

## การพัฒนานวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร

### The Development of Management Innovation to Elevate Handicraft OTOP Group in Samutsakhon Province

สุภาณี อินทน์จันทน์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

supanee\_injun@hotmail.com

#### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) พัฒนารอบแนวคิดที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร (2) ศึกษาบริบทแวดล้อมและองค์ประกอบในการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร และ (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนานวัตกรรมการจัดการที่เหมาะสมกับการยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการวิจัยเชิงผสม โดยนำการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพเข้ามามีใช้ในการท้าวิจัยร่วมกัน เพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในการศึกษาวิจัยแต่ละข้อ สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการเบญจรงค์ในจังหวัดสมุทรสาคร และผู้สนับสนุนการบริหารจัดการและการสนับสนุนเครือข่ายของกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร

ผลการศึกษาพบว่า (1) กรอบแนวคิดที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการเพื่อยกระดับกลุ่มหัตถกรรม OTOP (เบญจรงค์) จังหวัดสมุทรสาคร ตัวแปรต้นประกอบด้วย Five Competitive Forces, McKinsey 7's Framework, The 7P's service marketing mix, Outsourcing และ Integration สำหรับตัวแปรตามประกอบด้วย Product innovation, Process innovation และ Market innovation (2) ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 101 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 65.30 อยู่ในอำเภอกระทุ่มแบน คิดเป็นร้อยละ 86.10 เป็นผู้ประกอบการหลัก คิดเป็นร้อยละ 60.40 มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 66.30 และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียน OTOP คิดเป็นร้อยละ 69.30 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการโดยรวมพบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดย Five Competitive Forces มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาตามลำดับดังนี้ The 7P's Services Marketing Mix, McKinsey 7's Framework และแนวคิดเรื่องอื่น ๆ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณ พบว่า The 7P's service marketing mix เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการพยากรณ์ความเป็นไปได้ของการพัฒนานวัตกรรมการจัดการฯ และยังพบว่า The 7P's service marketing mix เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กันในทางบวกกับการพัฒนานวัตกรรมการจัดการฯ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสรุปได้ว่าสมการพยากรณ์ที่ได้จากการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุคูณมีความสอดคล้องกับผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (3) ผลการวิจัยได้นำมาสู่ข้อเสนอแนะดังนี้ (3.1) ควรมีการสนับสนุนผู้ประกอบการเบญจรงค์ในด้านต่าง ๆ เช่น การศึกษาดูงาน การจัดทำแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงาน

