

## Impact of Learning Orientation and Sustainable Product Development through Efficiency of Capital Management and Marketing Management of Community Enterprises in the Upper Northeastern Region

Nuttanun Lagkum

Faculty of Business Administration RamKhamhaeng University, Bangkok 10240, Thailand

### ABSTRACT

The main objectives of this study aimed to 1) investigate general characteristics of community enterprises in the upper northeastern region 2) investigate relationship and impact learning orientation and sustainable product development through efficiency of human capital management and marketing management and 3) investigate relationship and impact of capital management effectiveness relating to training on efficiency of marketing management. As for the research tool, questionnaires were distributed to the selected sample of 432 respondents who were community enterprises in upper northeastern region by using stratified random sampling. Data were collected by using a questionnaire and analyzed by using percentage, mean, standard deviation and it was then tested for validity by using the Index of Item Objective Congruence (IOC). Descriptive statistics and analysis of SEM model were employed to analyze the data.

The research results were found that the majority of community enterprises were female with age between 46-55 years old, and they graduated in primary level, and their careers were farmers with income 90,000-300,000 baht/year and SEM model ( $X^2=161.03$ ,  $P=.056$ ) and ( $X^2= 864.53$ ,  $P=.000$ ) appropriate at level .05

### ARTICLE INFO

#### *Article history:*

Received 4 September 2020

Accepted 15 October 2020

Available online

25 December 2020

#### **Keyword:**

Investigate  
relationship and  
impact learning  
orientation Efficiency  
of capital  
management  
Efficiency of  
marketing  
management  
(การเรียนรู้และการ  
พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อ  
ความยั่งยืนประสิทธิภาพ  
ในการจัดการทุนการ  
ฝึกอบรม ประสิทธิภาพ  
ในการจัดการการตลาด)

\* Author e-mail address: Natanun2502@gmail.com

## ผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนส่งผ่านประสิทธิภาพ ในการจัดการทุนไปยังประสิทธิภาพในการจัดการการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

ณัฐนันท์ หลักคำ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ ฯ 10240, ประเทศไทย

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนส่งผ่านประสิทธิภาพในการจัดการทุนไปยังประสิทธิภาพในการจัดการการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุน ที่มีปฏิสัมพันธ์ กับ การฝึกอบรม ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการตลาด โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 432 คน โดยการสุ่มตัวอย่างวิธี 1.วิธีเลือกแบบชั้นภูมิ 2.วิธีเลือกแบบหลายชั้น และทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความเที่ยงตรง (IOC) ความเชื่อมั่น สมการโครงสร้าง (SEM) เสนอผลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์และรูปแบบ (Model) โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการศึกษา พบว่า เป็นเพศหญิง อายุ 46-55 ปี การศึกษา ประถมศึกษา อาชีพหลัก ทำนา-ทำไร่ รายได้เฉลี่ย/ปี 90,000-300,000 บาท มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่เหมาะสม การเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุน ( $X^2$ ) = 161.033,  $P=.056$ ) มีการปฏิสัมพันธ์ กับ การฝึกอบรม ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการตลาด ( $X^2$ ) = 864.53,  $P=.000$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชน (Community enterprise) เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ด้วยภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ภาษาอังกฤษเรียกว่า Small and micro community enterprise (SMCE) มีการประกอบการเพื่อการจัดการ "ทุนของชุมชน" อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเองซึ่งไม่ได้หมายถึง เงินเพียงตัวเดียวแต่รวมไปถึงทรัพยากร ผลผลิตความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชนเป็นพี่เป็นน้องไว้วางใจกันซึ่งกันและกัน (วิสาหกิจชุมชน, 2563) โดยมีความสำคัญ วัตถุประสงค์ 5 ประการ คือ 1. สร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน 2. เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน 3. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น 4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน มีเกณฑ์พัฒนาการคัดสรรผลิตภัณฑ์ 2 ประการ คือ การใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่องทางการตลาดและบรรจุภัณฑ์ และความเข้มแข็งชุมชน คือ องค์การการผลิต การเข้าถึงตลาด การจัดการการเงิน การบัญชี โครงสร้างองค์กร และเครือข่าย ซึ่งแตกต่างจากสินค้าหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product : OVOP) ในหมู่บ้านโอยามาประเทศญี่ปุ่น ที่มีหลักปรัชญาการพัฒนา 3 ระดับ ประกอบด้วย 1. คิระดับโลก แต่ทำระดับท้องถิ่น หรือ ระดับท้องถิ่นสู่สากล หมายถึง ผลิตสินค้าตามวัฒนธรรมท้องถิ่น คง รส กลิ่น สี ที่สามารถเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคทั่วโลก 2. เป็นอิสระ พึ่งพาตนเอง และ

คิดอย่างสร้างสรรค์ หมายถึง กิจกรรมาจากความต้องการของคนในชุมชนโดยตรง รัฐสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และการตลาด 3. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นเป้าหมายในการขับเคลื่อน OVOP สูงสุดที่แท้จริงในการพัฒนาภูมิภาค โดยมนุษย์มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะแสดงความกล้า มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาชุมชน (นัทธมน ธีระกุลและคณะ, 2548)

ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน คือ ผลิตสินค้าแล้วขายไม่ได้ และไม่มีตลาดรองรับกิจการขาดทุน ต้นทุนวัตถุดิบสูง คนในชุมชนไม่เข้าใจบทบาทของหลักของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าผลิตสินค้าขึ้นเพื่อกินเพื่อใช้ตอบสนองตนเองและชุมชนท้องถิ่นเท่านั้นไม่พยายามฝึกฝนการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ และไม่คำนึงถึงสินค้าของตนเองว่ามีคุณภาพหรือไม่จึงทำให้สินค้าขายไม่ได้ (ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน, 2554) และมีจุดอ่อนในการพัฒนาไม่สอดคล้องกับปรัชญาสินค้า OVOP ในประเทศไทย คือ 1. สินค้า OTOP มีการพัฒนาจากภายนอกซึ่งไม่เกิดจากความคิดริเริ่มในชุมชนตนเอง 2. การนำสินค้าออกสู่สากลไม่เพียงพอ ความคิดริเริ่มใช้วัตถุดิบท้องถิ่นมีน้อยหรือไม่ใช้เลย ผลิตภัณฑ์ไม่แตกต่างขาดเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น 3. ขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ของภูมิปัญญาท้องถิ่น การพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์มีน้อย (เส้นทาง OTOP สู่ OVOP เคล็ดลับสู่ความสำเร็จ, 2557) และปัญหาส่วนใหญ่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะพบมากประกอบด้วย 1. ด้านการผลิต คือ ขาดแคลนวัตถุดิบ เครื่องมือในการผลิตที่ทันสมัยและทักษะในการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องมือเครื่องจักรมีต้นทุนสูงมาก วัตถุดิบต้นทุนสูง ขาดเทคโนโลยีในการผลิต ไม่สามารถผลิตได้ทันตามที่ถูกคำสั่งในจำนวนมาก ๆ ขาดแคลนวัสดุอุปกรณ์ในการผลิตที่ทันสมัย 2. ด้านการตลาด คือ ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขาดบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน ขาดการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์

ของสินค้าในชุมชน ช่องทางการจัดจำหน่ายที่จำกัด การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ มีต้นทุนสูง คุณภาพสินค้าต่ำ ไม่มีตราสินค้าเป็นของกลุ่มเอง ขาดการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ กลุ่มมีการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์

จากความสำคัญเบื้องต้น มีผู้ศึกษา เรื่องผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนส่งผ่านประสิทธิภาพในการจัดการทุนไปยังประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด ของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน น้อยมาก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่องนี้

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุน ที่มีปฏิสัมพันธ์กับการฝึกอบรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการตลาดของวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

### สมมติฐาน

1. ปัจจัยเชิงสาเหตุในการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุน ผ่านไปยังประสิทธิภาพในการจัดการตลาด ของวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน
2. ปัจจัยเชิงสาเหตุของประสิทธิภาพในการจัดการทุน มีปฏิสัมพันธ์กับการฝึกอบรมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการตลาด ของวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

### แนวคิด/ทฤษฎี

การเรียนรู้ (Learning theory) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ (Efficiency theory) เป็นความสามารถในการดำเนินงานที่สร้างผลสำเร็จให้เกิดขึ้น โดยได้ผลงานออกมามีคุณค่าสูงกว่าทรัพยากรที่ใช้ไป ต้องมีเทคนิคในการจัดการที่มีประสิทธิภาพ การคิดค้น การพัฒนาปรับปรุง ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการวางแผน การควบคุม การบริหารคน เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถปฏิบัติการกิจตามความรับผิดชอบให้เสร็จลุล่วงไปด้วยดี (มุกมณี มีโชค ชูสกุล . 2555) การจัดการทุน (Capital management conceptual) เป็นทุนการเงิน หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นเงินตราที่ประชาชน ใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการดำรงชีวิตและทุนที่ไม่ใช่เงิน เป็นทรัพยากรที่เกิดผลผลิตที่เป็นความรู้ ภูมิปัญญา ประสบการณ์ของคน เช่น ทุนทางสังคม วัฒนธรรม ประเพณีปัจจัยบริการทางโครงสร้างพื้นฐาน (ความหมายของทุน, 2556) การจัดการการตลาด (Marketing management conceptual) เป็น การขึ้นค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่าย พฤติกรรมของลูกค้าเปลี่ยนแปลง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการขนส่ง การแข่งขัน การจำหน่ายสินค้าและบริการ มีความกดดันในช่องทางการจัดจำหน่าย (ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการตลาด, 2563) เป็นการเรียนรู้เกี่ยวกับความรู้ทักษะ ทักษะติดต่อการทำงาน ซึ่งมีขั้นตอนในการทำงาน โดยการศึกษาความต้องการ ในหน่วยงานต่าง ๆ การกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรม โดยหาวิธีความจำเป็นในการฝึกอบรม โดยการสัมภาษณ์ การสำรวจที่ใช้สอบถาม การสังเกต การสำรวจเฉพาะกลุ่ม แล้วค่อยกำหนดหลักสูตรการเรียนรู้ โดยการปฏิบัติจริง การสอน การนำเสนอ (ประเวศน์ มหารัตน์ สกุล. 2551)



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยภายในประเทศ

อารีรัตน์ ภูธรระ สมจิตร ล้วนจำเริญ จีระ หงส์ดามรงค์ และ ศิริชัย พงษ์ วิชัย (2558) ได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลิตภาพพนักงาน: กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย พบว่า ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยส่วนบุคคล เป็นรูปแบบการวัดตัวแปรแฝงภายนอก ซึ่งเป็นองค์ประกอบเดียว วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 11 ตัว ได้แก่ ทุนมนุษย์ (HUP) ทุนทางปัญญา (INP) ทุนทางจริยธรรม (ETC) ทุนแห่งความสุข (HAC) ทุนทางสังคม (SOC) ทุนแห่งความยั่งยืน (SUC) ทุนทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (DIC) ทุนความรู้ ทักษะ และทัศนคติ (KNC) ทุนทางอารมณ์ (EMC) ทุนทางนวัตกรรม (INC) ทุนทางวัฒนธรรม (CUC) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.33 ถึง 0.82 มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่า  $(X^2) = 10.42$  ค่าองศาอิสระ (df) = 17 ค่าความน่าจะเป็น (P-value) = 0.89 ค่า GFI = 1.00 ค่า AGFI = 0.99 ค่า RMSEA = 0.00 ค่า SRMR = 0.01 และค่า CN = 2426.06 จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า ค่า RMSEA เท่ากับศูนย์ นั้นแสดงให้เห็นว่าองค์ประกอบของปัจจัยด้านทุนส่วนบุคคลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์สมบูรณ์ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ หรือที่เรียกว่า “Perfect fit” ตามลำดับ

ภัทรพล ชุ่มมี (2556) ได้ศึกษา ปัจจัยที่มีผลกระทบบต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอาหารทะเล กระจ่างในประเทศไทย พบว่า กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารทะเล กระจ่างหลัก 4 กลุ่ม ได้แก่ ปลาทูน่ากระจ่าง (50.40%) อาหารทะเลกระจ่าง (26.28%) ปลาสดกระจ่าง (13.82%) และปลาแมคคาร์เรลกระจ่าง (6.50%) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 38 ปี การศึกษาปริญญาตรี เคยเดินทางไปต่างประเทศ 1-2 ครั้ง/ปี สามารถพูด

ภาษาญี่ปุ่นได้ดี ประการณ์ในการส่งออก 1-5 ปี มียอดส่งออก ร้อยละ 30 และได้กำไรในการส่งออก ตลาดในการส่งออก ประกอบด้วย เอเชียตะวันออกใต้ อเมริกาเหนือ ยุโรป ตลาดในอนาคต ได้แก่ ตะวันออกกลาง แอฟริกา เกาหลีใต้ หวัน และญี่ปุ่น ผลการวิเคราะห์และประเมินสอดคล้องของแบบจำลองการวิจัย ข้อมูลเชิงประจักษ์หลังจากปรับแบบจำลองแล้ว พบว่า ค่าดัชนีที่ใช้ทดสอบความเหมาะสมมีผลดังนี้ ค่าความเหมาะสมกลมกลืนของแบบจำลองการวิจัย (GFI) มีค่า 0.95 ค่า normed fit index (NFI) มีค่า 0.96 ค่า incremental fit index (IFI) มีค่า 0.98 ค่าไคสแควร์ ( $X^2$ ) มีค่าเท่ากับ 494.42 ค่าองศาอิสระ (df) มีค่าเท่ากับ 394 ค่าความน่าจะเป็นของไคสแควร์ (P-value) มีค่าเท่ากับ 0.0654 ค่าไคสแควร์กำลังสองสัมพันธ์ ( $X^2 / df$ ) เท่ากับ 1.247 ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.046 ค่าสถิติเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองการวิจัย มีความเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในภาพรวมมากกว่าการวิเคราะห์ครั้งแรก ตลอดจนถึงการศึกษาทบทวนวรรณกรรม ถือว่าเป็นระดับที่ยอมรับได้

สมโชค เจริญการ (2552) ศึกษาชุมชนนิพนธ์ เรื่อง แนวทางการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศของการพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม ตามโครงการหนึ่งผลิต ภัณ ฑ์ หนึ่งตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง พบว่า 1. มีประวัติความเป็นมาโดยนำเอาศิลปวัฒนธรรมการทอผ้าไหมมาจากประเทศลาวเป็นบางส่วน และมีความคล้ายคลึงกันทางด้านการประกอบอาชีพการเกษตรกรรม โดยเฉพาะการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การแต่งกาย การศาสนา และความเชื่อต่าง ๆ ของบรรพบุรุษที่ติดมากับผู้คน และได้รับการถ่ายทอดการทอผ้าไหมจากพ่อแม่สู่ลูกหลานรุ่นแล้วรุ่นเล่าและดำเนินชีวิตของ

ผู้คนที่ถูกกล่อมเกลียดด้วยกระบวนการทางสังคม  
2. ประธานและกรรมการกลุ่มผู้ทอผ้าไหมเป็นผู้หญิงเกือบทั้งหมดอายุอยู่ในวัยกลางคน การศึกษาดำรงปริญญาตรี ประสบการณ์ทอผ้าเฉลี่ย 20 ปี 3.จุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ในการทอผ้าไหมสืบทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ โดยจากแม่ไปสู่ลูกสาว ซึ่งเป็นอาชีพการทอผ้าในครัวเรือนและเป็นกลุ่มผู้ทอผ้าไหมตามนโยบายเร่งด่วนเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของรัฐบาลภายใต้โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล (OTOP) 4. ปัจจัยหลักที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ในการทอผ้าไหม คือแรงจูงใจภายในได้แก่ เจตคติที่ดีต่อการประกอบอาชีพทอผ้าไหม ความต้องการคุณภาพชีวิตของครอบครัว และแรงจูงใจภายนอก ได้แก่ นโยบาย ระบบ และกลไกเร่งด่วนของรัฐบาลในการเร่งรัดพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนในระดับรากหญ้า ความเข้มแข็งทางด้านสังคม แหล่งทุน 5. รูปแบบการเรียนรู้ ที่ไม่เป็นทางการ คือรูปแบบครอบครัวจากแม่สู่ลูกสาว และเรียนรู้ด้วยตนเอง และรูปแบบเพื่อนสอนเพื่อนภายในกลุ่ม คือเป็นการฝึกงานในสถานประกอบการ “On the job training” โดยการฝึกสอนสมาชิกจากที่ถูกค้าส่งซื้อ 6. รูปแบบเป็นทางการ ซึ่งจัดโดยหน่วยงานในการทำโครงการจัดทำหลักสูตรโดยเชิญวิทยากรฝึกอบรมการทอผ้าตามตารางฝึกอบรม และจัดให้มีหลักสูตรท้องถิ่นในโรงเรียนโดยวิทยากรเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการทอผ้า 7. วิธีการถ่ายทอดโดยการนำตัวอย่างจริงมาสอน การสาธิต ให้ผู้เรียนมีการทดลองก่อนปฏิบัติจริง

งานวิจัยต่างประเทศ

Jetske Bouma, Erwin Bulte, Daan Van Soest, (2008) ได้ศึกษา ความไว้วางใจและความร่วมมือ: ทุนทางสังคมและการจัดการทรัพยากรชุมชน พบว่า ทุนทางสังคมเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักของชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการจัดการทรัพยากร โดยใช้เงินเป็นตัวชี้วัดเกี่ยวกับ

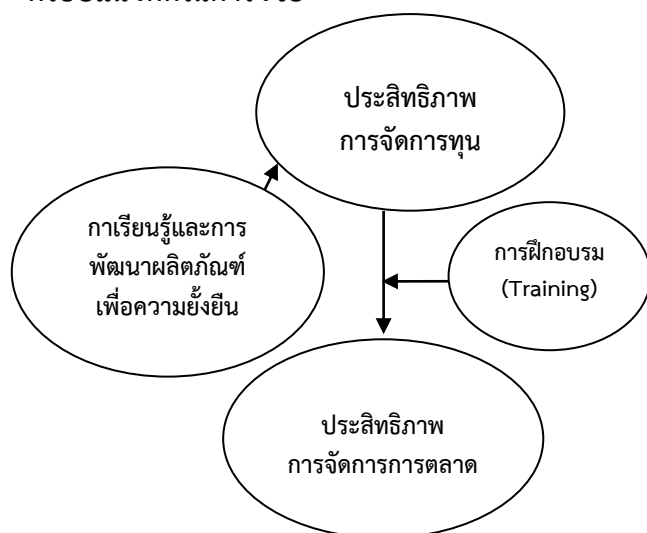
ทุนทางสังคมในหมู่บ้านชนบทในประเทศอินเดีย ซึ่งข้อมูลในการทดลองได้จากการสำรวจครัวเรือน มีการวิเคราะห์ คือ 1. จำนวนเงินมีความสัมพันธ์กับสังคมและวัฒนธรรมลักษณะชุมชน 2. วิธีการจัดการทุนทางสังคมมีผลต่อการจัดการทรัพยากรของชุมชน 3. ขอบเขตของการทดลองมีความสอดคล้องกับลักษณะการทำงานในฟาร์มจริงในแง่การให้บริการกิ่งสาธารณะ ซึ่งผลการศึกษาจึงเป็นที่น่าสนใจจากมุมมองของนโยบายและข้อมูลเชิงลึก (Bridging) ช่องว่างระหว่างการทดลองในห้องปฏิบัติการและข้อมูลการศึกษา สำหรับเหตุผลและที่สำคัญที่สุดเนื่องจากรูปแบบของภาครัฐจากความร่วมมือระหว่างองค์กรมีแนวโน้มที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญจากผู้ที่พบในภาคเอกชนที่สามารถดึงความสนใจบางส่วนของรูปแบบที่ลักษณะการบริหารจัดการและการควบคุม ของความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรที่อยู่ในความคิดของการบริหาร และแสดงให้เห็นแต่ละงานช่วยเพิ่มความเข้าใจในบทบาทของระบบ การควบคุมภายในเครือข่ายภาครัฐ การยอมรับในกลุ่มที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิภาพมากกว่า และอาจถูกนำมารวมกัน ให้เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสำเร็จของกลุ่มนักวิชาการ

J. Y. Oricha and G. A. Olarinoye. (2012) ได้ศึกษา การวิเคราะห์ ปัจจัยความสัมพันธ์ระหว่างกันที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพ และความมั่นคงของความสามารถแหล่งจ่ายไฟ ในประเทศไนจีเรีย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ และเสถียรภาพของแหล่งจ่ายไฟในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ คือ นโยบายของรัฐบาล เศรษฐกิจ ธรรมชาติ สังคมหรือชุมชน ประสิทธิภาพในการจัดการพลังงาน ทักษะของบุคลากร เทคโนโลยี และ ด้านความปลอดภัย ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งตรงและทางอ้อมกับความมั่นคง สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการวิเคราะห์ของแหล่งจ่ายไฟในไนจีเรีย ที่มีข้อเสนอแนะ คือ ควร

พิจารณาก่อนที่จะเสนอการแก้ปัญหาเป็นขั้นตอน และควรเน้นภาคพลังงาน

ความสัมพันธ์ของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุนที่มีค่า ( $P = ***$ ) ความสัมพันธ์ของประสิทธิภาพในการจัดการทุน ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด ที่มีค่า ( $P = 0.003$ ) ประสิทธิภาพในการจัดการทุน มีปฏิสัมพันธ์กับการฝึกอบรม ที่มีค่า ( $P = ***$ ) ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด ที่มีค่า ( $P = 0.002$ ) ซึ่งเหมาะสมอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.005 แสดงเป็นรูปแบบ (Model) ได้ ดังรูปที่ 1

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### 1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชน ที่จดทะเบียนกับคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ที่ได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน จำนวน 12 จังหวัด มีวิสาหกิจชุมชนจำนวน 19,571 กลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก คณะกรรมการและสมาชิก

ของแต่ละกลุ่ม จำนวน 432 กลุ่ม กลุ่มละ 1 คน ในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จำนวน 2,190 คน มหาสารคาม จำนวน 2,068 คน ร้อยเอ็ด 3,482 คน กาฬสินธุ์ จำนวน 1,896 คน นครพนม จำนวน 1,344 คน มุกดาหาร จำนวน 921 คน สกลนคร จำนวน 1,769 คน หนองคาย จำนวน 468 คน หนองบัวลำภู จำนวน 1,239 คน อุดรธานี จำนวน 2,219 คน เลย จำนวน 1,799 คน และ บึงกาฬ จำนวน 176 คน (สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 4 ขอนแก่น, 2558)

#### 2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างของการศึกษารั้งนี้ ได้สุ่มเลือกวิสาหกิจชุมชน ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งแบ่งตามเขตพื้นที่ตั้ง 12 จังหวัด โดยศึกษา การเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน ประสิทธิภาพในการจัดการทุน ประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด และการฝึกอบรม (Training)

1. วิธีเลือกตัวอย่างแบบแบ่งเป็นชั้นภูมิ (Stratified random sampling) โดยแบ่งการผลิตสินค้าแต่ละชนิดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบผลสำเร็จและได้รับการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท คือ 1. อาหาร 2. เสื้อผ้า 3. ของใช้ในบ้าน 4. สมุนไพร 5. การให้บริการ (จากการสัมภาษณ์นักพัฒนาชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ 22 สิงหาคม 2558)

2. วิธีเลือกตัวอย่างแบบหลายชั้น (Multiple stratified random sampling) โดยผู้วิจัยได้เลือกภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งอ้างอิงสรุปรูปแบบของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามรูปแบบของมหาวิทยาลัย เลือกจังหวัดตัวอย่างจำนวน 12 จังหวัด

2.1 การสุ่มตัวอย่างของกลุ่ม โดยยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มร้อยละ 5 หรือ 0.05 กรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Finite Population) โดยใช้ สูตร ทา

โร ยามาเน (Taro Yamane, 1953p. 125 อ้าง  
ใน ยุทธ ไทยวรรณ, 2551: 79)

สูตร

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{19,517}{1+19,517+ (0.05)^2}$$

$$= 391.988383 \text{ หรือ } 392 \text{ คน}$$

เท่ากันทุก ๆ ตำบล ในแต่ละ อำเภอ แต่ละ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) การทดสอบความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence หรือ Index of Concordance) หรือเรียกว่า IOC และการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability test) โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อใช้ตรวจสอบโมเดลเชิงสาเหตุและผล โดยใช้ โปรแกรมสำเร็จรูป และหาค่านัยสำคัญที่

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย คือแบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์มีแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended questionnaires) และ แบบ ปลายเปิด (Open-ended questionnaires) ประกอบด้วย 3 ตอน 1. ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มที่ได้รับการรับรองคุณภาพ 2. เงินทุนในการจัดตั้ง 3. ปัจจัยที่มีประสิทธิภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (Rating scale)

จังหวัด ตามหลักและวิธีการสุ่มตัวอย่าง โดย ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรณิก กรรมการ และสมาชิก กลุ่มละ 1 คนรวมเป็น จำนวน 432 คน เพื่อให้ ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากันจากแต่ละชั้นภูมิ (Equal proportional allocation) ในการวิจัยจึง คำนวณ โดยนำมาเลือกแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น แบบหลายชั้นโดยแบ่งจากจำนวน 12 จังหวัด เลือกอำเภอตัวอย่าง จังหวัดละ 6 อำเภอ เลือก ตำบลตัวอย่างละ 6 ตำบล/คน/กลุ่ม จะได้ ขนาดของตัวอย่าง จากผลคูณ คือ  $12 \times 6 \times 6 = 432$  ตัวอย่าง โดยวิธีจับฉลาก (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุทุมศรี, 2554: 128)

.05 (P-value) โดยใช้เกณฑ์การวัดระดับและการ แปลผลการวิเคราะห์ข้อมูลอาศัยเกณฑ์ในการ ตีความหมายค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) โดยยึดหลักเกณฑ์ ตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2535) คือ มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1)

ขั้นตอนในการวิจัย 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey) โดยการออกสัมภาษณ์ กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน 12 จังหวัด ก่อน (Pretest) นำข้อมูลมา สร้างแบบ สอบถาม 2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ศึกษาเอกสาร วารสาร ตำรา ข้อมูล ใน อิน เทอร์ เน็ต (Internet) การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ ดำเนินการตามลำดับดังนี้

1. ศึกษาเกี่ยวกับการจัดการและการ พัฒนาผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำมาเป็น แนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิด

2. จัดทำแบบสอบถามตามกรอบ แนวคิดที่กำหนดโดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 2 ตอนโดยพิจารณาถึงรายละเอียดที่ครอบคลุมถึง ความมุ่งหมาย และสมมุติฐานของการวิจัย

3. นำแบบสอบถามเสนอ และขอ คำแนะนำจากคณะกรรมการ โดยวิธี IOC เพื่อหา



ความเที่ยงตรงตามวัตถุประสงค์ของเครื่องมือ  
สรุปค่า IOC ของข้อคำถามมากกว่า 0.5 ทุกข้อ

4. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่  
คณะกรรมการที่ปรึกษา และผู้ทรงคุณวุฒิแนะนำ

5. ตรวจสอบคุณภาพขอแบบสอบถาม

5.1 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้  
(Try-out) สมาชิกที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย 30 คน

5.2 การวิเคราะห์หาความเที่ยงตรง  
โดยนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ผ่านการแก้ไข  
ปรับปรุงแล้ว เสนอต่อคณะกรรมการเพื่อ  
พิจารณาความถูกต้อง ความเที่ยงตรง เนื้อหาการใช้  
ถ้อยคำสำนวนภาษา ความชัดเจนในข้อคำถาม  
และความครอบคลุมเรื่องที่จะศึกษาจาก  
กรรมการ 3 ท่าน แล้วนำข้อมูลโดยใช้วิธีการทาง  
สถิติเพื่อวิเคราะห์เชิงปริมาณ คือ วิธีหาค่าดัชนี  
ความสอดคล้องของเนื้อหาในข้อคำถามตาม  
วัตถุประสงค์ (Index of item objective  
congruence หรือ Index of concordance)  
หรือเรียกว่า IOC ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนน  
(+1) แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับ  
วัตถุประสงค์ (0) ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้น  
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (-1) เมื่อ  
คณะกรรมการไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่  
สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ แล้วนำผลคะแนนที่ได้  
จากคณะกรรมการมาคำนวณหาค่า IOC ตาม  
สูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N} / N$$

เกณฑ์พิจารณามีดังนี้

ถ้า  $IOC \geq 0.5$  แสดงว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้  
ถ้า  $IOC < 0.5$  แสดงว่าข้อคำถามนั้นไม่ดี  
ควรปรับปรุง หรือตัดทิ้ง

ค่าของ IOC ที่จะได้จะต้อง มากกว่า  
หรือเท่ากับ 0.50 ขึ้นไปจึงจะใช้ได้ ถ้าต่ำกว่า  
จะต้องปรับปรุงแบบสอบถามนั้น (สมบูรณ์ สุริ  
ยวงศ์ และคณะ, 2552) นำแบบสอบถามที่  
ได้มาปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วนำไปทดลองใช้  
สมาชิกที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน และ

ทดสอบกลุ่มเป้าหมายจริง แล้วหาค่าความเชื่อมั่น  
โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้ง  
ฉบับไม่น้อยกว่า 0.75 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นของ  
เครื่องมืออยู่ระหว่าง 0.00–1.00 ยิ่งใกล้ 1.00 ยิ่ง  
มีความเชื่อมั่นสูง ซึ่งมีเกณฑ์ในการแปลผล คือ  
0.00–0.20 = ความเชื่อมั่นต่ำมาก/ไม่มีเลย  
0.21–0.40 = ความเชื่อมั่นต่ำ 0.41–0.70 =  
ความเชื่อมั่นปานกลาง 0.71–1.00 = ความ  
เชื่อมั่นสูง (เกียรติสุตา ศรีสุข, 2552 : 144)

5.3 การทดสอบความเชื่อมั่นของ  
เครื่องมือ โดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น  
(Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha  
coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค  
(Cronbach) ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งรวม  
ทั้งหมด 4 ด้านจากกลุ่ม 12 จังหวัด ที่ไม่ใช่  
กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน รวมทั้งหมด 4  
ด้าน มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha = 0.85)  
ซึ่งมากกว่า 0.75 แล้วนำข้อมูลจริงที่เก็บจากผู้  
เข้าอบรมที่ศึกษาวิจัยทั้งหมดจำนวน 432 คนมา  
ทำการวิเคราะห์ รวมทั้งหมด ด้านมีค่า  
สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha= 0.84) ซึ่งมากกว่า  
0.75 ตามลำดับ

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมเองโดยใช้  
แบบสอบถามแล้วสัมภาษณ์ ประธาน และ  
ผู้บริหารกลุ่มและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน  
ที่จดทะเบียนกับคณะกรรมการอำนวยการหนึ่ง  
ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ 12 จังหวัดในเขต  
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยการนัดพบ  
ทางโทรศัพท์ที่ได้จากการสำรวจขั้นต้น

2. ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยสัมภาษณ์  
ประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก คณะ  
กรรม และสมาชิก ตามแบบสอบถามที่พัฒนา  
แล้วผ่านคณะกรรมการที่ปรึกษา 3 ท่าน และ  
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย จำนวน  
3 ท่าน โดยนัดพบเป็นราย ๆ ตามกลุ่มวิสาห  
กิจชุมชนต่าง ๆ

3. ผู้วิจัยใช้การสังเกต ซึ่งศึกษาขั้นตอนวิธีการผลิตสินค้า และวิธีการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

4. บันทึกภาพผลิตภัณฑ์ บันทึกเสียงโดยฉายวิดีโอภาพ เกี่ยวกับการผลิตการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน สมาชิก และส่วนเกี่ยวข้องอื่น ๆ เช่น วิธีการผลิตสินค้า การจัดการเอกสารต่าง ๆ เกี่ยวกับกลุ่ม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อสรุปข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งอธิบายถึงลักษณะทั่วไป และการลงทุนของกลุ่ม โดยวิเคราะห์ข้อมูลวิธีทางสถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งแสดงในรูปบทความวิเคราะห์ตารางแจกแจงความถี่ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative analysis) เป็นการวิเคราะห์เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ ซึ่งศึกษาผลกระทบของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนส่งผ่านประสิทธิภาพในการจัดการทุนไปยังประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด ของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงตอนบน โดยวิธีทางสถิติ โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่าเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ร้อยละ 65.70 อายุ 46-55 ปี ร้อยละ 42.59 การศึกษา ประถมศึกษา

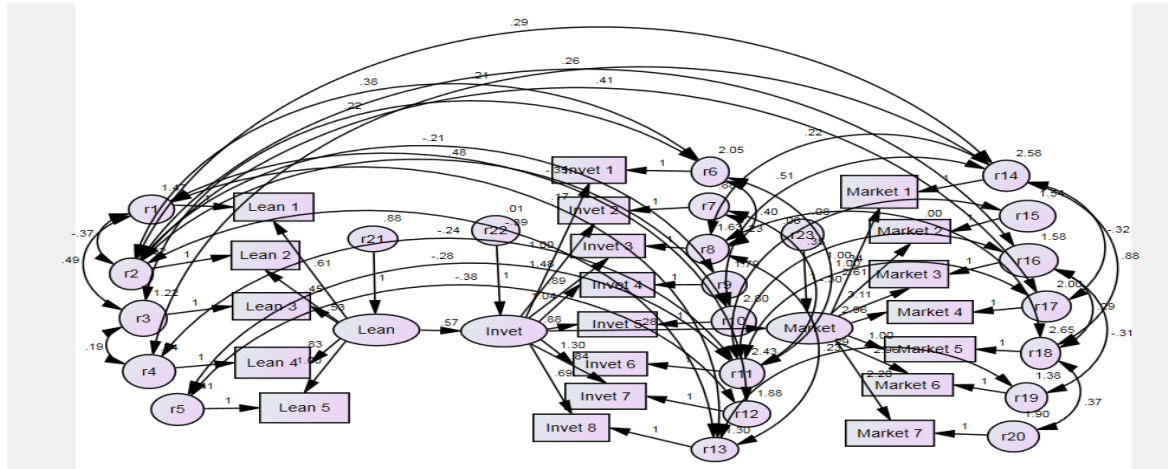
ร้อยละ 42.00 อาชีพหลัก ทำนา-ทำไร่ ร้อยละ 72.00 รายได้เฉลี่ย/ปี 90,000-300,000 บาท ร้อยละ 34.72 ประธานกลุ่ม ร้อยละ 52.80 เวลาการจัดตั้งกลุ่ม 11-15 ปี ร้อยละ 42.82 กลุ่มขนาดเล็กต่ำกว่า 100 คน ร้อยละ 92.13 ประสบการณ์ในการผลิต 11-20 ปี ร้อยละ 30.79 ประเภทอาหาร ร้อยละ 34.72 การผลิตและบริการ ร้อยละ 100 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 23.38 ทุนเรือนหุ้น ( $\bar{X}$  = 124,045.22) เงินทุนคณะกรรมการ ( $\bar{X}$  = 899,643.15) เงินสนับสนุน ( $\bar{X}$  = 80,317.83) ภูมิลำเนาเพื่อการค้าและสหกรณ์ ( $\bar{X}$  = 1,401,900) ปัญหาและข้อเสนอแนะ ปัญหา ต้นทุนการผลิตสูง ร้อยละ 28.94 ผลิตไม่ทันขาย ร้อยละ 40.97 ขาดเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ร้อยละ 46.06 ข้อเสนอแนะ ต้องการให้รัฐสนับสนุนต้นทุนในการผลิต ร้อยละ 36.81 ตามลำดับ

ผลกระทบของประสิทธิภาพของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามสมมติฐานข้อที่ 1 การเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืน (Lean) ตัวแปรอิสระ ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการทุน (Investment) ตัวแปรกลาง ผ่านไปยัง ประสิทธิภาพในการจัดการตลาด (Market) ตัวแปรตาม ของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน พบว่า รูปแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling model : SEM) ตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามสมมติฐานข้อที่ 1

X <sup>2</sup>	Df	P	RMSEA	GFI	CFI	IFI	R <sup>2</sup>		ค่า P ผลทดสอบ	
							Laen Invet	Invet - Market	Lean → Market	Invet → Market
161.033	134	.056	.022	.963	.983	.983	.57	1.30	***	.003

ซึ่งมีความสัมพันธ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่ม ที่เหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงเป็นรูปแบบ (Model) ได้ ดังภาพที่ 2



$\chi^2 = 161.033$  ,  $df = 134$ ,  $P\text{-value} = 0.056$ ,  $RMSEA = 0.022$ ,  $GFI = 0.963$ ,  $CFI = 0.983$ ,  $IFI = 0.983$ ,  $R^2$  (Laen – Invest = 0.57), (Invest – Market = 1.30)

ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนส่งผลต่อประสิทธิภาพ ในการจัดการทุน และประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด

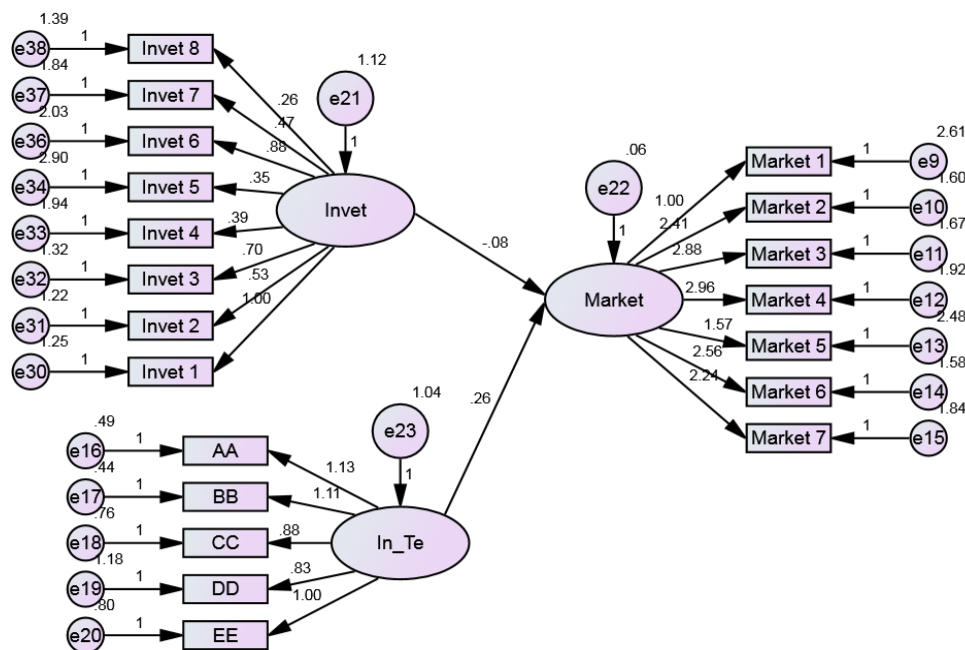
ผลกระทบของประสิทธิภาพของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามสมมติฐาน ข้อที่ 2 ประสิทธิภาพในการจัดการทุน (Investment) ซึ่งเป็นตัว แปรกลาง มีปฏิสัมพันธ์ กับ การฝึกอบรม (Training) ตัวแปรแฝงหรือตัวแปรปรับเปลี่ยน ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการ

จัดการตลาด (Market) ตัวแปรตาม พบว่า รูปแบบโมเดลของตัวแปรแฝงหรือตัวแปรปรับเปลี่ยน (Moderator model) ตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณา ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความสัมพันธ์และผลกระทบของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามสมมติฐานข้อที่ 2

$\chi^2$	Df	P	RMSEA	GFI	CFI	IFI	$R^2$		ค่า P ผลทดสอบ	
							Laen– Invest	Invest – Market	Invest → Market	In_Te → Market
864.53	168	.000	.371	.843	.722	.724	.08	.26	.002	***

ซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่มที่เหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงเป็นรูปแบบ (Model) ได้ดังรูปที่ 3



$X^2 = 864.53$ ,  $df = 168$ ,  $P\text{-value} = 0.000$ ,  $RMSEA = 0.371$ ,  $GFI = 0.843$ ,  $CFI = 0.722$ ,  $IFI = 0.724$ ,  
 $R^2 = (\text{Laen} - \text{Invet} = 0.08)$ ,  $(\text{Invet} - \text{Market} = 0.26)$

**ภาพที่ 3** ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของประสิทธิภาพในการจัดการทุนที่มีปฏิสัมพันธ์กับการฝึกอบรม ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 46-55 ปี ประถมศึกษา อาชีพหลัก ทำนา-ทำไร่ รายได้เฉลี่ย/ปี 90,000-300,000 บาท เป็นประธานกลุ่ม เวลาดังกลุ่ม 11-15 ปี กลุ่มขนาดเล็กต่ำกว่า 100 คน ประสบการณ์การผลิต 11-20 ปี การผลิตอาหาร ลักษณะการดำเนินงาน เป็นการผลิต การบริการ และการแปรรูป ซึ่งสืบสานมาจาก ปู่ ย่า ตายาย พ่อแม่ เงินลงทุนเป็นทุนเรือนหุ้น และทุนคณะกรรมการ เงินสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล เงินกู้จากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ ปัจจัยของประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่ม โดยรวมทั้งสิ้นอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.79 \pm 1.40$ ) ปัญหา ต้นทุนการผลิตสูง ผลิตไม่ทันขาย ขาดเยาวชนสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ ต้องการให้รัฐสนับสนุนต้นทุนการผลิตและการแปรรูป ซึ่งสอดคล้องกับสมโชค เจริญการ. (2552) คือ มีประสบการณ์ทอผ้าเฉลี่ย 20 ปี โดยสืบสานมาจากบรรพบุรุษสำหรับ สมการโครงสร้างตามสมมุติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากความสัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่เหมาะสม การเรียนรู้และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนต่อประสิทธิภาพในการจัดการทุน ( $X^2 = 161.033$ ,  $P = .056$ ) ที่เหมาะสม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ กมลทิพย์ ใจดี (2557) คือ ( $X^2 = 169.59$ ,  $P = 0.22$ ) ซึ่งสังเกตได้ว่า ( $X^2$  มีค่าเกิน 100 ขึ้นไป เช่นเดียวกันกับ อาริรัตน์ ภูธรระมะ สมจิตร ล้วนจำเรียว จีระหงส์ลดาธรมภ์ ศิริชัย พงษ์ วิชัย (2558) คือ มีค่า



ความน่าจะเป็น (P-value) = 0.89 ภัทรพล ชุ่มมี (2556) ซึ่งค่า (P-value) = 0.0654 ซึ่งมากกว่า 0.05 และผลกระทบของประสิทธิภาพของการจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามสมมติฐาน ข้อที่ 2 พบว่า รูปแบบโมเดลของตัวแปรแฝงหรือตัวแปรปรับเปลี่ยน (Moderator model) ตามสมมติฐานสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจาก ค่า-สแควร์ ( $X^2 = 864.53$ ), (df=168 ซึ่งสอดคล้องกับ ภัทรพล ชุ่มมี (2556) โดยมีค่าไคสแควร์ ( $X^2 = 494.42$ ) ค่าองศาอิสระ (df= 394) ซึ่งมีค่ามากกว่า 100 ขึ้นไป เช่นกัน ปัญหาประสิทธิภาพในการจัดทุน พบว่า มีต้นทุนการผลิตสูง ประสิทธิภาพในการจัดการการตลาด มีการผลิตไม่เพียงพอต่อการจำหน่ายและต้องการให้รัฐสนับสนุนต้นทุนในการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับ J.Y. Oricha and G. A. Olarinoye. (2012) คือ นโยบายของรัฐบาล เศรษฐกิจ ธรรมชาติ สังคม หรือชุมชน ประสิทธิภาพในการจัดการพลังงาน จึงเป็นปัจจัยในการช่วยเหลือทางตรงในการจัดการองค์การ ตามลำดับ

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

เมื่อนักวิจัยเสนอแนววิธีการดำเนินกิจการของกลุ่มเครือข่ายได้ประโยชน์

1. กลุ่มสามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิธีจัดหาแหล่งเงินทุนมาใช้ในการผลิตได้ ไม่จะเป็นการร่วมลงทุน (ทุนเรือนหุ้น) รู้วิธีหาแหล่งเงินกู้ในเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนด้วยกัน

2. ทราบวิธีสร้างเครือข่ายเพื่อการขยายตลาดเพื่อช่องทางการจัดจำหน่าย จัดกลุ่มกันจำหน่ายมีลานรองรับสินค้า (จุดขายยางพารา และอื่น ๆ) ของชุมชนได้ตลอดการดำเนินการผลิตไม่ว่าจะเป็นตลาดในและต่างประเทศ

3. ทราบวิธีการในการผลิตโดยลดต้นทุนการผลิตลง โดยแนะนำหรือช่วยกลุ่มได้ และวิธีการนำวัตถุดิบในชุมชนมาผลิตและแปรรูปให้ได้เป็นประโยชน์มากที่สุด

4. ทราบวิธีการผลิตให้หาแนวทางแปลกใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้าเพื่อให้ต่อเนื่อง โดยหาวิธีให้เยาวชนในชุมชนได้มีการจัดจำหน่ายไปตามโลกโลกาภิวัตน์ เป็นไปตามพลวัต และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจของโลกในปัจจุบัน ที่มีสื่อทางออนไลน์

## บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ใจดี. (2557). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนเอกชน. *วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 4 (1), 1-15
- เกียรติสุตา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2 เชียงใหม่ : ครองช่าง.ความหมายของทุน. สืบค้นจาก 7 มิถุนายน 2556 จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/>
- นัทธมน อีระกุล และคณะ (2548). *กระบวนการพึ่งตนเองของชุมชนเกษตรสู่ OVOP และบทเรียนสำหรับสำหรับ OTOP ไทย*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. สืบค้น 28 สิงหาคม 2563 จาก [www.mcc.cmu.ac.th](http://www.mcc.cmu.ac.th).
- นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535) *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน. *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อช่องทางการตลาด*. สืบค้น 23 สิงหาคม 2563 จาก <https://sites.google.com/site/> ปัญหาของ *วิสาหกิจชุมชน*. สืบค้น 25 สิงหาคม 2554 จาก [www.phongphit.com/](http://www.phongphit.com/)
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2551). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์มุ่งสู่อนาคต*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : พิมพ์ตะวัน.
- ภัทรพล ชุ่มมี. (2556) *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจส่งออกของผู้ประกอบการอาหารทะเลกระป๋องในประเทศไทย.วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 3(3). 98-109.
- มุกมณี มีโชคชูสกุล. (2555). *หลักการจัดการ*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น. *วิสาหกิจชุมชน*. สืบค้น 1 สิงหาคม 2563 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/> *เส้นทาง OTOP สู่ OVOP เคล็ดลับสู่ความสำเร็จ*. สืบค้น 16 กันยายน 2557 จาก <http://redcyberkid.blogspot.com/>
- สมโชค เฉดระการ. 2552. “แนวทางการเรียนรู้สู่ความเป็นเลิศของการพัฒนาอาชีพทอผ้าไหม ตามโครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง สืบค้น 25 ธันวาคม 2554 จาก <http://www.oknation.net/>
- สำนักงานส่งเสริมและพัฒนาก่อนแกน. เกาตรเขตที่ 4 จังหวัด. (2558) *รายงานประจำปี.ตำบลท่าพระ อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น*.
- สมบูรณ์ สุริยวงศ์ และคณะ. (2552). *วิจัยและสถิติทางการศึกษา*. พิมพ์ครั้งที่ 3 กรุงเทพฯ : ภาควิชาการประเมินและวิจัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ยุทธ ไกยวรรณ. (2551) *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดี จำกัด.
- อารีรัตน์ ภูธรธมมะ และคณะ. (2558). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลิตภาพพนักงาน: กรณีศึกษาในอุตสาหกรรมยางรถยนต์ของประเทศไทย.วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์*, 5 (1), 86-101
- Bouma Jetske, Bulte Erwin, Van Soest, Daan. 2008. Trust and Cooperation: Social capital and Journal of Environmental Economies and Management. Elsevier. Vol. 56,2. 155-166.

Oricha, J. Y. and Olarinoye. 2012. Analysis of Interrelated Factors Affecting Efficiency and Stability of Power Supply in Nigeria. *International Journal of Energy Engineering*. 2 (1), 1-8.