัดจึงเหมาะในการทำสวนมะพร้าว และเป็นแหล่งผลิตมะพร้าวที่มีคุณภาพของประเทศ นอกจากนี้แล้วความเป็นเมืองโบราณที่มีประวัติของชุมชนมาแต่ครั้งกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานีทำให้มีการสืบต่อวัฒนธรรมประเพณีมาอย่างยาวนาน ก่อให้เกิดการสะสมของทุนทางวัฒนธรรมมาจนถึงปัจจุบัน วิถีชีวิตของชาวสวนมะพร้าวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการประกอบการในผลิตภัณฑ์มะพร้าว จึงมีความสัมพันธ์กันมาโดยตลอดกับทุนทางวัฒนธรรมดังกล่าว และเป็นสาเหตุที่ทำให้คณะผู้วิจัยสนใจศึกษาในเรื่องนี้ ด้วยหวังว่า ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับทิศทางการวิจัยของมหาวิทยาลัยในเรื่องของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พื้นที่จังหวัดภาค

กลางตอนล่าง อันประกอบด้วย เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานของวัฒนธรรมของประเทศ เศรษฐกิจฐานราก การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในพื้นที่บนฐานทรัพยากรท้องถิ่น และการยกระดับรายได้ของท้องถิ่น

1.1. วัตถุประสงค์งานวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2 ขอบเขตการวิจัย

1.2.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาในประเด็น การสำรวจองค์ประกอบและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการชุมชน ศึกษาการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการ และศึกษาอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชน นอกจากนี้หลังจากสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยโดยการศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง จะได้ทำการทดสอบสมมติฐานสามประการ คือ 1. ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) 2. ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) และ 3. ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance)

1.2.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวของอำเภอต่างๆในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองประจวบคีรีขันธ์ อำเภอกุยบุรี อำเภอทับสะแก อำเภอบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย อำเภอปราณบุรี อำเภอหัวหิน และ อำเภอสามร้อยยอด

1.2.3 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษานี้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling) โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าว ได้แก่ ผู้ผลิตมะพร้าวแปรรูปเป็นกะทิสด คุ้มนมะพร้าว น้ำมันมะพร้าว สบู่สกัดจากน้ำมัน งานแปรรูปเส้นใย ชุยมะพร้าว กาบมะพร้าวสับ กะลามะพร้าว ตลอดจนไม้แปรรูปมะพร้าวสำหรับงานก่อสร้าง คณะผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ของ [6] ที่เหมาะสมกับการสมการโครงสร้างควรมีอย่างน้อย 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ ซึ่งการศึกษานี้มีจำนวน 13 ตัวแปร จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 130 - 260 ตัวอย่าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 260 ตัวอย่าง

1.2.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา 15 เดือน ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2566 – เดือนพฤษภาคม 2567 โดยแยกเป็นการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น ลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงานการศึกษา และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

2. ทบทวนวรรณกรรม

1.2 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural capital)

ทุนวัฒนธรรม หมายถึง คุณค่าและมูลค่าทางสังคมที่ชุมชนนั้นๆ ยึดถือสืบต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน เป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ประกอบด้วยทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) ของแต่

ละบุคคลที่ได้รับสืบทอดกันมา เช่น อาชีพ การศึกษา ประเพณี วัฒนธรรม สถาบันครอบครัว การประกอบการ กิจกรรมสังคม ฯลฯ และ ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) ที่สร้างขึ้นหรือสั่งสมมาในตัวบุคคล เช่น ความสามารถ ทักษะ นิสัย พฤติกรรม บรรทัดฐานในการทำงาน รวมถึง ค่านิยมหรือวิถีชีวิตของบุคคล เช่น ความคิด จินตนาการ ความคิดริเริ่ม ความเชื่อ ทศนคติ ภาษา และมรดกจากการหล่อหลอมทางสังคม (Socialization) เป็นต้น

ในการจัดการทุนทางวัฒนธรรม การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมจะต้องดำเนินการใน 3 ด้านที่สำคัญได้แก่ ด้านที่ 1 การฟื้นฟู ถอดคุณค่า พัฒนา และต่อยอดทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ โดยการประสานด้านวิชาการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ ภายใต้แนวคิดแบบพลวัต ด้านที่ 2 การจัดการองค์ความรู้และสร้างภูมิคุ้มกันทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาแก่ประชาชนอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง โดยการสร้างและพัฒนาแหล่งข้อมูลและกระบวนการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม และด้านที่ 3 การเสริมสร้างระบบบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพและเอื้ออำนวยต่อการขับเคลื่อนทุนทางวัฒนธรรม โดยส่งเสริม และสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการดำเนินงานวัฒนธรรมของตนเอง รวมทั้งประสานกับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง [7]

ผลการดำเนินงาน (Corporate performance)

ผลการดำเนินงาน ขององค์กร หมายถึง การประเมินว่าองค์กรดำเนินการตามตัวชี้วัดสำคัญที่กำหนดไว้ได้ดีเพียงใด โดยทั่วไปแล้วเป็นการประเมินด้านการเงิน การตลาด การดำเนินงานภายใน และผลกระทบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร ตามหลักการของ การประเมินแบบสมดุล (Balance scorecard) [8]

การจัดการผลการประกอบการ หรือ การจัดการผลการดำเนินงาน (Corporate performance management: CPM) เป็นกระบวนการและวิธีการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดวางกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กรให้สอดคล้องกับแผนและการดำเนินการ เพื่อควบคุมความสำเร็จขององค์กร โดย CPM คือชุดย่อยของระบบธุรกิจอัจฉริยะ หรือ Business Intelligence (BI) ที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและจัดการประสิทธิภาพขององค์กร ตามตัวบ่งชี้ประสิทธิภาพหลัก (KPI) เช่น รายได้ ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ค่าเสียหาย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน และอื่นๆ ที่องค์กรกำหนดขึ้น จากงานวิจัยของ [9] พบว่า การประเมินและวัดผลการดำเนินธุรกิจมีความสำคัญและเป็นลักษณะเฉพาะ องค์กรต่าง ๆ จึงต้องแสวงหาเครื่องมือการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สอดคล้องกับพันธกิจอยู่เสมอ

2.1.2 ผลผลิตภัณฑมะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

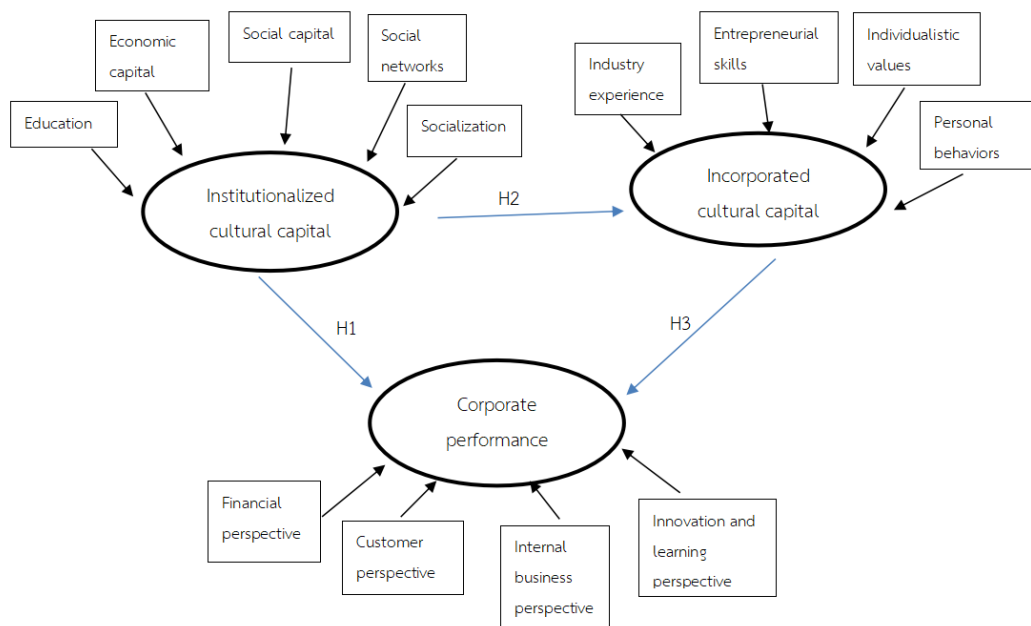
มะพร้าว ถือว่าเป็นพืชพรรณล้ำค่า เป็นพืชที่คู่ครัวคนไทย เมื่อมีมะพร้าว สามารถทำอาหารได้หลายอย่าง ทั้งคาวและหวาน สำหรับมะพร้าวทึบสะเกเป็นมะพร้าวที่นิยมเอามาใช้ทำกะทิแกงมาก เพราะว่ามีขนาดใหญ่ เนื้อสีขาวหนา มีความมัน รสชาติหอมและมันเมื่อเป็นกะทิ ทำให้มะพร้าวทึบสะเกเป็นที่นิยมปลูกกันแพร่หลาย มะพร้าวทึบสะเก มีชื่อเสียงมานานตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ จึงมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวข้องกับมะพร้าวมากมาย นอกจากมีการซื้อขายผลมะพร้าวแล้ว ยังมีงานแปรรูปมะพร้าวเป็นกะทิตด วันมะพร้าว น้ำมันมะพร้าว สบู่สกัดจากน้ำมัน งานแปรรูปเส้นใย ชูยมะพร้าว กาบมะพร้าว สับ กะลามะพร้าว ตลอดจนไม้แปรรูปมะพร้าวสำหรับงานก่อสร้าง จากการรวบรวมข้อมูลเศรษฐกิจจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ณ ธันวาคม 2563

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยสำคัญๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ งานวิจัยเรื่อง Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States [12] ที่ศึกษาถึงทุนทางด้านการเงิน ทุนมนุษย์ และทุนทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยเน้นที่ทุนมนุษย์ซึ่งได้รับอิทธิพลต่อทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญ ต่อจากนั้น ในงานวิจัยของ [13] เรื่อง Linking the cultural capital of the entrepreneur and early performance of new ventures: A cross-country comparison ได้ขยายความบทบาทของปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทั้งสององค์ประกอบคือ ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital)

และ ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) โดยศึกษาองค์ประกอบแรกด้วยตัวแปร Industry experience และ Education ในขณะที่ ศึกษาองค์ประกอบหลังด้วยตัวแปร Entrepreneurial skills และ Individualistic values เกี่ยวกับอิทธิพลที่มีต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ และความพึงพอใจของผู้ประกอบการ นอกจากนี้แล้วในภาพรวมทาง เศรษฐกิจ บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างผลกระทบต่อภาพรวมก็ได้แสดงให้เห็นในงานวิจัยเรื่อง Do cultural capital and social capital matter for economic performance? An empirical investigation of tribal agriculture in New Caledonia [10] โดยปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทำงานร่วมกับ ทุนโครงสร้างทางสังคม และทุนมนุษย์

2.3 กรอบแนวคิดงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัย

H1 ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) โดย [8] พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา สอดคล้องกับงานของ [9] จากงานวิจัยดังกล่าวยังได้ขยายความบทบาทของปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทั้งสององค์ประกอบคือ ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) และ ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital)

H2 ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) จากงานวิจัยของ [9] พบว่าทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ และความพึงพอใจ ของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ในภาพรวมทางเศรษฐกิจ บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างผลกระทบต่อภาพรวมก็ได้ แสดงให้เห็นในงานวิจัยของ [10] โดยปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทำงานร่วมกับ ทุนโครงสร้างทางสังคม และทุนมนุษย์

H3 ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) จากงานวิจัยของ [9] พบว่าทุนความเป็นตัวตนมีอิทธิพลต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ โดยศึกษาจาก องค์ประกอบด้วยตัวแปร Industry experience Entrepreneurial skills และ Individualistic values

3. วิธีการดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าว ได้แก่ ผู้ผลิตมะพร้าวแปรรูปเป็นกะทิสด วนมะพร้าว น้ำมันมะพร้าว สบู่สกัดจากน้ำมัน งานแปรรูปเส้นใย ขุยมะพร้าว กาบมะพร้าวสับ กะลามะพร้าว ตลอดจนไม้แปรรูปมะพร้าวสำหรับงานก่อสร้าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ งานวิจัยนี้คณะผู้วิจัยใช้การทดสอบสมมติฐาน และการวิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยแบบจำลองเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ซึ่งจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์ของ [6] ที่เหมาะสมกับการสมการโครงสร้างควรมีจำนวนอย่างน้อย 10-20 เท่าของจำนวนตัวแปรที่สังเกตได้ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีจำนวน 13 ตัวแปร จำนวนกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจึงควรมีประมาณ 130 - 260 ตัวอย่าง ดังนั้น จึงใช้กลุ่มตัวอย่างไม่ต่ำกว่า 260 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (simple random sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ แบบสอบถาม โดยประกอบไปด้วย 6 ส่วนคือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับองค์ประกอบและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมของผู้ประกอบการชุมชน ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ทุนความเป็นสถาบัน และ ทุนความเป็นตัวตน โดยแจกแจงตามองค์ประกอบย่อยของทั้ง 2 ตัวแปร ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ได้แก่ ข้อเสนอแนะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และ ตอนที่ 6 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับ การจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และตรวจสอบเนื้อหาว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงและความถูกต้องของเนื้อหา (Validity) ตลอดจนความชัดเจนและการใช้ภาษาที่เหมาะสมซึ่งมีเกณฑ์วัดผลโดยพิจารณาจากคะแนน Index of Item-Objective Congruence หรือ IOC ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีคะแนน IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

หลังจากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อทดสอบความเหมาะสมเบื้องต้น (Pilot Test) กับกลุ่มตัวอย่างอีก 30 คน ที่เป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์มะพร้าวในเขต จังหวัดชุมพร โดยทำการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's alpha) เพื่อวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (Reliability) ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 [6]

3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้จะทำการเก็บตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการชุมชน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) จึงใช้แบบสอบถามออนไลน์โดยกสแกนคิวอาร์โค้ดในการเก็บข้อมูลเพื่อลดความเสี่ยงในการสัมผัสกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบฟอร์ม กูเกิล (Google Form) และสเปรดชีตกูเกิล (Google Spreadsheet) เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบสอบถาม และทำการกระจายแบบสอบถามด้วยการลงพื้นที่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

3.5 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) โดยใช้โปรแกรม AMOS ซึ่ง SEM เป็นเทคนิคทางสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยที่มีกรอบแนวคิดในการวิจัย (Research Framework or Conceptual Framework) ที่มี

แนวคิดทฤษฎีรองรับอยู่แล้ว โดยมีการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง และ สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และ การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model) เพื่อการทดสอบสมมติฐานในเรื่องของการศึกษาอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.5.1 การวิเคราะห์โมเดลการวัด (Measurement Model)

- การประเมินความเชื่อมั่นของตัวแปรโดยการคำนวณน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.6

- การประเมินความสอดคล้องภายในของตัวแปรสังเกตได้ (Internal Consistency) โดยการคำนวณค่าความเชื่อมั่นขององค์ประกอบ (Composite Reliability: CR) ซึ่งควรมีค่ามากกว่า 0.70

- การประเมินความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent Validity) โดยการคำนวณค่าความแปรปรวนเฉลี่ยขององค์ประกอบที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งควรมีค่าอย่างน้อย 0.50

- วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยมีการประเมินความสอดคล้องของทั้งโมเดล (Overall Goodness of Fit) เพื่อยืนยันว่าโมเดลทฤษฎีการวัดที่สร้างขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีดัชนีความสอดคล้องที่เป็นที่นิยมได้แก่ ไค - สแควร์สัมพันธ (Chi-Square/Degrees of Freedom: χ^2/df) ต้องมีค่าน้อยกว่า 5 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.9 และค่าดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้องของข้อมูล (Comparative Fit Index: CFI) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 จึงสามารถยอมรับโมเดลการวัดได้ และ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root mean square error of approximation: RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.08

3.5.2 การวิเคราะห์โมเดลโครงสร้าง (Structural Model)

หลังจากการวิเคราะห์โมเดลการวัดแล้วผลที่ออกมาที่มีความมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ แสดงว่าสามารถนำโมเดลดังกล่าวไปทำการทดสอบสมมติฐานได้ ซึ่งกำหนดค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติไว้ที่ 0.05 รวมถึงมีการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อค้นหาว่าตัวแปรตามที่กำลังศึกษานั้นเกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระอะไรบ้าง และตัวแปรอิสระนั้นมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากน้อยเพียงใด โดยมีการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect) ทางอ้อม (Indirect Effect) และอิทธิพลรวม (Total Effect)

4. ผลการวิเคราะห์

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ฉบับ ได้รับแบบสอบถามคืนทั้งสิ้นจำนวน 304 ฉบับ โดยมีแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์จำนวน 290 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับ (Response Rate) ร้อยละ 72.5 ซึ่งมีจำนวนมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.93 และ 42.07 ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสถึงร้อยละ 50 โดยอายุส่วนใหญ่อยู่ที่ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 35.1 มีรายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 29.43 ในส่วนของพื้นที่หลักในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ อยู่ในเขตอำเภอเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 35.60 โดยมีลักษณะการจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะดำเนินการเอง คิดเป็นร้อยละ 37.00 ซึ่งผู้ประกอบการเลือกสื่อโฆษณาหลักที่ทำให้ลูกค้ารู้จักและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านทางสื่อโฆษณาสังคมสมัยใหม่ มากถึงร้อยละ 55.53 ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการดำเนินกิจการมาเป็นระยะเวลา 11 – 15 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.50

4.2 วิเคราะห์โมเดลการวัด และการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

4.2.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของแบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยการพิจารณา ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading: SFL) โดยมีการปรับโครงสร้างโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยัน ด้วยการลดจำนวนตัวแปรในโมเดล 3 ตัว ได้แก่ การขัดเกลาทางสังคม (ICC5) ประสบการณ์ทางอุตสาหกรรม (INC1) และพฤติกรรมส่วนบุคคล (INC4) เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading: SFL) น้อยกว่า 0.60 ส่วนตัวแปรอื่นๆมีค่าน้ำหนักระหว่าง 0.60 - 0.806 ดังตารางที่ 2 ซึ่งถือว่าผ่านตามเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.6 (Hair et al., 2010) ทำให้ค่าสถิติทุกค่าอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ได้แก่ ค่าไค – สแควร์สัมพันธ์ (Chi-Square/Degrees of Freedom: χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.124 ตามเกณฑ์มีค่าน้อยกว่า 5 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) มีค่าเท่ากับ 0.9621 ตามเกณฑ์มีค่ามากกว่า 0.9 และค่าดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้องของข้อมูล (Comparative Fit Index: CFI) มีค่าเท่ากับ 0.971 ตามเกณฑ์มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 และ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root mean square error of approximation: RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.067 ตามเกณฑ์มีค่าน้อยกว่า 0.08

4.2.2 การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

1) การวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence Validity)

จากการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergence Validity) โดยการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading: SFL) ของตัวแปรสังเกตได้ตั้งที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าทุกตัวแปรสังเกตได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading: SFL) มากกว่า 0.6 ดังแสดงในตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าข้อมูลมีความเที่ยงตรงสูง [6]

2) การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE)

การตรวจสอบความเชื่อมั่นรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) และการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ซึ่งเป็น ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรแฝงที่ไปอธิบายตัวแปรสังเกตได้ โดยค่าความน่าเชื่อถือรวมของตัวแปรแฝง (Composite Reliability: CR) ควรมีค่ามากกว่า 0.60 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.741 และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.623 ซึ่งค่าที่ได้มากกว่า 0.60 ทุกค่า ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 [15] ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า มีค่าสูงสุดเท่ากับ 0.646 และค่าต่ำสุดเท่ากับ 0.563 จะเห็นได้ว่ามากกว่า 0.50 ทุกค่า แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรสังเกตได้อย่างเป็นเอกภาพดี การประเมินโมเดลการวัดได้หลักฐานที่ชัดเจนว่าการนิยามตัวแปรแฝงทั้งหมดถูกต้องและเชื่อถือได้ ดังแสดงในตารางที่ 3

นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's alpha) เพื่อวัดความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.7 ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.78 – 0.87 ซึ่งชุดคำถามในแบบสอบถามดังกล่าวถือว่ามีความน่าเชื่อถือสูง

ตารางที่ 3 การตรวจสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น

ตัวแปรแฝง/ตัวแปรสังเกตได้	SFL	AVE	CR
ทุนความเป็นสถาบัน (ICC): Cronbach α = 0.83		0.607	0.754
ICC1: การศึกษา	0.626		
ICC2: ทุนทางเศรษฐกิจ	0.682		
ICC3: ทุนทางสังคม	0.741		
ICC4: เครือข่ายทางสังคม	0.653		
ICC5: การขีดเขตทางสังคม*	0.450		
ทุนความเป็นตัวตน (INC): Cronbach α = 0.78		0.563	0.703
INC1: ประสบการณ์ทางอุตสาหกรรม*	0.413		
INC2: ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ	0.658		
INC3: ค่านิยมส่วนบุคคล	0.627		
INC4: พฤติกรรมส่วนบุคคล*	0.502		
ผลการดำเนินงานทางสังคม (CPM): Cronbach α = 0.87		0.646	0.752
CPM1: มุมมองทางการเงิน	0.623		
CPM2: มุมมองด้านลูกค้า	0.726		
CPM3: มุมมองภายในธุรกิจ	0.677		
CPM4: มุมมองด้านนวัตกรรมและการเรียนรู้	0.719		

* หมายถึงตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading: SFL) น้อยกว่า 0.60 และต้องตัดออกจากโมเดลสมการโครงสร้าง

Model fit: $\chi^2/df = 2.124$ GFI = 0.9621 CFI = 0.971 RMSEA = 0.067

4.3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง และการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.3.1. การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model)

คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยวิธีการ Maximum Likelihood โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อทำการเปรียบเทียบถึงความกลมกลืนระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยเกณฑ์ในการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่นิยมได้แก่ ไค – สแควร์สัมพัทธ์ (Chi-Square/Degrees of Freedom: χ^2/df) ต้องมีค่าน้อยกว่า 5 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) ควรมีค่ามากกว่า 0.9 และค่าดัชนีเปรียบเทียบความสอดคล้องของข้อมูล (Comparative Fit Index: CFI) ควรมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.9 จึงสามารถยอมรับโมเดลการวัดได้ และ ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Root mean square error of approximation: RMSEA) ควรมีค่าน้อยกว่า 0.08 ผลการวิเคราะห์พบว่า $\chi^2/df = 2.224$ GFI = 0.952 CFI = 0.977 และ RMSEA = 0.056 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของแบบจำลอง

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	ผลการพิจารณา
χ^2/df	< 5.00	2.224	ผ่านเกณฑ์
GFI	> 0.90	0.952	ผ่านเกณฑ์
CFI	> 0.90	0.977	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	\leq 0.08	0.056	ผ่านเกณฑ์

ตารางที่ 5 ค่าเบต้า (β) ของลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ลักษณะความสัมพันธ์	β	t-value
ICC -----> CPM	0.426	***
ICC -----> INC	0.335	**
INC -----> CPM	0.562	***

หมายเหตุ ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05, *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.001

จากตารางที่ 5 เมื่อพิจารณาจากค่าเบต้า (β) ที่มีค่ามากที่สุดไปยังค่าเบต้า (β) น้อยที่สุด พบว่าค่าเบต้า (β) สูงสุดมีค่าเท่ากับ 0.562 เป็นทุนความเป็นตัวตน (INC) ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางสังคม (CPM) รองลงมา คือค่าเบต้า (β) เท่ากับ 0.426 เป็นทุนความเป็นสถาบัน (ICC) ส่งผลต่อผลการดำเนินงานทางสังคม (CPM) และ ค่าเบต้า (β) เท่ากับ 0.335 เป็นทุนความเป็นสถาบัน (ICC) ส่งผลต่อทุนความเป็นตัวตน (INC) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แบบจำลองสมการโครงสร้างการจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คณะผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานเพื่อตอบคำถามการวิจัยและทำการทดสอบสมมติฐาน โดยมีผลการทดสอบดังรายละเอียดต่อไปนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) พบว่า ทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่าเบต้า (β) เท่ากับ 0.426 หมายความว่า ทุนความเป็นสถาบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไป 1 ส่งผลให้การดำเนินงานทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป 0.426 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 2 ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลต่อทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทุนความเป็นตัวตน โดยมีค่าเบต้า (β) เท่ากับ 0.335 หมายความว่า ทุนความเป็นสถาบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไป 1 ส่งผลให้ทุนความเป็นตัวตนเปลี่ยนแปลงไป 0.335 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานข้อที่ 3 ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ทุนความเป็นตัวตนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน โดยมีค่าเบต้า (β) เท่ากับ 0.572 หมายความว่า การที่ทุนความเป็นตัวตนมีการเปลี่ยนแปลงไป 1 ส่งผลให้ผลการดำเนินงานเปลี่ยนแปลงไป 0.572 ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการวิจัยพบว่า ทั้งการวิเคราะห์โมเดลการวัด และการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่น ยืนยันว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความถูกต้องเหมาะสม ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรตามแบบจำลองมีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน ทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลเชิงบวกต่อทุนความเป็นตัวตน และทุนความเป็นตัวตนมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน

6. อภิปรายผลการวิจัย

ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ [8] ที่พบว่า ทุนทางวัฒนธรรมส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกา เช่นเดียวกับงานของ [9] จากงานวิจัยดังกล่าวยังได้ขยายความบทบาทของปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทั้งสององค์ประกอบคือ ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) และ ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) ที่ต่างส่งผลต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

ทุนความเป็นสถาบัน (Institutionalized cultural capital) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) สอดคล้องกับงานวิจัยของ [8] พบว่าทุนความเป็นสถาบันมีอิทธิพลต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ และความพึงพอใจของผู้ประกอบการ นอกจากนี้ในภาพรวมทางเศรษฐกิจ บทบาทของทุนทางวัฒนธรรมที่สร้างผลกระทบต่อภาพรวมก็ได้แสดงให้เห็นในงานวิจัยของ [10] โดยปัจจัยทุนทางวัฒนธรรมทำงานร่วมกับ ทุนโครงสร้างทางสังคม และทุนมนุษย์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ ทุนความเป็นสถาบันส่งผลต่อทุนความเป็นตัวตน และมีอิทธิพลต่อผลการประกอบการหรือผลการดำเนินงานของกิจการนั่นเอง

ทุนความเป็นตัวตน (Incorporated cultural capital) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน (Corporate performance) สอดคล้องกับงานวิจัยของ [8] พบว่าทุนความเป็นตัวตนมีอิทธิพลต่อ ผลประกอบการของธุรกิจ โดยมีการศึกษาจากองค์ประกอบด้วยตัวแปร Industry experience Entrepreneurial skills และ Individualistic values ที่มีส่วนสำคัญในทุนความเป็นตัวตน และส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกิจการ

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

ผลการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของทุนทางวัฒนธรรม จำแนกเป็น ทุนความเป็นสถาบัน และทุนความเป็นตัวตน มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ องค์ประกอบทั้งสองเป็นปัจจัยที่จำเป็น และปัจจัยที่เพียงพอ ดังนั้น ตัวผู้ประกอบการเอง และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่จะต้องร่วมพิจารณา และส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยทั้งสอง โดยไม่อาจแยกพิจารณาโดยเอกเทศ หรือละเลยความสำคัญของตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง โดยอาจทำการจัดลำดับความสำคัญของการเสริมสร้างองค์ประกอบทั้งสอง ก่อนดำเนินการส่งเสริมให้เกิดการจัดการทุนทางวัฒนธรรมตามมา

7.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

ผู้ที่สนใจอาจนำแบบจำลองอิทธิพลของทุนทางวัฒนธรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ไปใช้ในการศึกษากับกรณีศึกษาชุมชนอื่นๆ ได้ แต่อย่างไรก็ดี การนำไปใช้จำเป็นต้องพิจารณาบริบทแวดล้อม และลักษณะพื้นฐานของชุมชนอื่นๆ ประกอบ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจน และถูกต้องมากขึ้น

นอกจากนี้ในการศึกษาเพิ่มเติม อาจจำเป็นต้องใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบ เพื่ออธิบายปรากฏการณ์และสาเหตุของผลการศึกษาดังกล่าว

8. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากกลุ่มตัวอย่าง อันได้แก่ ผู้ประกอบการชุมชนผลิตภัณฑ์มะพร้าว กลุ่มลูกค้าผลิตภัณฑ์มะพร้าวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ที่ได้กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และงานวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นจากนโยบายส่งเสริมการวิจัยของคณะกรรมการบริหารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยงานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการทำวิจัยจากกองทุนวิจัยและสร้างสรรค์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ประจำปีงบประมาณ 2565

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] Daranee Ployjun. (2016). Cultural Capital of The Hmong Hill Tribe with Strategies to Promote Creative Tourism, *The Journal of Social Communication Innovation*, 4 (1), 6-17. (In Thai)
- [2] Utitt Tahom, Pichit Wandee & Samran Dhurata (2015). Cultural Capital and Local Wisdom for Promoting Participation in Natural Resources and Environmental Management of Tama Community Buriram, *Journal of Environmental Management*, 11(2), 45-59. (In Thai)
- [3] Kanta Vilachai, Thanyarat Chaiyakarm & Khwanta Benchakhan (2023). Cultural Capital Integration for Community Management and Development through Community Participation: A Case Study of Dong Bang Community, Na Dun District, Maha Sarakham Province, *Journal of Politics, Administration and Law*, 15(2). 269-287. (In Thai)
- [4] Darin Warasap (2018). A Cultural Capital Management Model for Creative Tourism in Thailand, *ARU Research Journal*, 5(1), 17-24. (In Thai)
- [5] Krairoek Pinkaeo (2014). Creative economy, cultural capital and business opportunity, *Executive Journal*, 31(1), 32-37.
- [6] Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson, R. E. (2015). Multivariate Data Analysis. In D.L. Sparks (Eds.), *Data Analysis* (7th Ed). 56-89. Upper Saddle River: NJ Prentice Hall.
- [7] Omar Taouab & Zineb Issor. (2019). Firm Performance: Definition and Measurement Models, *European Scientific Journal*, 15(1), 93-106.
- [8] Phillip H. Kim, et. al. (2016). Access (Not) Denied: The Impact of Financial, Human, and Cultural Capital on Entrepreneurial Entry in the United States, *Small Business Economics*, 27(2), 5-22.
- [9] Erich J. Schwarz, et. al. (2017). Linking the cultural capital of the entrepreneur and early performance of new ventures: A cross-country comparison, *Journal for East European Management Studies*, 17(2), 149-183.
- [10] Natalia Zugravu-Soilita, et. al. (2021). Do cultural capital and social capital matter for economic performance? An empirical investigation of tribal agriculture in New Caledonia, *Ecological Economics*, 18(2), 1-15.