

อิทธิพลของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรม กลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย*

อัจฉรา เมฆสุวรรณ**

บุญทาวรรณ วิงวอน*** จตุพร สังขวรรณ****

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาเชิงสำรวจด้านทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาด การมีส่วนร่วมและผลการดำเนินงาน (2) ศึกษาอิทธิพลของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงาน และ (3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการโครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย วิเคราะห์ผลการดำเนินงาน จำแนกตามระดับการประเมินศักยภาพ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบน 8 จังหวัด จำนวน 258 เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม มาตรฐาน 7 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติอนุมานวิเคราะห์อิทธิพลเชิงโครงสร้างความสัมพันธ์ด้วยโปรแกรม AMOS 21.0 ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการศึกษาเชิงสำรวจพบว่า ให้ความสำคัญต่อทุนทางปัญญา เป็นอันดับแรก รองลงมาการมีส่วนร่วม ความสามารถทางการตลาด และผลการดำเนินงาน ทุกปัจจัยอยู่ในระดับค่อนข้างมาก
2. ผลการวิเคราะห์พบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน มากที่สุด รองลงมาทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด ส่วนที่เหลือมีค่าลดหลั่นกันไป
3. ผลการวิเคราะห์โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ โดยมีค่า $\chi^2=84.520$, $\chi^2/df=1.207$, GFI=0.971, CFI=0.997, RMSEA=0.025 ตามค่าสถิติมาตรฐานที่ดี (Goodness of fit)

คำสำคัญ: ทุนทางปัญญา, ความสามารถทางการตลาด, การมีส่วนร่วม, ผลการดำเนินงาน

* วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

** นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

*** รองศาสตราจารย์ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเซาธ์อีสท์บางกอก

**Effect of Intellectual Capital, Marketing Capability, Participation toward
Business Performance of Hand-Woven Cloth Community Enterprises
in Upper Northern Region of Thailand***

Atchara Meksuwan**

Boonthawan Wingwon*** Jathuporn Sangkhawan****

Abstract

The purposes of this research was to study (1) the descriptive of intellectual capital, marketing capability, participation and business performance (2) the effect of intellectual capital, marketing capability and participation toward business performance and (3) the consistency with in line of structural equation model. It was quantitative research with sampling group of 258 president and board in hand-woven cloth community enterprises at 8 Provinces Upper Northern Region. The data-collecting instruments were the set of 7 scaled questionnaire format descriptive statistics with percentage, average and standard deviation and inferential statistics structural effect with AMOS 21.0 program.

The findings showed that:

1. The descriptive study revealed that valued the importance of intellectual capital as first priority and followed by marketing capability, participation and business performance by all factors were valued as rather level.

2. The result of analysis of the marketing capability had the most direct effect toward business performance, and followed with intellectual had direct effect toward participation, intellectual had direct effect toward marketing capability with the remaining had lower.

3. The result of structural equation model to confirmatory factor analysis revealed that the applied variable measurement model which in line with empirical data by having the value of $\chi^2=73.887$, $\chi^2/df=1.274$, GFI=0.906, CFI=0.992, RMSEA=0.052 which indicated that the model was goodness of fit.

Keywords: Intellectual Capital, Marketing Capability, Participation, Business Performance

* Research Article from the thesis for the Doctor of Philosophy (Management), Lampang Rajabhat University

** Student in Doctor of Philosophy (Management), Lampang Rajabhat University.

*** Association Professor, Doctor of Philosophy (Management), Lampang Rajabhat University

**** Assistant Professor, Master of Business Administration, Southeast Bangkok College.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้การดำเนินงานของอุตสาหกรรมขยายตัวอย่างรวดเร็ว ด้วยการนำเครื่องจักรและเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญ ต่อการดำเนินงาน เพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่มีจุดสิ้นสุดของผู้บริโภค ทำให้อุตสาหกรรมทั้งขนาดใหญ่และเล็กต่างปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีการผลักดันและสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันและประสบความสำเร็จได้ ผ่านการสนับสนุนและผลักดันจากภาครัฐ (ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ. 2558, น. 30) สำหรับประเทศไทยได้ยกระดับคุณภาพการดำเนินธุรกิจ ด้วยการเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าที่มีศักยภาพ พร้อมทั้งได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอยู่เสมอ สินค้าที่ผลิตขึ้นมาเน้นเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาท้องถิ่น อัตลักษณ์ และวัฒนธรรมที่นำมาสร้างสรรค์และออกแบบสินค้า เน้นสินค้าที่ผลิตด้วยมือ มีความทนทาน ต่ออายุการใช้งาน (Wiboonpongse et al. 2007, p. 472)

วิสาหกิจชุมชน มีบทบาทในการพัฒนาชุมชน และการเชื่อมโยงวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาผสมผสานในด้านการผลิตของชุมชน ผ่านการนำทุนทางปัญญา ซึ่งประกอบด้วยทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ มายกระดับในเชิงบูรณาการ แต่อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนบางรายยังขาดการต่อยอดองค์ความรู้ แนวทางการปฏิบัติ และกลยุทธ์การต่อยอดเชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม ส่วนใหญ่ต้องเผชิญกับปัญหาของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด (Rosenbusch et. al. 2011, pp. 441-457) จำนวนสมาชิกกลุ่มที่ไม่เพียงพอต่อการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ไม่มีการวางตำแหน่งทางการแข่งขันของธุรกิจที่ชัดเจน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554, น. 4) ขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทำให้กลุ่มขาดความต่อเนื่องในการผลิต (ฉันทชัย เกียรติกุล. 2557, น. 177-191) การดำเนินงานที่ผ่านมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องปรับปรุง (กรมส่งเสริมการเกษตร. 2558) อย่างไรก็ตาม วิสาหกิจชุมชนได้มีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ก่อให้เกิดความสำเร็จ และมุ่งสู่ความยั่งยืน ดังนั้นจากปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ทำให้วิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรม ผ้าทอมือไม่สามารถประสบความสำเร็จ จึงเป็นที่มาของการทำวิจัยครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาเชิงสำรวจด้านทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาด การมีส่วนร่วมและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. ศึกษาอิทธิพลของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบสมการ โครงสร้างของวิสาหกิจชุมชนประเภท
หัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ทูทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม

สมมติฐานที่ 2 ทูทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 3 ทูทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถทางการตลาดที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 5 การมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน

สมมติฐานที่ 6 ผลการดำเนินงานที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนแนวคิด ทฤษฎีฐานทรัพยากร Barney (1991, pp. 99-120) และทฤษฎีการมีส่วนร่วม
ของ Cohen and Uphoffs (1980, pp. 213-235) และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการดำเนินงานธุรกิจของวิสาหกิจ
ชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือ สรุปได้ดังนี้

1. ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View Theory: RBV)

ทฤษฎีฐานทรัพยากรเป็นการสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานของการรวมกลุ่มที่มีทรัพยากรและ
ความสามารถของสมาชิกภายในองค์กรเป็นหลักของการขับเคลื่อน และนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิด
ความคุ้มค่ามากที่สุด โดยทรัพยากรมีคุณค่าและยากที่จะทดแทนหรือลอกเลียนแบบได้ยาก ส่งผลให้เกิด
ความได้เปรียบในการแข่งขันและทำให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง (Barney, 1991, pp. 99-120)

2. ทฤษฎีการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมตามแนวคิดของ Cohen and Uphoffs (1980, pp. 213-235) เน้นการบริหารจัดการภายใน
อย่างมีระเบียบ โดยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการของการตัดสินใจ ร่วมดำเนินงาน
รับผิดชอบร่วมกัน การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัย
ภายนอกที่อาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกลุ่ม เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาต่างๆ ตามมาภายหลัง

การวิจัยครั้งนี้มีการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และสรุปเป็นตัวแปรหลัก ได้ดังนี้

1. ทูทางปัญญา (Intellectual Capital)

แนวคิดของทูทางปัญญาเป็นแนวทางหนึ่งต่อการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน
ผ่านทรัพยากรขององค์กร การทำงานร่วมกัน ความไว้วางใจภายในกลุ่ม ผลักดันให้เกิดประสิทธิภาพขององค์กร

(Yasir et al. 2014, pp. 149-165) ทูทางปัญญา ประกอบด้วย ทูมนุษย์ ทูโครงสร้าง และทูความสัมพันธ์ เป็นสินทรัพย์ขององค์กรที่ไม่มีตัวตน เกิดขึ้นผ่านความรู้และการแลกเปลี่ยนระหว่างกัน (Bontis. 1999, pp. 433-462; Aslam et al. 2013, pp. 436-451)

2. ความสามารถทางการตลาด (Marketing Capability)

ความสามารถทางการตลาดเป็นการสร้างคุณค่าตัวผลิตภัณฑ์ที่ไม่ซ้ำใคร และยากต่อการเลียนแบบได้อาจเกิดจากทรัพยากรที่มีตัวตนและไม่มีตัวตน หรือความสามารถในการสร้างแบรนด์ เพื่อมุ่งเน้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการซื้อสินค้า รวมถึงเพิ่มยอดขายผ่านช่องทางการจัดจำหน่าย หรือช่องทางการให้บริการที่มากขึ้น (Day. 1994, pp. 37-54) ความสามารถทางการตลาด จำแนกได้ 6 ด้าน คือ (1) การวิจัยการตลาด (2) ราคาจำหน่าย (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (4) การจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (5) การส่งเสริมการตลาด และ (6) ความสามารถด้านการตลาด เพราะมีส่วนสำคัญต่อประสิทธิผลการดำเนินงาน เพื่อให้ได้เปรียบทางการแข่งขัน (Grant. 1991, pp. 114-135; ปุริดา กล้าประเสริฐ. 2553, น. 1-8)

3. การมีส่วนร่วม (Participation)

การมีส่วนร่วมมีความสำคัญกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการประสบความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยแนวทางมาปรับใช้ตามบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงไป และเป็นการพัฒนาชุมชน โดยมุ่งเน้นทุนมนุษย์อาศัยทูทางปัญญา ทูโครงสร้างและทูความสัมพันธ์เข้ามาใช้ให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและระดมสมอง พลังความคิดสร้างสรรค์ของสมาชิกกลุ่ม จัดทำเป็นกระบวนการสำหรับดำเนินการ เพื่อนำไปแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชนต่อไป (Hidayato and Setyady. 2014, pp. 88-98)

4. ผลการดำเนินงาน (Business Performance)

การดำเนินธุรกิจให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของกิจการ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ามากที่สุด (Raymond and St-Pierre, 2003) ตัวชี้วัดการดำเนินงานเชิงปริมาณ คือ (1) มุมมองด้านการเงิน (2) มุมมองด้านลูกค้า (3) มุมมองด้านกระบวนการ และ (4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต ส่วนตัวชี้วัดการดำเนินงานเชิงคุณภาพ คือ (1) ความพึงพอใจของลูกค้า (2) ความไว้วางใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ (3) คุณภาพบริการที่เหนือคู่แข่ง โดยผลลัพธ์ที่ได้จะเป็นคำตอบว่าเป็นไปตามเป้าหมายของธุรกิจ (บุญทวารณ วิงวอน. 2550, น. 139) ความสำเร็จจากการมีส่วนร่วมของบุคคลทั้งภายในและภายนอก เป็นผลมาจากกระบวนการเป้าหมายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชาชนและคณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมผ้าทอมือ ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จำนวน 8 จังหวัด ได้แก่ แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ และน่าน ผู้วิจัยทำการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Krejcie and Morgan (1970, pp. 607-610) ได้จำนวน 384 คน เพื่อเป็นการลดความคลื่อนจากการตอบแบบสอบถาม และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์น่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ เป็นจำนวน 600 คน โดยใช้เวลาประมาณ 5 เดือน (มีนาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2558) ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการส่งแบบสอบถามผ่านทางไปรษณีย์ และมีการติดตามด้วยตนเอง และแบบสอบถามที่ครบถ้วนใช้ได้จริงจำนวน 344 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 89.58

เครื่องมือวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม พัฒนามาจากแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 4 ปัจจัย คือ (1) ทูทางปัญญา คัดแปลงมาจากมาตรวัดของ Bateman and Snell (2009); Reed et al. (2006, pp. 867–893); Burt (1997, pp. 339–365) ให้พิจารณามุมมอง 3 ด้าน ได้แก่ ทูมนุษย์ ทูโครงสร้างและตูความสัมพันธ์ (2) ความสามารถทางการตลาด คัดแปลงมาจากมาตรวัดของ บูริคา กล้าประเสริฐ (2553, น. 1-8) (3) การมีส่วนร่วม คัดแปลงมาจากมาตรวัดของ Hidayato and Setyady (2014, pp. 88-98) และ (4) ผลการดำเนินงาน คัดแปลงมาจากมาตรวัดของ บุญทวารณ วังวอน (2550, น. 139); Raymond and St-Pierre (2003) โดยข้อคำถามใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ (7-point Likert scale) คือ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 7 หมายถึง มากที่สุด (Likert, 1970, p. 275)

การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha ของทูทางปัญญา เท่ากับ 0.976 ความสามารถทางการตลาด เท่ากับ 0.937 การมีส่วนร่วม เท่ากับ 0.963 และ ผลการดำเนินงาน เท่ากับ 0.948 ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป (Nunnally, 1978, p. 89) และค่าอำนาจจำแนกรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป (Field, 2013) ซึ่งยอมรับได้ และมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60– 1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการประสานงานกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด ผ่านทางโทรศัพท์ รวมทั้งสิ้น 600 ฉบับ แบ่งออกเป็น (1) ผู้วิจัยจัดส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปยัง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพร้อมกับหนังสือนำขอความอนุเคราะห์ในตอบแบบสอบถาม และ (2) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง และเดินทางเข้าร่วมงานมหกรรมแสดงสินค้าผ้าทอมือภาคเหนือตอนบน ซึ่งการเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนใช้เวลา 3 เดือนในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 ซึ่งได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาจำนวน 369 ฉบับ แบ่งออกเป็น ได้รับทางไปรษณีย์จำนวน 210 ฉบับ และเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จำนวน 48 ฉบับ ตรวจสอบแบบสอบถามที่ครบถ้วนของข้อมูลเหลือเพียง 258 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 67.19

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง สถิติอนุมานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ด้วยโปรแกรม AMOS 21.0

สรุปผลการวิจัย

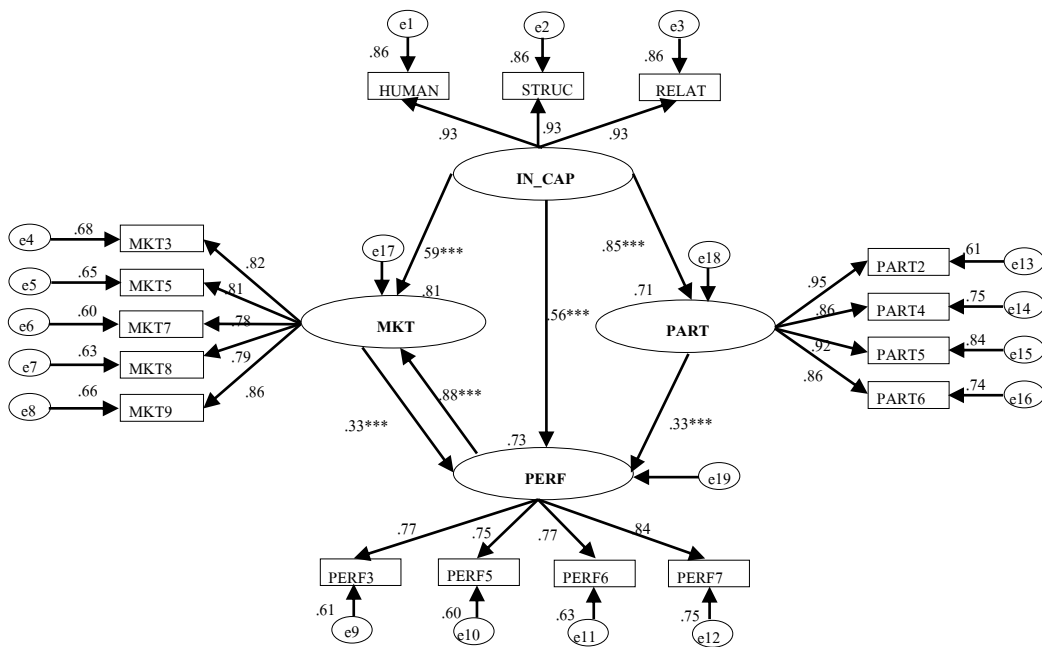
1. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของทุนทางปัญญา โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.11$) รองลงมา การมีส่วนร่วม โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 5.11$) ความสามารถทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.83$) และผลการดำเนินงาน โดยรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ($\bar{X} = 4.71$)

2. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลพบว่า ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน มากที่สุด รองลงมาทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด ส่วนที่เหลือมีค่าลดหลั่นกันไป

3. ผลการวิจัยตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 3 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้างของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาด และการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย พบว่าตัวแบบมีความสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยค่าสถิติไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 84.520 องศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 70, ค่า p-Value เท่ากับ 0.114 ผ่านเกณฑ์ ซึ่งมีค่ามากกว่า .05 หรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, ค่าไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.207 ผ่านเกณฑ์ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 2, ค่าสถิติของวัดการระดับความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.971, ค่าสถิติวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.997 ผ่านเกณฑ์คือ ต้องมีค่ามากกว่า 0.90 (Hair et al. 2006, pp. 751-753), ค่าความคลาดเคลื่อนของโมเดลในรูปแบบของรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (RMSEA) เท่ากับ 0.025 ผ่านเกณฑ์ซึ่งมี

ค่าน้อยกว่า 0.08 (Hair et al. 2006, pp. 753) ซึ่งค่าที่แสดงให้เห็นเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ทุกประการ จึงทำให้โมเดลมาตรวัดมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน (Model fit) กับ โมเดลทางทฤษฎี (Tabachnick and Fidell, 2007)

สรุปได้ว่าโมเดลสมการ โครงสร้างของทุนทางปัญญา ความสามารถทางการตลาด การมีส่วนร่วมและ ผลการดำเนินงานมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังภาพที่ 1



Chi-square = 84.520, Chi-square/df = 1.207, df = 70, P = 0.114, GFI = 0.971, CFI = 0.997,

RMR = 0.025, RMSEA = 0.025, NFI = 0.984

ภาพที่ 1 โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและทางอ้อมตามเพื่อตอบสนองมติฐานการวิจัย ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

1. สมมติฐานที่ 1 ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.59 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. สมมติฐานที่ 2 ทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.85 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. สมมติฐานที่ 3 ทูทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.56 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. สมมติฐานที่ 4 ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. สมมติฐานที่ 5 การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.33 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
6. สมมติฐานที่ 5 ผลการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.88 ซึ่งเป็นค่าอิทธิพลที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาอิทธิพลของทูทางปัญญา ความสามารถทางการตลาดและการมีส่วนร่วมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนประเภทหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ทูทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอมือต้องอาศัยทูทางปัญญาผ่านการบูรณาการทรัพยากรภายในชุมชน ร่วมกับการขับเคลื่อนในการสร้างสรรค์ผ้าทอมือให้มีมูลค่าเพิ่มด้วยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมาย้อมเป็นสีเส้นฝ้ายเพื่อนำมาถักทอเป็นผืนผ้า (ภัทรภรณ์ อินตานวล, 2557, สัมภาษณ์) และสามารถคงเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์เอาไว้ได้ เพื่อประโยชน์ต่อการสร้างความเปรียบในการแข่งขัน สนับสนุนผลการวิจัยของ Lu and Hung (2011, pp. 374-383) เสนอว่า ทูทางปัญญาที่มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการตลาด เนื่องจากมีส่วนช่วยผลักดันให้การดำเนินงานขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการหลายท่าน เช่น Hoffman (2000, pp. 1-16) ได้สรุปว่า ทูทางปัญญาเป็นสื่อกลางที่เชื่อมต่อทิศทางการตลาดซึ่งส่งผลดีต่อองค์การในการสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านทูทางปัญญา ดังนั้น องค์การควรมีการพัฒนาทุนมนุษย์ที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่าย ในการนี้ ต้องมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและความสามารถที่ได้สั่งสมมาเป็นความสามารถหลักทำให้เป็นคู่แข่งสำคัญในการสร้างศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานให้กับองค์กร ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ของทูทางปัญญากับความสามารถทางการตลาดสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

สมมติฐานที่ 2 ทูทางปัญญาที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการมีส่วนร่วม สนับสนุนกับแนวคิดของ Lynn (1999, pp. 590-603) การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอมือจำเป็นต้องอาศัยสมาชิกเครือข่ายของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตลอดกระบวนการทอผ้า หรือในบางขั้นตอน เพื่อแสวงหาแหล่งจัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งส่วน

ใหญ่สินค้าของแต่ละกลุ่มเป็นการทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเป็นหลัก ทั้งนี้สมาชิกกลุ่มเป็นคนในพื้นที่และมีความรู้ด้านการทอผ้าและกระบวนการทอผ้าด้วยการนำเอาทรัพยากรภายในพื้นที่มาประยุกต์ใช้อย่างเกิดประโยชน์ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน เช่น Lu and Hung (2011, pp. 374-383) ได้ข้อสรุปตรงกันว่า ทูทางปัญญาสามารถส่งผลกระทบต่อขีดความสามารถของแต่ละองค์กรที่ทำงานร่วมกันในทิศทางเชิงบวกทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ทูทางปัญญามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการทำงานร่วมกันกับองค์กรภายนอก โดยเฉพาะทูทางปัญญาที่มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็นทุนความสัมพันธ์ของสมาชิกกลุ่ม เพราะเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีและมีความผูกพันอย่างใกล้ชิดภายในกลุ่ม มีความไว้วางใจซึ่งกันและกันในการตัดสินใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในกลุ่ม มีสายสัมพันธ์อันดีกับผู้อำนวยการวิสาหกิจ มีความสามารถทำงานร่วมกับลูกค้าและเครือข่ายในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มอื่นๆ เพื่อนำมาปรับใช้ในการดำเนินงานของกลุ่ม

สมมติฐานที่ 3 ทูทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน สนับสนุนกับแนวคิดของ Edvinsson and Sullivan (1996, p. 356) เพราะการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกลุ่มผ้าทอมือภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานภายในพื้นที่ของชุมชนที่มีวิถีชีวิตประกอบอาชีพหลัก คือ อาชีพเกษตรกร โดยพื้นที่ของชุมชนประกอบด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายสามารถนำมาบูรณาการให้เกิดสินค้าที่สวยงามบนผืนผ้าทอได้อย่างลงตัว และถือว่าการทอผ้าเป็นรายได้เสริมซึ่งรายได้หลักส่วนใหญ่มาจากการทำเกษตรกรรม และสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจเป็นผู้สูงอายุที่ได้รับการสืบทอดการทอผ้ามาตั้งแต่สมัยอดีตและมีความรักที่จะสืบทอดการทอผ้ามาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผ้าทอ ส่งผลต่อการลอกเลียนแบบผ้าทอที่มาจากการผลิตโดยเครื่องจักรที่มีความคล้ายคลึงและมีราคาถูก แต่สำหรับผ้าทอด้วยมือที่มีกระบวนการผลิตที่สลับซับซ้อนต้องอาศัยระยะเวลาและต้องใช้ความประณีตในแต่ละผืนทำให้ผ้าทอด้วยมือมีราคาสูงส่งผลให้ลูกค้าบางรายไม่สามารถซื้อได้

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน และสมมติฐานที่ 6 ผลการดำเนินงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาด สนับสนุนกับแนวคิดของ Day (1994, pp. 37-54) เพราะวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือได้มีการพัฒนาและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือให้มีความหลากหลาย เป็นที่ต้องการของผู้ซื้อตั้งแต่ตลาดบนจนถึงตลาดล่างได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงมีการวางแผนทางด้านการตลาดร่วมกับหน่วยงานภาครัฐที่เข้ามาสนับสนุนด้านงบประมาณ และการประชาสัมพันธ์ให้บางกลุ่มเป็นแหล่งท่องเที่ยวและเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เข้ามาสัมผัส เรียนรู้ขั้นตอนการทอผ้าตั้งแต่เริ่มกระบวนการของการหาวัตถุดิบจนถึงการ

ออกแบบลายบนผ้าทอ ส่งผลให้การขับเคลื่อนของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดี ตลอดจนเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มได้มากยิ่งขึ้นนอกเหนือจากเป็นอาชีพรองจากอาชีพเกษตรกรรมภายในชุมชน จึงส่งผลให้เมื่อมีการขยายการตลาด

สมมติฐานที่ 5 การมีส่วนร่วมมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน สนับสนุนกับแนวคิดของ Asnarulkhadi and Fariborz (2011, pp. 186-195); มนตรี นุ่มนาม (2555, น. 101-114) อธิบายได้ว่า การที่สมาชิกกลุ่มทอผ้าได้มีโอกาสการทำงานร่วมกันในกระบวนการผลิตผ้าทอ ตั้งแต่การออกแบบลวดลายผ้าทอ การวางแผนการทำงาน การวางแผนขั้นตอนการผลิตจนสามารถสิ้นสุดกระบวนการผลิต การแสดงความคิดเห็นและการตัดสินใจ ร่วมสนับสนุน ร่วมสร้างเครือข่าย ทำให้กลุ่มทอผ้าสามารถบรรลุเป้าหมายและประสบความสำเร็จ อีกทั้งการมีส่วนร่วมของทุกคนในกลุ่มยังเป็นแรงผลักดันหลักในการอนุรักษ์กระบวนการและขั้นตอนการผลิตผ้าทอมือให้ดำรงอยู่สืบไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรผลักดันและสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดให้แก่ประธานและสมาชิกกลุ่มให้มีความรู้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลดีต่อสมาชิกกลุ่มได้นำความรู้มาประยุกต์ใช้กับกลุ่มของตนเองจนเกิดการสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้แก่สมาชิกกลุ่มและคนในชุมชน

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรมีการส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์ด้านหัตถกรรม ด้วยการเชื่อมโยงการผลิตหัตถกรรมสิ่งทอกับธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ถือเป็น การสร้างสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวซึ่งจะได้เรียนรู้การทอผ้าที่มีความหลากหลายตามบริบทของชุมชน ตลอดจนการหน่วยงานท้องถิ่นที่ดูแลแต่ละพื้นที่ควรส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงานในระดับชุมชนโดยมุ่งเน้นด้านการจัดสรรรายได้และสร้างรายได้ระดับชุมชน เพื่อหวังให้เกิดพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือซึ่งมีประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนอยู่รอด แต่ในอนาคตวิสาหกิจชุมชนผ้าทอมือที่มีประธานและสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ในการศึกษารั้งต่อไปควรมุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับทายาทรุ่นใหม่ในการขับเคลื่อนการผลิตสินค้าผ้าทอด้วยมือและออกแบบสินค้าใหม่ที่ทันสมัยและร่วมอนุรักษ์ผ้าทอมือในแต่ละชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจอย่างต่อเนื่องต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2558). ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจำแนกตามพื้นที่ ไตรมาสที่ 1 ปี 2558. สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2558, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/EVALUATION.html>.
- ชั้นยมีย เจียรกุล. (2557, มกราคม-มิถุนายน). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, 34(1), 177-191.
- บุญทวารณ วิงวอน. (2550). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. ลำปาง : สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- บุริดา กล้าประเสริฐ. (2553). อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย. *การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัย/สร้างสรรค์ “ศิลปากรวิจัย ครั้งที่ 4 : บูรณาการศาสตร์และศิลป์ คือ ศิลปากร ระหว่างวันที่ 19-21 มกราคม 2554 ณ ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบ พระชนมพรรษา มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จ.นครปฐม*.
- ภัทรภรณ์ อินตานवल. (2557). ปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอประดิษฐ์บ้านผาซ้อ อำเภอวังเหนือ จังหวัดลำปาง. *สัมภาษณ์*, วันที่ 19 ธันวาคม 2557.
- มนตรี นุ่มนาม. (2555, ธันวาคม). เครือข่ายความร่วมมือในการบริหารจัดการศิลปวัฒนธรรม โครงการประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเมืองบางขลัง จังหวัดสุโขทัย. *วารสารวิชาการวารสารเซนต์จอห์น*, 15(17), 101-114.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทร โสภณ. (2558, พฤษภาคม-สิงหาคม). การศึกษารอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 20(2), 30-47.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *วิสาหกิจชุมชนกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม*. Retrieved. (October 7, 2013), from: <http://www.sme.go.th/Lists/EditorInput/DispF.aspx?List=15dca7fb-bf2e-464e-97e5-440321040570&ID=1781>.
- Aslam, M. S., Ayub, A., & Razzaq, A. (2013). “Technological Learning: Moderator between Intellectual Capital and Organizational Performance”, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(11), 436-451.

- Asnarulkhadi, A. S., & Fariborz, A. (2011). The theoretical and conceptual framework and application of community empowerment and participation in processes of community development in Malaysia, *Journal of American Science*, 7(2), 186-195.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120.
- Bateman, S. T., & Snell, A. S. (2009). *Management: Leading & Collaborating in a Competitive World* (8th ed.). Boston: McGraw Hill.
- Bontis, N. (1999). Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: Farming and advancing the state of the field. *International Journal of Technology Management*, 18(5-8), 433-462.
- Burt, R. S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42, 339-365.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participations place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8, 213-235.
- Day, G. S. (1994). The capabilities of market driven organisations. *Journal of Marketing*, 58, 37-51.
- Edvinsson, L., & Sullivan, P. (1996). Developing a model for managing intellectual capital. *European Management Journal*, 14(4), 356-364.
- Field, A. (2013). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics* (4th ed.). London: Sage.
- Grant, R. M. (1991). The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.
- Hidayato, A. N., & Setyady, S. T. (2014). Impact of collaborative tools utilization on group performance in University students. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 13(2), 88-98.
- Hoffman, N. P. (2000). An examination of the “sustainable competitive advantage” concept: Past, present, and future. *Academy of Marketing Science Review*, 4, 1-16.

- Krejcie, R.V. , & Morgan D.W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities
Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610.
- Likert, R. N. (1970). A technique for the measurement of attitude. *Attitude Measurement*.
Chicago: Ronal McNally & Company.
- Lu, W. M., & Hung, S. W. (2011). Exploring the operating efficiency of technology development
programs by an intellectual capital perspective: A case study of Taiwan. *Technovation*,
31(8), 374-383.
- Lynn, B. E. (1999). Culture and intellectual capital management: a key factor in successful ICM
implementation. *International Journal of Technology Management*, 18(5), 590-603.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Raymond, L., & St-Pierre, J. (2003). *Entrepreneurial Antecedents and Performance Outcomes
of Organizational Development in Manufacturing SMEs*. Retrieved. (December 8, 2014)
from: https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/FWG/GSC/Publication/160/33/838/1/4453/8/F1067100491_Raymond_StPierre_Paris_QMOD03.pdf.
- Reed, K. K., Lubatkin, M., & Srinivasun, N. (2006). Proposing and testing an intellectual capital-
based view of the firm. *Journal of Management Studies*, 43, 867–893.
- Rosenbusch, N., Brinckmann, J., & Bausch, A. (2011). Is innovation always beneficial?
A meta-analysis of the relationship between innovation and performance in SMEs.
Journal of Business Venturing, 26(4), 441-457.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). *Using Multivariate Statistics*. Boston, MA :
Pearsons Education.
- Wiboonpongse, A., Sriboonchitta, S., & Chaovanapoonphol, Y. (2007). Modeling a Hedonic
Price of Northern Thai Handicraft Products. *ASIMMOD2007, Chiang Mai, Thailand*,
472-478.
- Yasir, M., Majid, A., & Tabassum, N. (2014). Structuring intellectual capital as an element of
virtual organisation in small and medium enterprise clusters. *International Journal of
Learning and Intellectual Capital*, 11(2), 149-165.
