



## โครงการพิเศษ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF BAN PAK KHLONG COMMUNITY  
BANG SAPHAN NOI DISTRICT PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE

นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน

รหัสนักศึกษา 61551030

โครงการพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ปีการศึกษา 2564

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



SPECIAL PROJECT

FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF BAN PAK KHLONG COMMUNITY  
BANG SAPHAN NOI DISTRICT PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE

MISS SUNTARAPORN CHAWKRADIAN  
STUDENT ID 61551030

A SPECIAL PROJECT SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE  
REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BUSINESS ADMINISTRATION  
IN BUSINESS ADMINISTRATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG PRINCE OF  
CHUMPHON CAMPUS 2022

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองโครงการพิเศษ

หัวข้อโครงการพิเศษ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบาง  
สะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์  
FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF BAN PAK KHLONG  
COMMUNITY BANG SAPHAN NOI DISTRICT PRACHUAP KHIRI  
KHAN PROVINCE PROVINCE

ชื่อนักศึกษา

นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน

รหัสประจำตัว

61551030

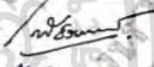


ปริญญา

บริหารธุรกิจบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

อาจารย์ผู้ควบคุมโครงการพิเศษ	ลายมือชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญานีกัด หล้าแหล่ง	
ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชรระ ศิลป์เสวตร์	

วัน/เดือน/ปีที่สอบ ธันวาคม พ.ศ. 2564 เวลา 09.00 – 14.00 น.

สถานที่สอบ ณ อาคารสำนักงานวิชา ห้อง BA 208

เห็นชอบ/รับรอง



(ดร.สุติมนต์ บุญवल)

ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

วันที่ 9 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 65

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**COPYRIGHT 2021**

**KING MONGKUT'S INTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

**PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อโครงการพิเศษ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ชื่อนักศึกษา	นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน
รหัสประจำตัว	61551030
ปริญญา	บริหารธุรกิจบัณฑิต
สาขาวิชา	บริหารธุรกิจ
พ.ศ.	2564
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น ทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อวิเคราะห์ทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรในการวิจัย คือสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ คำนวณกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีคำนวณตัวอย่างโดยใช้สูตรทายโรยามาเน่ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 230 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพเป็นเครื่องมือซึ่งมีค่าได้ค่าครอนบาคออัลฟา เท่ากับ 0.976 สถิติที่ใช้ คือสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 165 คน มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 87 คน สถานภาพสมรส จำนวน 82 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 123 คน มีอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัว จำนวน 65 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 109 คน ผลการทดสอบสมมติฐานทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.505 ค่า สัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.255 มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ยกเว้นด้านทุนโครงสร้าง ผลการทดสอบสมมติฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปาก คลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.592 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.350 มีความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยกเว้นยกเว้นด้านการใช้ความรู้ยอมรับและด้านการสร้างสรรค์งาน และผลการทดสอบสมมติฐาน ส่วน  
ประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.678 มีความสัมพันธ์ที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติ 0.05



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

<b>Project Title</b>	FACTORS AFFECTING THE SUCCESS OF BAN PAK KHLONG COMMUNITY BANG SAPHAN NOI DISTRICT PRACHUAP KHIRI KHAN PROVINCE
<b>Student</b>	Miss Suntaraporn Chawkradian
<b>Student ID</b>	61551030
<b>Degree</b>	Bachelor of Business Administration
<b>Program</b>	Business Administration
<b>Year</b>	2564
<b>Thesis Advisor</b>	Assistant professor Petcharaporn chatchawanchanakit

## ABSTRACT

Research study on Factors Affecting the Success of Ban Pak Khlung Community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province Objectives 1) to study general information of the respondents of members in Ban Pak Khlung community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province 2) to study the level of opinions on intellectual capital creative economy and the marketing mix strategy of Ban Pak Khlung community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province 3) to analyze intellectual capital affecting the success of Ban Pak Khlung community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province 4) to analyze the marketing mix strategy that affect the success of the Pak Khlung community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province by using quantitative research techniques research population is a member of Ban Pak Khlung community Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province The sample group was calculated using the Taro Yamane formula. Samples were 230 people using a quality-checked questionnaire as a tool. which had a Cronbach Alpha value of 0.976. The statistics used were descriptive statistics. and inferential statistics

The results of the study found that most of the respondents were male, 165 people, aged 31-40 years, 87 people, marital status, 82 people, 123 people with bachelor's degree, 65 people with private business occupations, average income per 30,001 – 45,000 baht per month, 109 people. The result of the intellectual capital hypothesis test affects the success of the Pak Khlung community. Bang Saphan Noi District, Prachuap Khiri Khan Province The correlation coefficient (Multiple R) was 0.505, and the predictive coefficient (R<sup>2</sup>) was 0.255, with a correlation at the level of statistical significance of 0.05, except for structural capital. The results of the creative economy hypothesis testing affecting the success of Ban Pak Khlung community, Bang Saphan Noi district Prachuap Khiri Khan Province The multiple correlation coefficient (Multiple R) was 0.592, and the predictive coefficient (R<sup>2</sup>) was 0.350, with a correlation at the level of statistical significance of 0.05, except for knowledge use and creativity. and hypothesis testing results Marketing mix that affects the success of Ban Pak Khlung community

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Bang Saphan Noi District Prachuap Khiri Khan Province The multiple correlation coefficient (Multiple R) was 0.678 with a correlation at the level of statistical significance of 0.05.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการพิเศษฉบับนี้สามารถลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษา ดูแล แก้ไข ปรับปรุงและความช่วยเหลือจากทุกฝ่าย ซึ่งผู้ศึกษาขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษ ซึ่งชี้แนะแนวทางในการทำให้เป็นไปในทิศทางที่ ถูกต้อง และได้เสียสละเวลาในการตรวจงานการศึกษาและแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ อีกทั้งยังดูแลเอาใจใส่ และให้กำลังใจในการทำโครงการพิเศษศึกษาด้วยดีเสมอมา และขอขอบคุณ ดร.สรารุช แซ่ตั้ง ดร.ชนพงษ์ อารมณ์พิศาล ดร.ฉัตรชัย กองกุล อ.ดร.กานต์จิรา ลิ้มศิริจง ผู้ทรงคุณวุฒิ ในการตรวจเครื่องมือที่ได้กรุณา ให้คำปรึกษา นอกจากนี้คณะกรรมการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชญัญภักดิ์ หล้าแหล่ง ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัชระ ศิลป์เสวตร์ ช่วยชี้แนะแนวทางแก้ไขปัญหา ต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อโครงการพิเศษฉบับนี้จนทำให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความสำเร็จและความสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา และขอขอบคุณเพื่อนๆ ที่เป็นกำลังใจ และเป็นพลังในการผลักดัน ให้การศึกษาลุล่วงไปได้ด้วยดีพร้อมทั้งช่วยหาแนวทางการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นด้วยความรัก และความเข้าใจเสมอ

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาขอขอบคุณประโยชน์ และความดีอันพึงมีคุณค่าจากโครงการพิเศษเล่มนี้ผู้วิจัย ขอขอบให้แด่ผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยั้งที่ให้โครงการพิเศษศึกษาเล่มนี้สำเร็จลงได้ ตลอดจน ครูปาอาจารย์ทุกท่าน ซึ่งเป็นผู้มอบวิชาความรู้เป็นพื้นฐานที่สำคัญยิ่งแก่ผู้ศึกษา หากมีข้อผิดพลาด ประการใด ผู้ศึกษาขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สุนทรภาพร ชาวกระเดียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	II
กิตติกรรมประกาศ .....	III
สารบัญ .....	IV
สารบัญตาราง .....	VII
สารบัญภาพ .....	IX
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา.....	4
1.4 ขอบเขตของการศึกษา.....	4
1.5 สมมติฐานของการศึกษา.....	5
1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	6
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีทางปัญญา.....	12
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	14
2.4 ทฤษฎีประชากรศาสตร์.....	21
2.5 ทฤษฎีตราสินค้า.....	22
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จ.....	22
2.7 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด.....	26
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	27
2.9 ตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	35
2.10 ตารางสรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร.....	38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.11 คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย.....	42
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา.....	43
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	43
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	43
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	44
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา.....	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	48
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	49
4.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทฤษฎีปัญหา.....	52
4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	55
4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	60
4.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ.....	64
4.6 ผลการวิเคราะห์ทฤษฎีปัญหา.....	67
4.7 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	70
4.8 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด.....	73
4.9 ข้อเสนอแนะ.....	76
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	77
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	77
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	81
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	84
บรรณานุกรม.....	89
ภาคผนวก ก. รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ จดหมายที่เกี่ยวข้องต่างๆ.....	91
ภาคผนวก ข. แบบสอบถาม.....	101

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค. ค่าคุณภาพของเครื่องมือ.....	109
-ค่าความตรง (Validity : IOC) .....	110
-ค่าความเชื่อมั่น (Reliability : R) .....	116
ภาคผนวก ง. ค่าสถิติที่สำคัญต่าง.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	134



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
2.8	สรุบทัวแปรต้น ตัวแปรตาม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	33
2.9	ตารางสรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร.....	37
2.10	คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย.....	41
4.1	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ.....	48
4.2	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	48
4.3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม สถานภาพ.....	49
4.4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	49
4.5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ.....	50
4.6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม รายได้ต่อเดือน.....	50
4.7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	51
4.8	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	52
4.9	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนมนุษย์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	53
4.10	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนโครงสร้าง ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	54
4.11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	55
4.12	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ความรู้ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	55
4.13	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ของชุมชนบ้าน ปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	56
4.14	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการสร้างสรรค้งาน ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	57
4.15	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์.....	59
4.17	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของชุมชน บ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	60
4.18	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของชุมชนบ้าน ปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	61
4.19	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	62
4.20	ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	63
4.21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	64
4.22	ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ .....	64
4.23	ทวนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพาน น้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	67
4.24	ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบทวนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชน บ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	68
4.25	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบาง สะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ .....	70
4.26	ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ .....	71
4.27	ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบาง สะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ .....	73
4.28	ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.....	74
4.29	ข้อเสนอแนะ.....	75

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	แสดงชุมชนบ้านปากคลอง.....	3
1.2	กรอบแนวคิดของการศึกษา.....	6
2.1	แสดงถึงผลิตภัณฑ์ปลาสามรส ชุมชนบ้านปากคลอง.....	10
2.2	แสดงถึงผลิตภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ ชุมชนบ้านปากคลอง.....	11
2.3	แสดงถึงผลิตภัณฑ์ปลาอินทรีเค็ม ชุมชนบ้านปากคลอง.....	11
2.4	แสดงถึงผลิตภัณฑ์กะปิ ชุมชนบ้านปากคลอง.....	12



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาของประเทศไทยจากเกษตรสู่อุตสาหกรรม ประเทศไทยมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 ปี พ.ศ. 2504 ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจไทย Thailand 1.0 ประเทศเราเป็นประเทศเกษตรกรรม เน้นการเกษตร และส่งออกสินค้าเกษตรเป็นหลัก เช่น ข้าว ยางพารา น้ำตาล มันสำปะหลัง พืชไร่ พืชสวน และเลี้ยงสัตว์ ต่อมาเราคิดว่า เราเอาข้าวไปแลกของใช้ แลกเครื่องมือ เครื่องจักร มันจะคุ้มหรือ อีกอย่างสินค้าเกษตรมีผลผลิตที่ไม่แน่นอน ผลผลิตที่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยเรื่องฤดูกาล และดิน ฟ้า อากาศ ซึ่งควบคุมไม่ได้ จึงเกิดยุคต่อมา เป็นThailand 2.0 ช่วงนี้เป็นช่วงที่เราเริ่มพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ โดยจะเน้นไปที่อุตสาหกรรมเบา อุตสาหกรรมที่เป็นพื้นฐานของประเทศ และอุตสาหกรรมที่เน้นใช้แรงงานคนเป็นหลัก ในช่วงแรกเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรม เพื่อทดแทนการนำเข้าหลังจากนั้นก็เริ่มมีการส่งออก เช่น การผลิต และขายรองเท้า เครื่องหนัง เครื่องดื่ม เครื่องประดับ เครื่องเขียน กระเป๋า เครื่องนุ่งห่ม เป็นต้น ทำให้ประเทศเริ่มมีศักยภาพมากขึ้นThailand 3.0 ช่วงนี้เป็นยุคของอุตสาหกรรมหนัก เช่น การผลิตและขาย ส่งออก เหล็กกล้า รถยนต์ กลั่นน้ำมัน แยกก๊าซธรรมชาติ ปูนซีเมนต์ เป็นต้น โดยใช้เทคโนโลยีจากต่างประเทศ เพื่อเน้นการส่งออก (สำนักงานการพัฒนากิจการวิจัยการเกษตร)

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสร้างรายได้ให้กับประเทศเฉลี่ยปีละ 170,000 ล้านบาท และ ไทยเป็นประเทศที่มีการผลิต และ การส่งออกอาหารทะเลรายใหญ่ของโลก โดยเฉพาะปลาทูน่ากระป๋องซึ่งประเทศไทยเป็นทั้งผู้ผลิตและผู้ส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก และ อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปจะช่วยให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับวัตถุดิบที่นำมาจากทะเล เพื่อแปรรูปให้เป็นอาหารทะเลกระป๋อง และ อาหารทะเลแช่แข็งผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปส่วนใหญ่จะเป็นการผลิตเพื่อส่งออก และผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้จากการส่งออกมากที่สุด และเป็นอันดับ 1 ของโลกได้แก่ ปลาทูน่ากระป๋อง กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง นอกจากนั้นสินค้าอาหารทะเลแปรรูปที่มีแนวโน้มการส่งออกเพิ่มขึ้น เช่น กุ้งแปรรูป ปลาซาดีนกระป๋อง ปูแห้งใส่เกลือ และ ปูในน้ำเกลือ ตลาดส่งออกที่สำคัญได้แก่ สหรัฐอเมริกา ส่งออกประมาณ ร้อยละ 50 ของผลผลิตทั้งหมด

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป จะดำเนินการแปรรูปได้หลายรูปแบบ เช่น การปรุงแต่งรส เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การเอาน้ำออก การใช้ความร้อน และระดับของธุรกิจอาหารทะเลแปรรูป จะมีทั้งขนาดใหญ่ที่แปรรูปแบบครบวงจร คือ การแปรรูปจากสัตว์ทะเลหลายชนิด และใช้เทคนิคที่แตกต่างกัน เช่น การทำปลากระป๋อง น้ำปลา หมึกตากแห้ง กุ้งแห้ง ปลาสามรส เป็นต้น และขนาดกลางและขนาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ยอมที่แปรรูปเพียงแบบเดียวแต่ใช้สัตว์ทะเลหลายชนิด เช่น การตากแห้งกุ้ง ปลาหมึก ปลา ตลอดจนธุรกิจที่นำสัตว์ทะเลชนิดเดียวมาแปรรูปได้หลายรูปแบบ เช่น ปลาทากแห้ง ปลากรอบสามรส ปลาเส้น เป็นต้น (แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2562-2564: อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป)

ภาคใต้ เป็นภาคที่มีพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลมากที่สุด ลักษณะภูมิประเทศเป็นแหลมที่ยื่นลงไปในทะเลผู้คนที่อาศัยในดินแดนแถบนี้จึงนิยมทำการประมง เพราะมีทรัพยากรในท้องทะเลมากมายเมื่ออาศัยอยู่ชายทะเลก็จะประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับทะเล อาหารหลักในการดำรงชีวิตจึงเป็นอาหารทะเล อาหารส่วนใหญ่ของคนภาคใต้มักเกี่ยวข้องกับปลา และสิ่งอื่น ๆ จากท้องทะเลเมื่อออกทะเลหาอาหารมาได้มากก็ได้รับประทานให้หมดในหนึ่งมื้อได้ คนภาคใตจึงนำอาหารที่ได้จากทะเลมาทำการถนอมอาหาร เช่น กุ้งส้ม ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้กุ้งแตะ ซึ่งจะมีสีเขียวชนิดนี้เมื่อนำมาทำเป็นกุ้งส้ม สีจะออกแดง ๆ และมีรสเปรี้ยว การทำกุ้งส้มนั้น นำกุ้งมาหมักกับเกลือ น้ำตาลทราย หมักทิ้งไว้ประมาณ 7 วันจนมีรสเปรี้ยว จึงนำมาทำอาหารรับประทานได้ ปลาเสียดแห้ง คือการนำปลาเสียดมาใส่เกลือจนทั่วตัวปลา แล้วตากแดดให้แห้งเก็บไว้รับประทานได้นาน ปลาแป้งแดง คือการนำปลาโคบ หมักกับข้าวสุก เกลือ ใสสีแดง หมักทิ้งไว้ 3-4 วัน จึงนำมาปรุงอาหารได้ ปลาเค็ม คือ การนำปลามาหมักกับเกลือ เมื่อก่อนชาวประมงออกหาปลาพอได้ปลามากก็หมักกับเกลือบนเรือ ครั้นเรือเข้าฝั่งก็จะได้ปลาเค็มไว้รับประทาน กุ้งแห้ง คือ การนำกุ้งที่ได้มาเคล้ากับเกลือ แล้วตากแดดให้แห้ง เก็บไว้รับประทานได้นาน น้ำบูดู ได้จากการหมักปลาตัวเล็ก ๆ กับเกลือเม็ด โดยหมักไว้ในโอ่ง ไห หรือถังซีเมนต์ แล้วปิดฝาผนึกอย่างดี ตากแดดทิ้งไว้ 2-3 เดือน หรือเป็นปี จึงนำมาใช้ได้ บูดูมีทั้งชนิดหวานและชนิดเค็ม ชนิดหวาน ใช้คลุกข้าวยาปักซีต็ด ชนิดเค็ม ใช้ปรุงอาหารประเภทน้ำพริก เครื่องจิ้ม พุงปลา ได้จากการเอาพุงปลาทุ หรือปลารังมารีดเอาสิ่งสกปรกออก แล้วใส่เกลือหมักไว้ 1 เดือนขึ้นไป จึงนำมาปรุงอาหารได้ เป็นต้น

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีศักยภาพทางด้านประมงสูง เนื่องจากมีพื้นที่ติดกับชายทะเลยาวถึง 224 กิโลเมตร มีหมู่บ้าน และตำบลที่ติดชายทะเลทั้งหมด 48 หมู่บ้าน 23 ตำบล และ 3 เทศบาล ซึ่งพื้นที่ชายฝั่งทะเลของจังหวัดถือเป็นแหล่งทำการประมงที่สำคัญ ผลผลิตทางการประมงมีปริมาณสูงเนื่องจากพื้นที่มีศักยภาพ และเหมาะสมในการผสมพันธุ์วางไข่ อาศัยเลี้ยงตัวในวัยอ่อนของสัตว์น้ำที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ เช่น ปลาทุ ปลาปลิง ปลากระตัก ปูม้า หมึก และหอยทะเล เป็นต้น จากการสำรวจข้อมูลเรือประมงที่ขึ้นทะเบียนในเขตพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ทั้งหมด 1,754 ลำ และเรือที่ไม่มีทะเบียน 1,185 ลำนอกจากนี้ยังมีเรือที่ขึ้นทะเบียนในเขตพื้นที่อื่นอีกจำนวนหนึ่งเข้ามาทำการประมงในพื้นที่จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สำหรับมูลค่าผลผลิตประมง ในปี 2557-2561 มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องจากมูลค่า 3,801 ล้านบาท ในปี 2557 ลดลงเหลือ 1,851 ล้านบาท, 1,567 ล้านบาท 1,058.55 ล้านบาท และ 760 ล้านบาท ในปี 2558 ปี 2559 ปี 2560 และ ปี 2561 คิดเป็นร้อยละ -6.4, -51.3, -15.34 -32.45 และ -51.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ชุมชนบ้านปากคลอง ตำบลบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ติดชายทะเล โดยมีลำคลองไหลลงสู่ทะเล ๒ สาย เชื่อมต่อระหว่างน้ำเค็มกับน้ำจืด และเป็นคลองที่ชาวประมงใช้ในการเดินเรือเข้าออก ชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนั้นว่า บ้านปากคลอง เป็นชุมชนเล็ก ๆ ริมทะเลอ่าวไทยที่นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติรู้จักกันดี เนื่องจากเป็นสถานที่ใช้ลงเรือ เพื่อข้ามไปยังเกาะทะลุ ซึ่งเป็นเกาะขนาดเล็กที่อยู่ไม่ไกลจากชายฝั่งมาก มีทัศนียภาพอันสวยงาม หาดทรายขาว น้ำทะเลใส และยังคงความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ซึ่งส่วนใหญ่ยึดการทำประมงในการดำรงชีพ จึงได้เห็นภาพเรือประมงออกทะเลในตอนค่ำแล้วทยอยกลับเข้าฝั่งในตอนเช้าพร้อมกับเอาวัตถุดิบที่ได้มาตกลงซื้อขายกันในทันที ความสมบูรณ์ของท้องทะเลทำให้มีปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกหอม อยู่เป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 1.1 แสดงชุมชนบ้านปากคลอง

ที่มา : <https://www.paiduaykan.com>

วิถีพื้นบ้านของชุมชนบ้านปากคลอง อีกอย่างหนึ่งก็คือการแปรรูปอาหารทะเล ซึ่งชาวบ้านได้รวมกลุ่มกันตั้งศูนย์สาธิตแปรรูปอาหารทะเลขึ้น เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และส่งเสริมให้เกิดรายได้ของคนในชุมชน โดยจะรับซื้อของทะเลสด ๆ จากเรือประมง เช่น เ็นหอย หมึกหอม มาทำเป็นอาหารทะเลแปรรูปส่งออกไปขายยังต่างประเทศ และมีการทำแปรรูปเป็นปลาสามรส น้ำพริกกุ้งเสียบ ปลาอินทรียี่เค็ม ปลาข้าวสารอบแห้ง กะปิ เป็นต้น เพื่อเป็นของฝากสำหรับท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะถูกนำมาจำหน่ายที่ ร้านค้าชุมชน หมู่ที่ 3 บ้านปากคลอง ปัญหาและอุปสรรคของ ชุมชนบ้านปากคลอง ตำบลบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย คือ ราษฎรมีรายได้จากการประกอบอาชีพทางการประมง และการเกษตรเป็นหลักเพียงอย่างเดียวไม่มีอาชีพเสริมรองรับ และการปัจจัยที่สำคัญ คือ ขาดตราสินค้า และผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากเหตุผลดังกล่าวที่กล่าวมานั้น ส่งผลให้ความสำเร็จของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเครื่องมือพื้นฐานการส่งเสริมของ ชุมชนยั่งยืนและสร้างความสำเร็จในชุมชน ผู้วิจัยสนใจศึกษาความสำเร็จของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อพัฒนาปรับปรุงผู้ประกอบการให้สามารถพัฒนา และเติบโตอย่างมั่นคงต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2.2 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์ทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1.3.1 1. ชุมชนทราบระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.3.2 หน่วยงานภาครัฐที่กำกับนำผลการศึกษาไปจัดทำนโยบายในการพัฒนาชุมชนให้ทันต่อการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

1.3.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำความรู้จากงานวิจัยในเรื่องนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาชุมชนและผลิตภัณฑ์ต่อไป

## 1.4. ขอบเขตของการศึกษา

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาการศึกษาในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1.4.1.1 ตัวแปรอิสระ คือ ทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

1.4.1.2 ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา คือ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

#### 1.4.3 ขอบเขตด้านประชากร

ขอบเขตด้านประชากร คือ สมาชิกในชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 532 คน (ข้อมูลระบบสถิติทางการทะเบียน ณ เดือนธันวาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา สมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่อายุ 20 ปีบริบูรณ์ จำนวน 230 คน โดยใช้สูตรการคำนวณ Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างวิธีทำแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ สถิติสถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติในการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบใช้ความน่าจะเป็น

#### 1.4.4 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาในครั้งนี้ตั้งแต่ เดือน กันยายน – ธันวาคม พ.ศ.2564 รวมระยะเวลา 4 เดือน

### 1.5 สมมติฐานของการศึกษา

การศึกษาทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้กำหนดสมมติฐานดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.6 กรอบแนวคิดของการศึกษา

การศึกษาทุนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาซึ่งกรอบแนวคิด ดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของการศึกษา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

**ทูลทางปัญญา** หมายถึง ความสามารถที่มีในตัวบุคคล สามารถเรียนรู้จากตนเองและคนอื่น นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชีวิต และปฏิบัติงานได้ ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนได้ และการเป็นเจ้าของความรู้ การประยุกต์ประสบการณ์ เทคโนโลยี ความสัมพันธ์กับลูกค้า และความชำนาญของผู้เชี่ยวชาญ

**ด้านทุนกายภาพ** หมายถึง สินทรัพย์ที่มีตัวตน และสามารถใช้ในการงานการสร้างกิจกรรมทางเศรษฐกิจให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

**ด้านทุนมนุษย์** หมายถึง ความรู้ทักษะประสบการณ์ และคุณสมบัติทางสังคมที่นำไปสู่ความสามารถของบุคคลในการทำงานในลักษณะที่ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ

**ด้านทุนโครงสร้าง** หมายถึง สิ่งที่ทำให้ ทุนมนุษย์ ที่เชื่อมต่อกับทุนทางสังคม กันนั้น คงอยู่ต่อไปตราบเท่าที่องค์กรนั้นมีสภาพอยู่ แม้ว่าผู้หนึ่งผู้ใดจะไม่ได้อยู่ในองค์กรนั้นแล้วก็ตาม

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์** หมายถึง องค์กรประกอบร่วมของ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงาน ให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถส่งเสริมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

**ด้านการใช้ความรู้** หมายถึง การใช้ศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนเกี่ยวกับข้อมูลในท้องถิ่นนำมาต่อยอดเพื่อพัฒนาชุมชน

**ด้านการศึกษา** หมายถึง การนำเอาความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน ความรู้ภายนอกชุมชน ความรู้จากการจัดกิจกรรม ความรู้จากการดูงาน ทำการรวบรวม และแลกเปลี่ยนอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้ในการพัฒนาชุมชน ให้สามารถพึ่งพาตนเองและมีรายได้ในการประกอบอาชีพ

**ด้านการสร้างสรรค์งาน** หมายถึง กระบวนการที่ทำให้รายได้ในการประกอบอาชีพดีขึ้น โดยการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าไปในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ การปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ และผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ในสายผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลักษณะ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ โดยสามารถสนองความต้องการเดิม หรือความต้องการใหม่ของผู้ซื้อได้

**ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา** หมายถึง การใช้ประโยชน์จากผลงานที่เกิดโดยความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชนเป็นสินค้าเฉพาะพื้นที่ และรวมไปถึงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ประเพณี ท้องถิ่นของชุมชน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด** หมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ควบคุมได้ที่ธุรกิจใช้เพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์หรือเพื่อกระตุ้นให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเกิดความต้องการสินค้าและบริการ

**ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)** หมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์และการขาย โดยสามารถตอบสนองความต้องการผู้บริโภคที่เลือกซื้อได้จาก คุณภาพ รูปร่าง ขนาด ความสวยงามของผลิตภัณฑ์ ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์แปรรูปอาหารทะเล ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ด้านราคา (Price)** หมายถึง ความเหมาะสมของราคาในการขายผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ว่ามีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้ามีราคาที่เหมาะสม การระบุราคาที่ชัดเจน

**ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** หมายถึง สถานที่จำหน่าย และช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สามารถหาซื้อได้ง่าย มีความสะดวกในการซื้อ

**ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)** หมายถึง การส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่จะทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การมีโปรโมชั่นในการขาย มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ

**ความสำเร็จ** หมายถึง สิ่งที่ตั้งความหวังหรือสิ่งที่กระทำแล้วประสบความสำเร็จตามที่เราร้องการ เช่น ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่มีความสำเร็จในด้านผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป

**ด้านการเงิน** หมายถึง ความรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร การเจริญเติบโต

**ด้านลูกค้า** หมายถึง ความรับรู้ของผู้รับบริการ เกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ การลดอัตราความบกพร่องในการบริการ

**ด้านกระบวนการจัดการภายใน** หมายถึง ความรับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความรวดเร็วในแต่ละขั้นตอนการทำงานการลดอัตราความบกพร่อง ในแต่ละขั้นตอนการทำงาน และประสิทธิภาพในการผลิต

**ด้านการเรียนรู้และการเติบโต** หมายถึง ความรับรู้ของ พนักงานที่เกี่ยวกับการคิดค้นบริการในรูปแบบใหม่ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการสร้างทรัพย์สินทางปัญญา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้ศึกษาได้ค้นคว้าทบทวนเอกสารทางวิชาการเพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายใต้หัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
- 2.2.แนวคิดทฤษฎีทางปัญญา
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.4 ทฤษฎีตราสินค้า
- 2.5 ทฤษฎีความสำเร็จ
- 2.6 ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.8 สรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 สรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร
- 2.10 คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย

#### 2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

อำเภอบางสะพานน้อยเดิมขึ้นอยู่กับในการปกครองของอำเภอบางสะพาน ยกฐานะขึ้นเป็นกิ่งอำเภอเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2517 และเป็นอำเภอเมื่อ 13 กรกฎาคม 2524 ซึ่งมีเรื่องเล่ากันว่ามาก่อนปี พ.ศ. 1862 พระเจ้าศรีวิ้ง เจ้าผู้ครองเมืองนครศรีธรรมราชกับเจ้าผู้ครองเมืองเพชรบุรี ซึ่งเป็นสมเด็จพระราชาธิบดี มีอาณาเขตของเมืองที่ปกครองกว้างขวางมากทั้งสองพระองค์จึงได้ทรงประกาศให้มีการแบ่งเขตเมืองที่ปกครองออกจากกัน โดยถือเอาแม่น้ำสายหนึ่งเป็นเส้นแบ่งเขตทรงสร้างเมืองเล็ก ๆ ขึ้นเมืองหนึ่ง เพื่อให้เป็นเมืองกันชนระหว่างเมืองนครศรีธรรมราชกับเมืองเพชรบุรีทรงสร้างสะพาน เพื่อให้ราษฎรติดต่อสัญจรไปมาสะดวกเมืองที่สร้างขึ้นนั้นได้เรียกขานกันต่อมาว่า "เมืองสะพาน" ไม่ปรากฏหลักฐานว่ามีเจ้านายพระองค์ใดไปปกครองเป็นเมืองที่ได้สร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นที่ประทับชั่วคราวในสมัยดังกล่าว เจ้าผู้ครองเมืองหินมูล (เมืองนครปฐม) ไม่มีพระราชโอรส จึงได้ทรงทูลขอพระราชทานโอรสของพระเจ้าศรีวิ้งไปเป็นองค์รัชทายาททรงพระนามว่า พระเจ้าศรีราชา องค์รัชทายาทได้ทรงโปรดเกล้าให้สร้างสะพานขึ้นในท้องที่บริเวณใกล้เคียงกับเมืองสะพาน ที่บ้านหาดตะกร้อ (ปัจจุบันอยู่ในท้องที่หมู่ที่ 3 ตำบลบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย) เนื่องจากพระองค์ต้องเสด็จไปมาระหว่างเมืองหินมูลกับเมืองนครศรีธรรมราช

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ่อยครั้ง สะพานนี้ใช้เดินทางเชื่อมต่อกับเมืองสะพาน ในเวลาต่อมาพระเจ้าศรีราชาได้ขึ้นเมืองหินมูล พระองค์ถือเป็นกษัตริย์ต้นราชวงศ์ "อุทอง" สำหรับคำว่า "บางสะพานน้อย" คงจะมีที่มาจากเหตุการณ์ที่ การรถไฟก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ และได้จัดตั้งสถานีที่พักรถโดยสารขึ้นในท้องที่ทางทิศเหนือของสถานี ต้องสร้างสะพานเหล็กข้ามคลองน้ำเค็มทางทิศใต้ทำเป็นสะพานไม้ข้าม ซึ่งเป็นลักษณะที่คล้ายคลึงกับ สถานีรถไฟบางสะพานที่มีสะพานข้ามบึงกว้างทางทิศเหนือ ส่วนทิศใต้เป็นสะพานข้ามคลอง จึงได้ตั้งชื่อ สถานีที่พักรถโดยสารแห่งใหม่ว่า "บางสะพานน้อย" ส่วนสถานีเก่าให้เพิ่มชื่อเป็น "บางสะพานใหญ่" เพื่อ ป้องกันการสับสนส่วนชื่อของอำเภอนั้นไม่มีการเปลี่ยนแปลง คงใช้ชื่ออำเภอบางสะพานต่อไปตามเดิม (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางสะพานน้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

อำเภอบางสะพานน้อยแบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 5 ตำบล 41 หมู่บ้าน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลปากแพรก 6 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลบางสะพาน 10 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลทรายทอง 11 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลช้างแร้ง 8 หมู่บ้าน องค์การบริหารส่วนตำบลไชยราช 6 หมู่บ้าน โรงเรียนระดับมัธยมศึกษาประจำอำเภอที่มีการเรียนการสอนถึงระดับมัธยมศึกษา ตอนปลาย คือ โรงเรียนบางสะพานน้อยวิทยาคม สถานศึกษาในเขตตำบลไชยราช ได้แก่ โรงเรียนบ้านไชยราช โรงเรียนบ้านช้างเผือก โรงเรียนบ้านบางเจริญ โรงเรียนบ้านทองอินทร์ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านไชยราช ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านหินเทิน และศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบางเจริญ สถานศึกษาในเขตตำบลบางสะพาน ได้แก่ โรงเรียนบ้านบางสะพานน้อย โรงเรียนบ้านปากคลอง โรงเรียนบ้านทุ่งไทร โรงเรียนวัดดอนตะเคียน โรงเรียนบ้านหนองซ้อง และศูนย์เด็กเล็กบางสะพาน สถานศึกษาในเขตตำบลทรายทอง ได้แก่ โรงเรียนวัดกำมะเสน โรงเรียนบ้านทุ่งสี่เสียด โรงเรียนบ้านฝั่งแดง โรงเรียนบ้านบางเปิด โรงเรียนวัดห้วยสัก (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางสะพานน้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์)

อำเภอบางสะพานน้อย คือ อีกหนึ่งอำเภอที่หลายคนมักนึกถึงในอันดับต้น ๆ ด้วยภูมิประเทศที่โอบล้อมด้วยภูเขา และทะเลเป็นแนวทอดยาวขนานชายฝั่งและชาวทำให้มีอากาศที่เย็นสบายตลอดทั้งปีมีธรรมชาติที่บริสุทธิ์อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าไม้ และทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลที่งดงาม นอกจากนี้อำเภอบางสะพานน้อยยังถือว่าเป็นเมืองแห่งธรรมะที่มีโบราณสถานที่สำคัญสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางสะพานน้อยก็มีมากมายให้เลือก

ชุมชนบ้านปากคลอง ตำบลบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ติดชายทะเล โดยมีลำคลองไหลลงสู่ทะเล ๒ สาย เชื่อมต่อระหว่างน้ำเค็มกับน้ำจืด และเป็นคลองที่ชาวประมงใช้ในการเดินเรือเข้าออก ชาวบ้านจึงเรียกบริเวณนั้นว่า บ้านปากคลอง เป็นชุมชนเล็ก ๆ ริมหาดเล่าวไทยที่นักท่องเที่ยว และชาวต่างชาติรู้จักกันดี เนื่องจากเป็นสถานที่ใช้ลงเรือเพื่อข้ามไปยังเกาะทะลุ ซึ่งเป็นเกาะขนาดเล็กที่อยู่ไม่ไกลจากชายฝั่งมาก มีทัศนียภาพอันสวยงาม หาดทรายขาว น้ำทะเลใส และยังคงความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประชาชนในชุมชนบ้านปากคลองส่วนใหญ่ยึดการทำประมงในการดำรงชีพ จึงได้เห็นภาพเรือประมงออกทะเลในตอนค่ำแล้วทยอยกลับเข้าฝั่งในตอนเช้าพร้อมกับเอาวัตถุดิบที่ได้มาตกลงซื้อขายกันในทันที ความสมบูรณ์ของท้องทะเลทำให้มีปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกหอม อยู่เป็นจำนวนมาก วิธีพื้นบ้านของชุมชนบ้านปากคลองนอกจากอาชีพการทำประมงแล้ว ชาวบ้านบางส่วนของที่นี้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยการทำสวนมะพร้าว ดังนั้นกะลามะพร้าวอ่อน ๆ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า "เหมงพร้าว" จึงเป็นวัตถุดิบสำคัญในการประกอบอาหารแสนอร่อย นั่นก็คือ "แกงไก่บ้านเหมงพร้าว" อาหารประจำถิ่นที่ใครได้กินก็ต้องติดใจ ส่วนของหวานอย่าง "ลอดช่องไทย" ก็ประทับใจไม่แพ้กัน ด้วยน้ำกะทิหอมมันจากน้ำตาลมะพร้าวชั้นดี สำหรับวิถีพื้นบ้านของชุมชนบ้านปากคลองอีกอย่างหนึ่ง คือ การแปรรูปอาหารทะเล

ชาวชุมชนบ้านปากคลองมีการแปรรูปอาหารทะเลเป็นส่วนใหญ่ได้แก่ ปลาสามรส น้ำพริกกุ้งเสียบ ปลาอินทรียี้เค็ม กะปิ เป็นต้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป



ภาพที่ 2.1 แสดงถึงผลิตภัณฑ์ปลาสามรส ชุมชนบ้านปากคลอง  
ที่มา : <https://www4.fisheries.go.th>

วัตถุดิบปลาแห้งเกือบทุกชนิดสามารถนำมาใช้เป็นวัตถุดิบได้ เช่น หอยกะพงแห้งปลาจิ้งจั้งแห้ง ส่วนผสม ปลาแห้ง 200 กรัม น้ำตาลปีบ 100 กรัม พริกป่น 1 กรัม เกลือป่น 3 กรัม น้ำส้มสายชู 40 กรัม น้ำปลา 30 กรัม น้ำ 30 กรัม วิธีทำ นำปลาแห้งมาล้างน้ำวางผึ่งบนตะแกรงจนสะเด็ดน้ำ แล้วนำมาทอดให้กรอบเตรียมน้ำปรุงรสโดยตั้งกระทะใช้ไฟอ่อน ใส่ น้ำตาลปีบ น้ำส้มสายชู เกลือ และน้ำปลา คนให้ส่วนผสมละลาย แล้วเติมพริกป่น (ถ้าต้องการรสน้ำพริกเผาให้ใส่น้ำพริกเผา 80 กรัม แทนพริกป่น) เคี่ยวจนส่วนผสมเดือดใส่ปลาที่ทอดกรอบแล้วลงไปผัดจนน้ำปรุงรสงวดยกกระทะลงตักหอยหรือปลาสามรสที่ได้ใส่ถาดผึ่งให้เย็น



ภาพที่ 2.2 แสดงถึงผลิตภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ ชุมชนบ้านปากคลอง  
ที่มา : <https://www.bloggang.com>

ส่วนผสม 1. กุ้งเสียบ 2 ชีด 2. กุ้งแห้งเนื้อ 2 ชีด 3. กระเทียมเจียว 2 ชีด 4. หอมแดงเจียว 2 ชีด 5. น้ำตาลทราย 6. พริกขี้หนูแห้ง 7. เกลือป่น 8. ผงปรุงรส 9. น้ำมันพืช (สำหรับทอด) วิธีทำ นำกุ้งเสียบ กุ้งแห้ง ทอดให้เหลือง (พักไว้ให้เย็น) แล้วนำกุ้งแห้งเนื้อไปป่นให้ละเอียด พริกขี้หนูแห้งคั่วให้หอม (พักไว้ให้เย็น) แล้วนำไปป่นให้ละเอียด นำน้ำมันพืชใส่กระทะพอร้อน ใส่กุ้งแห้งป่นละเอียดลงไปผัด ใส่หอมเจียว กระเทียมเจียว ใส่พริกป่น (เคล้าให้เข้ากัน) ปรุงรสด้วยน้ำตาลทราย เกลือป่น ผงปรุงรส ชิมให้มีรสเค็ม หวานนิดหน่อย และเผ็ดไม่มาก ใส่กุ้งเสียบ ผัดให้เข้ากันดี ตักทิ้งไว้ให้เย็น บรรจุใส่ขวดเก็บไว้รับประทานได้นาน



ภาพที่ 2.3 แสดงถึงผลิตภัณฑ์ปลาอินทรีเค็ม ชุมชนบ้านปากคลอง  
ที่มา : <https://www.technologychaoban.com>

ขั้นตอนการทำปลาอินทรีเค็ม เริ่มจากการเอาปลาอินทรีสดมาล้างน้ำให้สะอาด ตึงเหงือก และไส้ออกให้หมด วิธีการหมักกับเกลือใช้อัตราส่วน ปลาอินทรีน้ำหนักประมาณ 1 กิโลกรัม ต่อเกลือ 2 ถ้วย โดยตักเกลือ 2-3 ช้อนโต๊ะ กรอกใส่ปากปลา แล้วเอาเกลือที่เหลือเคล้าให้ทั่วตัวปลา หมักทิ้งไว้ 1 คืน ควรเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หาของหนักๆ ทับตัวปลาไว้เพื่อให้เนื้อปลานิ่ม ตอนเช้าจึงนำปลามาแขวนตากแดดทุกวัน จนปลาแห้งดีแล้วนำมาตัดเป็นชิ้นๆ เก็บไว้กินหรือเหลือกินก็นำไปขาย



ภาพที่ 2.4 แสดงถึงผลิตภัณฑ์กะปิ ชุมชนบ้านปากคลอง

ที่มา : <http://www1a.biotech.or.th>

ขั้นตอนการทำกะปิ 1. ใช้ตัวเคย 5 กิโลกรัม ต่อเกลืออย่างดี 1 กิโลกรัม คลุกเคล้าให้เข้ากันหมักไว้นาน 2 คืน จากนั้นนำออกผึ่งแดดพอรอบ 2. นำมาตำ เบา ๆ พอแหลก แล้วหมักไว้ 5 คืน (การหมักขั้นตอนนี้ต้องใส่กระสอบเพื่อให้น้ำในตัวเคยออกมา) 3. นำไปตากแดดพอรอบโดยบีบเป็นก้อนเล็กๆ 4. นำไปตำใหม่ให้เข้ากันดีจนแหลก ตีปลักเป็นก้อนสี่เหลี่ยมหรือก้อนกลมๆ 5. หมักไว้ 2 สัปดาห์ แล้วนำมาตำ อีกครั้ง 6. บรรจุลงใน “โอ่งขุดน้ำ” (โอ่งโดยอัดกะปิจนเต็มแน่น ปิดด้วยผ้าพลาสติกโรยด้วยเกลือเม็ดจนเต็มพื้นที่) 7. ตั้งทิ้งไว้อย่างน้อย 45 วันจึงจะนำมาปรุงอาหารได้

ชาวบ้านได้รวมกลุ่มกันตั้ง ศูนย์สาธิตแปรรูปอาหารทะเลขึ้นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และส่งเสริมให้เกิดรายได้ของคนในชุมชน โดยจะรับซื้อของทะเลสด ๆ จากเรือประมง เช่น เอ็นหอย หมึก หอม มาทำเป็นอาหารทะเลแปรรูปส่งออกไปขายยังต่างประเทศ และยังเป็นของฝากสำหรับท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จะถูกนำมาจำหน่ายที่ ร้านค้าชุมชน หมู่ที่ 3 บ้านปากคลอง

## 2.2 แนวคิดทุนทางปัญญา

แนวคิดทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ได้เริ่มต้นมาจากแนวคิดทั่วไปในการบริหารจัดการจัดการกับสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ หรือสินทรัพย์ที่มองไม่เห็น เพื่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันให้กับองค์กร ทุนทางปัญญามีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่า ให้กับองค์กรไม่น้อยไปกว่าทุนทางการเงินและสินทรัพย์อื่น ๆ ในองค์กร

Kay & Marian (1991) ทุนทางปัญญาขององค์กรนั้น หมายถึง การเป็นเจ้าของความรู้ซึ่งเป็นความรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่มูลค่าให้กับองค์กรได้ หรือเป็นความรู้ที่ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลาด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในองค์การธุรกิจ การมีระบบบริหารจัดการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์การ โดยในสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้นั้น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงของตลาดการแพร่กระจายของเทคโนโลยี การเพิ่มจำนวนของคู่แข่ง หรือการที่ผลิตภัณฑ์ล้าสมัยอย่างรวดเร็ว นั้น ส่งผลให้องค์การต้องสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง และต้องกระจายความรู้ดังกล่าวไปทั่วทั้งองค์การ รวมทั้งนำองค์ความรู้นั้นมาใช้กับเทคโนโลยี และผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์การได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์การ

Edvinsson (1997) ได้ให้คำจำกัดความของทุนทางปัญญา หมายถึง เนื้อหาทางปัญญา และทางความคิดคือความรู้ข่าวสารทรัพย์สินทางปัญญา และประสบการณ์อันเป็นอำนาจที่คิดอ่านออกมาจากสมองซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะให้นิยาม และยิ่งยากมากขึ้นเมื่อจะนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพแต่ถ้าใครเข้าใจ และสามารถนำไปใช้ได้แล้วเขาผู้นั้นจะถือว่าเป็นผู้ชนะ

Edvinsson and Malone (1997) ได้ให้คำจำกัดความของทุนทางปัญญา หมายถึง ความแตกต่างระหว่างมูลค่าตลาดขององค์กร และมูลค่าทางบัญชี

Roos and Edvinsson (1997) ได้ให้คำจำกัดความของทุนทางปัญญา หมายถึง ผลรวมของทุนมนุษย์ และทุนโครงสร้างรวมถึงประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้เทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์ลูกค้า และทักษะเชิงวิชาชีพช่วยให้องค์การได้เปรียบในการแข่งขัน

Edvinsson & Malone (1997) ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) คือ ทุนทางความรู้ การศึกษา การวิจัย การแสวงหาความจริง การเตรียมคนที่อาศัยอยู่ในโลก เพื่อสร้างชุมชนที่ดีตั้งนั้น ทุนทางปัญญาจึงเป็นผลรวมของทุนมนุษย์และทุนโครงสร้าง รวมถึงประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และทักษะเชิงวิชาชีพ

องค์กรเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1. ทุนมนุษย์ (Human Capital : HC) ซึ่งเกี่ยวข้องกับความรู้และการนำความรู้ไปใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มกับองค์กร การสร้างทุนมนุษย์ให้เกิดขึ้น โดยใช้กระบวนการบริหารทุนมนุษย์จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญ ในการบริหารจัดการสร้างและจัดหา เพื่อให้ได้มาซึ่งความรู้ ความสามารถทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุพันธกิจและเป้าหมายขององค์กร

2. ทุนโครงสร้าง (Structural Capital : SC) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันกับทุนมนุษย์ และความรู้ การที่ทุนโครงสร้างช่วยให้นักงานสร้างผลงานได้มากขึ้น ไม่ได้หมายความว่า ต้องทำงานหนักขึ้น แต่หมายถึงการทำงานที่เหมาะสมด้วย ทุนโครงสร้างที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าขององค์กรได้อย่างแท้จริง

3. ทุนทางสังคม (Social Capital : SC) ความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมที่เราสามารถเรียกเอาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจได้ ตัวอย่าง ของทุนทางสังคมที่มักถูกกล่าวถึงคือ ความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชื่อถือไว้วางใจกัน เครือข่าย สถาบัน (ซึ่งความสัมพันธ์ทางสังคมหรือโครงสร้างทางสังคมรูปแบบใดที่เป็นทุนทางสังคมนั้น เราอาจพิจารณาง่าย ๆ ว่าท้ายที่สุดแล้วมันสามารถให้ผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับเราได้หรือไม่นั่นเอง

Thomas Stewart (1997) ทุนทางปัญญาเปรียบดังหอก ดาบ หรืออาวุธสำคัญในการแข่งขันของยุคสารสนเทศตัวอย่างของทุนทางปัญญาที่เห็นได้ชัดก็คือ ความเฉลียวฉลาดของคนในองค์กร ความภักดีของลูกค้า คุณค่าของเครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร ทรัพย์สินทางปัญญา การสะสมความรู้ที่ปัญญานั้นเป็นทุนที่ “สามารถนำมาใช้ได้อย่างไม่มีวันจบสิ้น” หากรู้วิธีใช้ให้เป็นทุนทางปัญญาจากกล่าวได้ว่า วิวัฒนาการของการจัดการทุนทางปัญญามีจุดกำเนิดมาจากแหล่งที่แตกต่างกัน 3 แหล่ง คือ

1. ประเทศญี่ปุ่นจากการทำงานของ Hiroyuki Itami ซึ่งศึกษาถึงผลกระทบของทรัพย์สิน ที่ไม่มีตัวตนในการจัดการบริษัทของญี่ปุ่น

2. งานของนักเศรษฐศาสตร์ แสวงหาแนวคิดต่าง ๆ และทฤษฎีในองค์กร ซึ่งรวบรวมโดย David Teece จาก UC Berkeley การสัมมนาเกี่ยวกับเทคโนโลยีเชิงพาณิชย์

3. งานของ Karl-Erik Sveiby จากสวีเดน ซึ่งนำเสนอทุนบุคลากร เป็นมุมมองหนึ่งของทุนทางปัญญาอันเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาความสามารถ และความรู้ของบุคลากรในองค์กร

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) คือ ทุนทางความรู้ การศึกษา การวิจัย การแสวงหาความจริง หรือการเตรียมคนที่อาศัยอยู่ในโลก เพื่อสร้างชุมชนที่ดีดั่งนั้น ทุนทางปัญญาจึงเป็นผลรวมของทุนมนุษย์และทุนโครงสร้าง รวมถึงประสบการณ์ที่นำมาประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1. ทุนมนุษย์ 2. ทุนโครงสร้าง 3. ทุนทางสังคม

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความหมายที่หลากหลายแนว เช่น การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ หรือแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบน พื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่ เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่

John Hawkins (2010) กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อยู่ในขั้นตอนการพัฒนาแนวคิดอย่างต่อเนื่อง คือการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ องค์กรความร่วมมือเพื่อการค้า และการพัฒนา กล่าวได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวความคิดในการพัฒนา และสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยใช้ทรัพย์สินที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Hawkins (2001) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ โดยสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries: CI) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ เป็นวัตถุดิบสำคัญ ซึ่งต่อมามองครต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ขวัญกมล ดอนขวา (2561) ได้กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าหมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (knowledge) การศึกษา (education) การสร้างสรรค์งาน (creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม (culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (social wisdom) และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ (technology and Innovation)

ทิบัติ ทัพทกร (2561) ให้ความหมายว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงาน และความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก กล่าวว่า องค์ประกอบของอุตสาหกรรมใน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบด้วย อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลป์ทั้งหมด ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้น หรือผ่านกระบวนการการผลิตมาก่อน

องค์การยูเนสโก กล่าวว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงาน และความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

นอกจากนี้ The United Nations Conference on Trade and Development หรือ UNCTAD ซึ่งเป็นองค์กรร่วมมือเพื่อการค้า และการพัฒนาได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้อย่างสอดคล้องกันว่าเป็นแนวคิดในการพัฒนา และสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจด้วยพื้นฐานสินทรัพย์ที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ คือ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่บูรณาการระบบ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี นวัตกรรม และทุนทางปัญญาเข้าไว้ด้วยกัน (United Nations, 2010)

การแบ่งประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งได้ดังนี้

1. ประเภทรดกทางวัฒนธรรม เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม
2. ประเภทศิลป์ เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลป์ และวัฒนธรรม
3. ประเภทสื่อ เป็นกลุ่มสื่อผลิตงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4. ประเภทสินค้า และบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน แบ่งออกเป็น

##### 3 กลุ่ม คือ

##### 4.1 กลุ่มการออกแบบ

##### 4.2 กลุ่ม New Media เช่น ซอฟต์แวร์ และเนื้อหาดิจิทัล

4.3 กลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ เช่น บริการทาง โฆษณา นันทนาการ งานวิจัย และพัฒนานโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แม้ว่าประเทศไทยยังอยู่ในขั้นตอนการริเริ่มให้ความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้มีความเป็นเอกภาพมาไม่นานนัก เนื่องจากเป็นแนวคิดการ พัฒนาใหม่ อย่างไรก็ตามนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม และบริการที่อยู่บนพื้นฐานองค์ความรู้ และนวัตกรรม ซึ่งมีส่วนเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

1. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) แผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ไม่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง แต่ได้กล่าวถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ให้สมดุลและยั่งยืน ประกอบด้วย 3 แนวทางหลัก ได้แก่

##### 1.1 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง

##### 1.2 การเสริมสร้างความเท่าเทียม และเป็นธรรมในระบบเศรษฐกิจ

1.3 การเสริมสร้างภูมิคุ้มกันของระบบเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาการเพิ่มผลิตภาพการผลิตด้วยการนำภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นไปสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มต่าง ๆ

2. รัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์การอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้ และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์กรพิพิธภัณฑน์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมของแต่ละกลุ่มในระยะยาว นโยบายและการดำเนินงานขององค์กรเหล่านี้ในระยะที่ผ่านมา ยังขาดความต่อเนื่องและการบูรณาการ

สำหรับนโยบายของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้นได้ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยได้กล่าวไว้ในคำแถลงนโยบายที่ได้แถลงต่อรัฐสภา ในส่วนของภาคการท่องเที่ยวและบริการ ซึ่งให้ความสำคัญกับการขยาย ฐานภาคบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า และเชื่อมโยงธุรกิจบริการอุตสาหกรรม และการเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจ สุขภาพ ธุรกิจอาหาร และการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ นอกจากนี้ในภาคการตลาด การค้า และการลงทุน ยังได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลงทุนในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่ไทยมีศักยภาพ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและบริการสุขภาพ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ สินค้าและบริการที่ใช้นวัตกรรม ภูมิปัญญา และมีแผนการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์

ความรู้และสร้างนวัตกรรมสร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทย สามารถสร้างมาตรฐานทางธุรกิจพัฒนาการตลาด และพัฒนาบุคลากร

3. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาภายใต้กรอบการพัฒนา 3 ด้านหลักโดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

3.1 นโยบายรัฐบาล นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์การอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้ และดำเนินกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑน์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่มในระยะยาว อย่างไรก็ตาม นโยบายและการดำเนินงานของ องค์กรเหล่านี้ในระยะที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่อง และการบูรณาการ นโยบายรัฐบาลของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจนมากขึ้น และเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาตั้งแต่แรกเริ่มเข้าบริหารประเทศ

อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่” ซึ่งการกำหนดนโยบายดังกล่าวส่งผลให้มีการใช้ศักยภาพ และการพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรม และบริการสร้างสรรค์ไทยได้มีการริเริ่ม และต่อยอดจากการดำเนินงานที่มีอยู่บ้างแล้ว ให้เป็นไปอย่างมีทิศทางและจริงจังมากขึ้น

3.2 แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 10) มีการดำเนินการผลักดันเรื่องการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานความรู้ และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

3.3 การขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รัฐบาลได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ ภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเร่งด่วนในช่วง ระยะ 6-9 เดือนแรกของปี 2552 และต่อมาได้มีการจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 เพื่อสร้างงาน และสร้างรายได้ โดยการลงทุนของภาครัฐ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในโครงการที่จะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต พร้อมกับสร้างโอกาสของภาคเอกชนในการลงทุน ทั้งนี้ ได้กำหนดให้มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแผนงานภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 (SP2) แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่

1. มรดกทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาและความหลากหลายทางชีวภาพ
2. เอกลักษณ์ศิลป์ และวัฒนธรรม
3. งานช่างฝีมือ และหัตถกรรม
4. อุตสาหกรรมสื่อบันเทิง และซอฟต์แวร์
5. การออกแบบ และพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์
6. การขับเคลื่อน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. กลไกในการขับเคลื่อนในปัจจุบัน ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐ และองค์การมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่ และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบาย และปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้าง และปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่หน่วยงานเหล่านี้ยังคงแยกส่วนกันทำงานเนื่องจากขาดการมองภาพร่วมกัน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาในมิติต่าง ๆ ดังนี้

4.1 หน่วยงานด้านนโยบาย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) หน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบาย และช่วยผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมี กระทรวงที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นเจ้าของภาพหลักรับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น ทั้งนี้ รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนภารกิจเร่งด่วนที่ไม่มีหน่วยงานเจ้าภาพในการดำเนินการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และได้มีการตั้งคณะกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นมาดูแล เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ และแผนที่นำทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยตลอดห่วงโซ่มูลค่า

4.2 หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นเลขานุการของคณะกรรมการนโยบายทรัพย์สินทางปัญญาแห่งชาติที่นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และคณะกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ดังกล่าวข้างต้น กรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วยประสานงานหลักในการจัดโครงการต่าง ๆ ร่วมกับภาคเอกชนเพื่อผลักดันนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลรูปธรรม รวมถึงโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็งปี 2555 ที่ อยู่ในระหว่างการพิจารณาของสำนักงบประมาณ ศูนย์ทรัพย์สินทางปัญญาของกรมทรัพย์สินทางปัญญามีภารกิจในการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งเสริม และสนับสนุนการสร้างสรรค์การใช้ประโยชน์และสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์จากทรัพย์สินทางปัญญา สร้างวัฒนธรรมทรัพย์สินทางปัญญาด้วยการจัดกิจกรรมปลูกจิตสำนึก และความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพย์สินทางปัญญา และการเคารพสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น นอกจากนี้กรมทรัพย์สินทางปัญญายังมีแนวคิดที่จะจัดตั้งสถาบันส่งเสริมการสร้างสรรค์ เป็นศูนย์บ่มเพาะความรู้ ความคิดต่อยอด และทักษะต่าง ๆ รวมถึงให้คำแนะนำด้านบริหารจัดการ และตลาดทุนทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อระดมเงินลงทุนซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานให้บริการครบวงจรธุรกิจแก่ภาคเอกชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสืบไป

4.3 หน่วยงานด้านการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ในการสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ พร้อมทั้งปลูกฝัง และถ่ายทอดองค์ความรู้แก่สาธารณชนในรูปแบบของกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การสร้างแหล่งค้นคว้า และแหล่งเรียนรู้ครบวงจร การเผยแพร่ผลงานวิจัย การจัดนิทรรศการ การบรรยาย และการจัดอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาองค์ความรู้ของประเทศ ได้แก่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) อุทยานการเรียนรู้ (TK PARK) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) รวมถึงสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เป็นต้น

4.4 หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน เช่น สถาบันการเงิน หรือธนาคารพาณิชย์ กองทุนร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทย ที่บริหารโดยสำนักงานส่งเสริมสหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กองทุนร่วมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น

4.5 หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น

4.6 หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมมาตรฐานต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานอาหารและเกษตรแห่งชาติ สำนักพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม และสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น

4.7 หน่วยงานด้านการตลาด เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมส่งเสริมการส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

## 5. ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

5.1 พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กว้างขวางต้องอยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และนวัตกรรม เพื่อนำไปเพิ่มคุณค่าให้กับทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่มีอยู่ และให้มีการสร้างสรรค์เกิดขึ้นในภาคการผลิตจริงใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตลอดห่วงโซ่การผลิต ดังนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งการศึกษาในระบบ และนอกระบบด้วย

5.2 กำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน เนื่องจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้าง และเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบาย และกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนงานโครงการ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยอย่างมีบูรณาการ และเกิดผลทางปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น ควรมีแนวทางการดำเนินงานโดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีบูรณาการในระยะต่อไป

5.3 ปรับโครงสร้างการผลิต และบริการของประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยผนวกเอาความคิดสร้างสรรค์ที่มาจากองค์ความรู้ และนวัตกรรมนำเข้าสู่ทุกขั้นตอนของห่วงโซ่การผลิต โดยนำเอานัยสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาในวงกว้างให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริง และเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผนวกเข้ากับการใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรม ทั้งนี้การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกระแสการพัฒนาของโลกในปัจจุบัน

การใช้ความรู้ คือการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในส่วนราชการซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคล หรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพจะส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท คือ

1. ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้ง จึงเรียกว่าเป็นความรู้แบบนามธรรม

2. ความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) เป็นความรู้ที่สามารถรวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่าเป็นความรู้

แบบรูปธรรมความรู้ 2 ประเภทนี้จะเปลี่ยนสถานภาพ สลับปรับเปลี่ยนไปตลอดเวลา บางครั้ง Tacit ก็ออกมาเป็น Explicit และบางครั้ง Explicit ก็เปลี่ยนไปเป็น Tacit นพ.วิจารณ์ พานิช ได้ให้ความหมายของคำว่า “การจัดการความรู้” สำหรับนักปฏิบัติการจัดการความรู้ คือเครื่องมือเพื่อการบรรลุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการไปพร้อม ๆ กัน ได้แก่ บรรลุเป้าหมายของงาน บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน บรรลุเป้าหมายการพัฒนางานองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ และบรรลุความเป็นชุมชนเป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง องค์ประกอบร่วมของแนวคิด การขับเคลื่อน เศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับ รากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี /นวัตกรรมสมัยใหม่

## 2.4 ทฤษฎีตราสินค้า

ตราสินค้าเป็นรูปแบบของภาพพจน์ และแนวความคิดในรูปอัตลักษณ์ คำขวัญ และผลงาน ออกแบบของสินค้า และผลิตภัณฑ์ที่แสดงออกด้วยสัญลักษณ์ที่สื่อถึงบริษัท สินค้าบริการ หรือกลุ่มผู้ขาย ที่แตกต่างจากคู่แข่ง การสร้างตราสินค้า ให้เป็นที่จดจำของลูกค้า เกิดขึ้นได้จากการโฆษณา การบอก ต่อ การออกแบบที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น

Kotler (1999) ได้ให้คำนิยามของตราสินค้าไว้ว่า ตราสินค้า คือ ชื่อ คำ สัญลักษณ์ หรือการ ออกแบบ หรือการรวมกันทั้งหมดของสิ่งเหล่านี้ โดยเจตนาใช้เพื่อแสดงถึงสินค้า หรือการบริการของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขาย เพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่ง นอกจากนี้ตราสินค้ายังประกอบไปด้วยคุณค่า ทางด้านศักยภาพ คุณค่าทางด้านหน้าที่การใช้สอย และคุณค่าทางด้านจิตวิทยา ซึ่งส่งผลให้สินค้า หรือ การบริการมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวขึ้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่าตราสินค้า หมายถึง ภาพพจน์ หรือแนวความคิดที่สื่อถึงกิจการ หรือบริษัท เป็นการสร้างสิ่งที่เป็นที่จดจำของลูกค้า สิ่งที่ช่วยสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

## 2.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับความสำเร็จ

ความสำเร็จเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต่างไขว่คว้า แต่การประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเอง กลับเป็นสิ่งที่ทำยากกว่า เพราะจะได้รับการยอมรับเป็นวงกว้าง อีกทั้งนำพามาซึ่งเกียรติยศที่จะได้รับการ กล่าวถึงไปอีกนาน กิจการจะมั่นคงได้ต้องมาจากรากฐานที่มั่นคงที่ผู้ประกอบการเป็นผู้สร้างขึ้น

Human & Naude (2010) ได้ศึกษา พบว่า การให้ความสำคัญกับลูกค้าจะช่วยให้องค์กร สามารถเพิ่มผลการดำเนินการได้ มีมุมมองด้านการเงิน และเห็นว่า การวัดผลความสำเร็จด้วยเรื่องวัดทาง การเงินจะช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนการปฏิบัติงานได้ พบว่า ควรเพิ่มปัจจัยด้านผลตอบแทนจาก ส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) เพราะควรให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรเห็นผลประกอบการ ซึ่งจะส่งผลต่อการ ประเมินผลความสำเร็จขององค์กร และนอกจากนี้ยังมีนักวิชาการจำนวนหนึ่งที่ทำให้ความสนใจกับการ วัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่ใช่การวัดด้านการเงินเพียงอย่างเดียว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Buch (2006) ได้ศึกษา พบว่า การชีวิตผลความสำเร็จขององค์การสามารถวัดได้จากด้านการตลาดที่ชีวิตด้วยยอดขาย ส่วนงานด้านการผลิตจะชีวิตด้วยด้านผลิตภาพ ทั้งนี้ได้อธิบายว่าการวัดผลความสำเร็จทางการเงินเพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ หากแต่องค์การควรให้ความสำคัญกับรางวัลด้านอื่น ๆ เช่น ด้านความสัมพันธ์ภายในองค์การ โดยทำการประเมิน และสอบถามจากผู้นำในองค์การ

Kaplan & Norton (1996) กล่าวว่า Balanced Scorecard (BSC) เป็นระบบการจัดการขององค์การ โดยอธิบายว่าได้พัฒนาระบบนี้ขึ้นมาเพื่อให้เป็นเครื่องมือในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และยังเป็นเครื่องมือในการบริหารที่ช่วยทำให้องค์กรมุ่งเน้น และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์มากขึ้นซึ่ง Balanced Scorecard (BSC) เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่เปลี่ยนพันธกิจ และกลยุทธ์เป็นชุดของการวัดผลการปฏิบัติงานที่มีส่วนช่วยกำหนดกรอบของระบบการวัด และการบริหารกลยุทธ์ที่ครอบคลุมประเด็นครบถ้วน ตัวเลขที่ได้จากการวัดจะทำหน้าที่วัดผลการปฏิบัติงานขององค์การที่ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องไว้ครบถ้วน เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกิจการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต

Kaplan & Norton (1996) กล่าวว่า Balanced Scorecard (BSC) ประกอบไปด้วย มุมมอง 4 ด้านของการวัด คือ ด้านการเงิน (Financial Perspective) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) ด้านกระบวนการจัดการภายใน (Internal Perspective) และด้านการเรียนรู้ และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) โดยจะอธิบายในแต่ละมุมมอง ดังนี้

1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) เป็นจุดร่วมของการวัดในมุมมองอื่น ๆ ใน BSC ตัวชี้วัดที่นิยมใช้มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเพิ่มรายได้ การลดต้นทุน การเพิ่มผลผลิต การใช้ประโยชน์ทรัพย์สิน การลดความเสี่ยง ได้แก่ มูลค่ารวม (บาท) มูลค่าทรัพย์สินรวม / จำนวนพนักงาน (บาท) รายรับมูลค่าทรัพย์สินรวม (%) รายรับ / จำนวนพนักงาน (บาท) กำไร / มูลค่าทรัพย์สินรวม (บาท) กำไร / จำนวนพนักงาน (บาท) มูลค่าตลาด (บาท) ผลตอบแทนจากทรัพย์สิน (%) ผลตอบแทนจากการลงทุน (%) ผลตอบแทนจากการลงทุนบุคลากร (%)

2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) การแข่งขันในปัจจุบัน หัวใจอยู่ที่ความเข้าใจความต้องการของลูกค้า เป็นวิธีการคิดที่เปลี่ยนความสนใจจากภายในจากการที่เน้นผลผลิต และการพัฒนาเทคโนโลยีมาสู่ภายนอกในการให้ความสนใจต่อลูกค้า สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ ความสามารถในการดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้สินค้าและบริการ ความสามารถในการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอยู่ให้ยืนยาว ความสามารถในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ผลกำไรสุทธิที่ได้จากลูกค้าเมื่อหักรายจ่ายต้นทุนในการบริการลูกค้าแล้ว ได้แก่ จำนวนลูกค้า (คน) ส่วนแบ่งตลาด (%) ยอดขายทั้งปี / จำนวน ลูกค้า (บาท) การสูญเสียลูกค้า (คน หรือ %) เวลาเฉลี่ยที่ใช้ในด้านความสัมพันธ์กับลูกค้า (นาที) รายจ่ายทาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การตลาด (บาท) ดัชนีวัดความพึงพอใจลูกค้า ดัชนีวัดความจงรักภักดีของลูกค้าจำนวนเรื่องร้องเรียน (เรื่อง) เป็นต้น

3) ด้านกระบวนการจัดการภายใน (Internal Perspective) เป็นการวัดที่ดูถึงความสมบูรณ์ของกระบวนการทำงานภายในองค์กร เป็นการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้าขององค์กร แตกต่างจากการวัดประเมินผลแบบเดิมที่มุ่งเน้นประโยชน์เพื่อการควบคุม ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการบริหาร / รายรับ (บาท) เวลาที่ใช้ในการผลิต (นาที) การส่งสินค้าตรงเวลา (%) เวลาเฉลี่ยในการตัดสินใจ (นาที) เวลาที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (วัน) เวลาที่นับแต่มีการส่งสินค้า จนถึงการส่งสินค้า (นาที / ชั่วโมง / วัน) เวลาที่ใช้ในการส่งของจาก Supplier การปรับปรุงการผลิต (%) ค่าใช้จ่ายด้าน IT ค่าใช้จ่ายในการบริหาร

4) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Learning and Growth Perspective) เป็นการวัดองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของ 3 มุมมองแรกเป็นการลงทุนเพื่ออนาคต และเป็นประโยชน์ในระยะยาวแก่องค์กรมากกว่าเน้นผลเฉพาะหน้ามีองค์ประกอบย่อยที่ใช้วัด 3 ด้าน คือ ความสามารถของพนักงาน ความสามารถของระบบข้อมูลข่าวสาร และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายใน R & D รายจ่ายทั้งหมด (บาท) ค่าใช้จ่ายด้านพัฒนา IT รายจ่ายทั้งหมด (บาท) การลงทุนด้านการฝึกอบรมลูกค้า (บาท) การลงทุนในด้านงานวิจัย (บาท) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงงาน จำนวนพนักงาน ค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสมรรถนะ จำนวนพนักงานดัชนีวัดความพึงพอใจของพนักงาน ดัชนีวัดภาวะผู้นำ ดัชนีวัดแรงจูงใจ สัดส่วนลูกจ้างที่ออกจากงาน (%) เป็นต้น

เครื่องมือด้านการจัดการที่ใช้วัด และประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรเกิดความสอดคล้องกัน และมุ่งเน้นในสิ่งที่มีต่อความสำเร็จขององค์กร คือ BSC (Balanced Scorecard) ประกอบด้วย

1) ด้านการเงิน (Financial perspective) หมายถึง ตัวชี้วัดที่แสดงความรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นเกี่ยวกับความสามารถในการทำกำไร การเจริญเติบโตของกิจกรรม ประกอบด้วย

1.1) ด้านการเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth)

1.2) ด้านการลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือการเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productive Improvement) ซึ่งสามารถประกอบไปด้วยการใช้สินทรัพย์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้น

2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง ตัวชี้วัดที่แสดงความรับรู้ของผู้รับบริการเกี่ยวกับความรวดเร็วในการให้บริการ การลดอัตราความบกพร่องในการบริการ ประกอบด้วย

2.1) ส่วนแบ่งตลาด (Market Share) เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญ เช่น ส่วนแบ่งตลาดเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่สำคัญ

2.2) การรักษารฐานลูกค้าเก่า (Customer Retention) เป็นการวัดความสามารถในการรักษารฐานลูกค้าเดิมขององค์กร ซึ่งปัจจุบันความสามารถในการรักษารฐานลูกค้าเดิมขององค์กรไว้ซึ่ง เป็น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สิ่งสำคัญมากมีตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ จำนวนลูกค้าที่หายไปในแต่ละปี หรือจำนวนลูกค้าทั้งหมด หรือ รายได้ จากลูกค้าเก่าต่อรายได้ทั้งหมด

2.3) การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition) เป็นการวัดความสามารถขององค์กร ในการแสวงหาลูกค้าใหม่มีตัวชี้วัดที่สำคัญ คือ จำนวนลูกค้าใหม่ต่อลูกค้าทั้งหมด หรือจำนวนลูกค้าที่ เพิ่มขึ้นหรือรายได้จากลูกค้าใหม่ต่อรายได้ทั้งหมด

2.4) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นการวัดความพึงพอใจของ ลูกค้าที่มีต่อสินค้า และบริการขององค์กรหรือตัวองค์กรเองในปัจจุบันองค์กรธุรกิจได้ให้ความสำคัญ กับการสำรวจความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้นทั้ง พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจ 1 คนจะบอกต่อไปยัง ผู้บริโภคอีก 10 คน ในเรื่องของประสบการณ์ที่ดีของตนเองต่อองค์กร หรือต่อสินค้า และบริการตัวชี้วัดที่ สำคัญ คือ การสำรวจความพึงพอใจของลูกค้าหรือจำนวนข้อร้องเรียนของลูกค้า

2.5) กำไรต่อลูกค้า (Customer Profitability) เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญตัวหนึ่ง คือ กำไรต่อ ลูกค้า 1 ราย ซึ่งการที่จะสามารถทราบกำไรต่อลูกค้า 1 รายจะต้องทราบรายได้และต้นทุนต่อลูกค้า 1 รายก่อนซึ่งการจัดทำต้นทุนตามกิจกรรมในระบบ Activity Based Costing (ABC) จำทำให้ทราบ ต้นทุนต่อลูกค้า

3) ด้านกระบวนการดำเนินงานภายใน (Internal Business Process) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงความ รับรู้ของพนักงานเกี่ยวกับความเร็วในแต่ละขั้นตอนการทำงานการลดอัตราความบกพร่องในแต่ละ ขั้นตอนการทำงาน และประสิทธิภาพในการผลิต ประกอบด้วย

3.1) การนำสินค้าเข้า (Inbound Logistic) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการ ขนส่ง การจัดเก็บ และการแจกจ่ายวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น การตัดการวัตถุดิบ การควบคุมวัตถุดิบ การบริหารสินค้าคงคลัง การจัดทำกำหนดเวลาของรถขนส่งในการเดินทาง กับแหล่งวัตถุดิบ เป็นต้น

3.2) การปฏิบัติการ (Operation) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยน หรือการเปลี่ยน แปรรูปวัตถุดิบต่าง ๆ ให้ออกมาเป็นสินค้า เช่น กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแปรรูปการประกอบ การบรรจุหีบห่อ การดูแลรักษาเครื่องจักร และการทดสอบ เป็นต้น

3.3) การกระจายสินค้าออก (Outbound Logistic) เป็นกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ จัดเก็บรวบรวมจัดจำหน่ายสินค้า และบริการที่เสร็จแล้วไปยังผู้บริโภค เช่น การจัดการคลังสินค้า การจัด ตาราง และการเดินทางเพื่อขนส่งสินค้า เป็นต้น

4) ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา (Learning and Growth) เป็นตัวชี้วัดที่แสดงความรับรู้ของ พนักงานที่เกี่ยวกับการคิดค้นบริการในรูปแบบใหม่ การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และการสร้างทรัพย์สินทาง ปัญญา ประกอบด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1) ทักษะความสามารถของพนักงานจะมีการวัดได้หลายลักษณะ เช่น จำนวนชั่วโมงที่พนักงานได้รับการอบรม หรือการทำ Competency Test หรือการทำ Strategic Skill Coverage

4.2) ทักษะคติและความพึงพอใจของพนักงาน เป็นการวัดด้วยการทำสำรวจทัศนคติของพนักงาน

4.3) อัตราการหมุนเวียนเข้าออกของพนักงาน ซึ่งมักจะวัดโดยพิจารณาจากอัตราเข้าออกของพนักงาน

กล่าวโดยสรุปจากการสังเคราะห์องค์ประกอบของผลความสำเร็จองค์การมีหลายองค์ประกอบด้วยกันซึ่งมีความสอดคล้องกัน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้หลักการวัดผลต่อความสำเร็จวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย โดยพิจารณาจากระบบ Balanced Scorecard (BSC) ซึ่งเป็นหลัก ซึ่งมีตัวแปร 4 ตัว ดังนี้ 1) ตัวแปรการเงิน 2) ตัวแปรด้านลูกค้า 3) ตัวแปรด้านกระบวนการจัดการภายใน และ 4) ตัวแปรด้านการเรียนรู้ และพัฒนารูปแบบการวัดผลความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

## 2.6 ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาด

กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดนั้นต้องคำนึงตลอดเวลาว่าลูกค้าเป้าหมายคือใครกล่าว คือ เป็นผู้บริโภคโดยตรงหรือกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า หรือ คนกลางที่มีการนำสินค้าไปจำหน่ายต่อ ทั้งนี้เพื่อจะได้กำหนดเครื่องมือส่วนประสมการตลาดได้ถูกต้อง โดยปกติแล้วการตัดสินใจในเรื่องราคา ค่าใช้จ่ายโฆษณาการใช้พนักงานขายเป็นกลยุทธ์ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ง่ายกว่าเมื่อเทียบกับการตัดสินใจในกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการบริหารคนกลางเพื่อจำหน่าย และกระจายสินค้า

Kotler & Armstrong (2012) ได้ให้ความหมายของการตลาด ว่าเป็นกระบวนการทางสังคมที่ซึ่งบุคคลและกลุ่มคนได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยผ่านระบบการสร้างสรรคและการแลกเปลี่ยนคุณค่ากับบุคคลอื่น ในบริบททางธุรกิจที่แคบลง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างกำไร การสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้าและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อได้รับคุณค่าจากลูกค้ากลับมา

Kotler (2012) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายส่วนประสมทางการตลาดแบ่งได้เป็น 7 กลุ่ม เรียกว่า 7P' ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้าง ด้านกระบวนการ ซึ่งสามารถอธิบายทั้ง 7 ประการได้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจหรือองค์กรนำเสนอสู่ตลาดในรูปแบบสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กร หรือบุคคล เพื่อให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสามารถตอบสนองความจำเป็นและความต้องการของผู้บริโภคได้ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายจะมีตัวตนหรือไม่ก็ได้

2. ด้านราคา หมายถึง จำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้า หรือ บริการ หรือคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ได้เพื่อให้ได้รับผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการทำงานที่ทำให้สินค้าหรือบริการไปสู่ผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสินค้าหรือบริการตามต้องการ หรือหมายถึงช่องทางการตลาด ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค โดยการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมจะมีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจรวมทั้งมีผลกระทบต่อ การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย หมายถึง สิ่งที่มุ่งใจในระยะสั้นกระตุ้นให้เกิดการซื้อ หรือขาย ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อที่ใช้สนับสนุนการโฆษณา และการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อโดยลูกค้าคนสุดท้าย หรือบุคคลอื่นในช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย

5. ด้านบุคลากร หมายถึง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการดำเนินธุรกิจตั้งแต่เจ้าของกิจการ ผู้บริหาร และพนักงานทุกระดับ ซึ่งต้องผ่านการคัดเลือก อบรม เพื่อเพิ่มคุณภาพของการให้บริการ และสามารถสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าและเหนือคู่แข่งด้วย

6. ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยส่วนใหญ่เป็นการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพให้ลูกค้า แสดงให้เห็นถึงคุณภาพของการให้บริการ เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมของสถานที่ การตกแต่งบรรยากาศ การเจรจาที่สุภาพอ่อนโยน การแต่งกายของพนักงานให้บริการ รวมถึงเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆที่ให้บริการอย่างรวดเร็ว ซึ่งสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคและสร้างความประทับใจทำให้เกิดคุณค่าของการบริการที่ส่งมอบให้เหนือคู่แข่งอีกด้วย

7. ด้านกระบวนการ หมายถึง ขั้นตอนในการขายสินค้าหรือบริการ เป็นกระบวนการในการส่งมอบคุณภาพบริการให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วประทับใจ และมีประสิทธิภาพ ด้านกระบวนการ หมายถึง เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการ และงาน

กล่าวโดยสรุปส่วนประสมทางการตลาด เป็นองค์ประกอบสำคัญในการเนินธุรกิจทางการตลาด เป็นปัจจัยทางธุรกิจที่สามารถควบคุมได้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อการอยู่รอดของธุรกิจ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐิตาภา ณ ระนอง (2562) ศึกษาเรื่อง ความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทย โดยงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความรับผิดชอบต่อสังคมและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมขององค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของกระบวนการจัดการอันประกอบไปด้วยการวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการจัดการ (3) เพื่อศึกษา อิทธิพลของการให้ความสำคัญกับตลาดอันประกอบไปด้วยการให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความสำคัญกับคู่แข่งที่ส่งผลต่อการตอบสนองต่อตลาด และ (4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสิทธิผลของการจัดการและการตอบสนองต่อตลาดที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้แปรรูปอาหารทะเลที่เป็นนิติบุคคลที่อยู่ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเล ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่ายแบบสอบถามที่ได้ใช้ 381 ชุด สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานสำหรับสถิติเชิงอนุมานนั้น ผู้วิจัยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling--SEM) ด้วยโปรแกรม LISREL ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการศึกษา พบว่า ค่าเฉลี่ยของความรับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม การวางแผน การจัดองค์การ การนำ การควบคุม การให้ความสำคัญกับลูกค้า การให้ความสำคัญกับคู่แข่ง ประสิทธิผลของการจัดการ การตอบสนองต่อตลาด และการเจริญเติบโตของยอดขายนั้นอยู่ในระดับมากทั้งหมด ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม LISREL พบว่า ความรับผิดชอบต่อ สังคม การวางแผน การนำ และการควบคุมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของ การจัดการ ในเรื่องของการให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความสำคัญกับคู่แข่งนั้น ผู้วิจัย พบว่า มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อตลาด ส่วนประสิทธิผลของการจัดการ และการตอบสนองต่อตลาดมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย เกี่ยวกับดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนกันของโมเดลเชิงโครงสร้างนั้น ค่า SRMR = 0.08 (เกณฑ์ คือ น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08) และ CFI = 0.91 ซึ่งถือว่า เพียงพอแล้วที่จะบอกว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกัน ค่าอื่น ๆ ก็บอกว่าโมเดล มีความสอดคล้องกลมกลืนกันกับตัวแบบเชิงทฤษฎี เช่น RMR = 0.03, IFI = 0.91 และ NFI = 0.90 เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรแฝงภายนอกที่ พบว่า มีอิทธิพลในเชิงบวกทั้งหมดแล้ว การให้ความสำคัญกับลูกค้ามีอิทธิพลมากที่สุดตามด้วย การนำ การให้ความสำคัญกับ คู่แข่ง การควบคุม การวางแผน ความรับผิดชอบต่อสังคม ส่วนตัวแปรแฝงคั่นกลางนั้น พบว่า การตอบสนองต่อตลาดมีอิทธิพลต่อการเจริญเติบโตของยอดขายมากกว่าประสิทธิผล ของการจัดการ

จิราภรณ์ ถึงสุข และวสุธิตา นุริตมนต์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การรับรู้การสื่อสารทาง การตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาลักษณะความเป็นตัวแปรกลางของภาพลักษณ์ ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ระหว่างรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่อ อิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่รู้จักผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย ผลการศึกษา พบว่า การรับรู้การ สื่อสารทาง การตลาดแบบบูรณาการและการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเป็นตัวแปรกลางแบบบางส่วน ระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาคั้งนี้ สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารทางการตลาด และภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และนำไปสู่ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

เสนห์ ชูโยธิน้อย (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากรจังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ประชากรในจังหวัดนครราชสีมาที่ซื้อผ้าไหมปักธงชัย จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นตามคำแนะนำของอาจารย์และผู้เชี่ยวชาญ ตามทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค สถิติที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน สำหรับวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 31-40 ปี มีสถานภาพ โสด อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาทต่อเดือน ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมาได้แก่ 1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยด้านราคา 3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด 5) ปัจจัยด้านบุคคล 6) ปัจจัยด้านกระบวนการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

7) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ มีเพียง 2 ปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด

อภิญา กันธิยะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟเงินเหลือทิ้ง จากกระบวนการแปรรูปมะไฟเงินเชื่อมแห้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อสเปรย์ไล่ยงของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน 2) ศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สเปรย์ไล่ยงของผู้บริโภคในเขต เทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน 3) กำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สเปรย์ไล่ยง 4) เป็นการสร้างมูลค่าทางการตลาดให้กับกากมะไฟเงินเหลือทิ้งจากกระบวนการแปรรูปมะไฟเงินเชื่อมแห้ง 5) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สเปรย์ไล่ยง และ 6) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสเปรย์ไล่ยง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน ที่มีพฤติกรรมการซื้อสเปรย์ไล่ยง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน ที่มีพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ สเปรย์ไล่ยงที่ผลิตจากกากมะไฟเงินเหลือทิ้งจากกระบวนการแปรรูปมะไฟเงินเชื่อมแห้ง โดยการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probabilities random sampling) ด้วยวิธีการคัดเลือกแบบ สุ่มตามสะดวกจากลูกค้าที่ซื้อสเปรย์ไล่ยง โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 2 ชุด โดยเก็บกลุ่มตัวอย่าง ก่อน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 100 คน และหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย สถิติพื้นฐาน สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: index of item objective congruence) สถิติที่ใช้ในการทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยก่อนและหลัง โดยใช้สูตร t-test for dependent samples ผลการศึกษา พบว่า การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด (ด้านผลิตภัณฑ์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสเปรย์ไล่ยงของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน สูงขึ้นก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 และหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.43 มีผลต่างของระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เฉลี่ย เท่ากับ 0.58 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่วนประสมทางการตลาด การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟเงินด้าน ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันยุงได้เป็นอย่างดี สามารถป้องกันยุงได้ยาวนาน ง่ายต่อการใช้งาน มีกลิ่นหอม น่าใช้ และความปลอดภัยปราศจากสารเคมี ผู้วิจัยเสนอกลยุทธ์ และวิธีการดำเนินการให้เกิดมูลค่าด้านผลิตภัณฑ์ โดยการให้ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแรกที่แสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ของกิจการนั้น ๆ จะต้องมีสิ่งที่จะเสนอขายอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน มีตำนาน มีบริการ ความคิดที่สามารถตอบสนองความต้องการ อีกทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ผู้ที่จะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องทำการศึกษาความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพราะปัจจุบันวิถีชีวิตของผู้บริโภคเปลี่ยนไปมาก สินค้าเกษตรบางชนิด หรือผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เคยได้รับความนิยมน่าจะไม่ค่อยเหมาะกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ หรือสถานการณ์ในปัจจุบันหากไม่มีการพัฒนาสินค้าหรือปรับตัวตามความต้องการของลูกค้าแล้วนั้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และความนิยมที่ลดลงต่อผลิตภัณฑ์

กิตติภักดิ์ จูโณทัย (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ และเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จำนวน 400 คนที่ผ่านการกำหนดขนาดตัวอย่างด้วยสูตรของทาโร ยามาเน่ โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบการประมาณค่ากำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยความพร้อมของชุมชน ความผูกพันต่อชุมชน การมีส่วนร่วมของประชาชน และกรอบนโยบายการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นเพียงตัวแปรระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นองค์ประกอบหนึ่งของปัจจัยความผูกพันต่อชุมชนที่ไม่ได้มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องอาศัยผู้นำชุมชนเป็นหลัก ในการที่จะสื่อสารข้อมูลผลักดันการมีส่วนร่วม และสร้างความไว้วางใจกับประชาชนในพื้นที่ เพื่อทำให้เกิดการทำงานแบบความร่วมมือ

ศิริรัตน์ พงเพชร และชญัญญาก็ค หล้าแหล่ง (2564) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดการเครือข่ายธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร 4) เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร 5) เพื่อศึกษาการจัดการเครือข่ายธุรกิจ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร โดยมีประชากร คือ ประธาน รองประธานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร จำนวน 107 คน จากการแทนสูตรทาโรยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร ประกอบด้วย ด้านการใช้ความรู้ (Knowledge) ด้านการศึกษา (Study) ด้านการสร้างสรรคงาน (Creative) ด้านการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) เพื่อทดสอบสมมติฐาน พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้ความรู้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัด ชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.198, p < 0.05$ ) ด้านการศึกษาส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = -0.278, p < 0.05$ ) ด้านการสร้างสรรคงาน ไม่ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = -0.115, p < 0.05$ ) และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.440, p < 0.05$ ) ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการใช้ความรู้ (Knowledge) ด้านการศึกษา (Study) ด้านการสร้างสรรคงาน (Creative) และด้าน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปร ตาม ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 26.1 ผลการวิเคราะห์ความ ถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการเครือข่ายธุรกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนจังหวัดชุมพร ประกอบด้วยความร่วมมือด้านการส่งเสริมการตลาด (Cooperation Marketing) ความร่วมมือด้านราคา (Cooperation Price) และความร่วมมือด้านการขนส่ง การจัดจำหน่าย (Cooperation Transportation and Distribution) พบว่า ความร่วมมือด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผล ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = -0.253, p < 0.05$ ) ความร่วมมือด้านราคา ไม่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = -0.980, p < 0.05$ ) ความร่วมมือด้านการขนส่ง การจัดจำหน่ายส่งผลต่อ ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $\beta = 0.513, p < 0.05$ ) ทั้งนี้ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ด้าน ประกอบด้วยความร่วมมือด้านการส่งเสริมการตลาด ความร่วมมือด้านราคา และความร่วมมือด้านการขนส่ง การจัดจำหน่าย มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 21.1

นิภาพัทธ สุขสวัสดิ์ (2563) ศึกษาเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพชุมชนที่ส่งผลต่อ ประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ศักยภาพชุมชน และประสิทธิผลการดำเนินงานของ ผู้ประกอบการ 2) ศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี จังหวัดชุมพร และ 3) ศึกษาศักยภาพชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการ ดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี จังหวัดชุมพร โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิง เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างสมาชิกผู้ประกอบการชุมชน และคณะกรรมการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมในพื้นที่ จังหวัดชุมพร จำนวน 326 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพได้ ค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.889 ผลการศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ตัวแปรอิสระเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตามประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 77.9 สำหรับผลการศึกษาศักยภาพชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร พบว่า ศักยภาพชุมชนด้านผู้นำด้านการมีส่วนร่วม และด้านวัฒนธรรมชุมชนส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทาง ทั้งนี้ตัวแปรอิสระ ศักยภาพชุมชนทั้ง 3 ด้าน มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตามประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 78.2

มนตรี สหชัยรุ่งเรือง และสุรพล สุยะพรหม (2564) ศึกษาเรื่อง การสร้างทุนมนุษย์ทางปัญญา กับการพัฒนา AI ในยุคไทยแลนด์ 5.0 นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างทุนมนุษย์ทางปัญญา กับการพัฒนา AI ในยุคไทยแลนด์ 5.0 ซึ่งทุนมนุษย์ทางปัญญาเกี่ยวข้องกับความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ ทักษะเฉพาะด้าน ผลการวิจัย พบว่า ความคิดสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่าให้กับองค์กรไม่น้อยไปกว่าทุนทางการเงินและสินทรัพย์ ดังนั้น องค์กรต้องมุ่งเน้นการสร้างทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนทางสังคม สังคมปัจจุบันเป็นยุคไทยแลนด์ 5.0 กล่าวคือ เป็นยุคที่รวมเอาโลกไซเบอร์ และโลกแห่งความจริงเข้าด้วยกัน โดยมีเทคโนโลยีและ AI เป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อน เพื่อสร้างประสบการณ์ไร้รอยต่อ และเป็นยุคดิจิทัลที่ทุกคนมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน การถ่ายโอน และการใช้ข้อมูลมีความรวดเร็วขึ้น ส่วนพุทธิปัญญา พุทธิวิธการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วยหลักไตรสิกขา 3 คือ ศีล สมาธิ ปัญญา เพื่อให้ดำเนินชีวิตอยู่บนพื้นฐานของความไม่ประมาท มุ่งเน้นการฝึกอบรมกาย วาจา จิตใจ และปัญญา ให้มีความพร้อมต่อการปฏิบัติหน้าที่ โดยให้มีการพัฒนาที่เริ่มจากกาย วาจา ให้เกิดความสงบ เรียบร้อย พร้อมรับต่อการพัฒนาด้านจิตใจ ที่มีความตั้งมั่น เข้มแข็ง และช่วยส่งเสริมให้ปัญญาได้ทำงานอย่างอิสระคล่องแคล่ว สามารถทำให้บุคคลพัฒนาอย่างมีบูรณาการ และทำให้มนุษย์เป็นองค์รวมที่พัฒนาอย่างมีดุลยภาพ ในการนี้ AI ที่เป็นเครื่องจักรที่มีฟังก์ชันที่มีความสามารถในการเข้าใจ เรียนรู้องค์ความรู้ต่าง ๆ เช่น การรับรู้ การเรียนรู้ การให้เหตุผล การแก้ปัญหาต่าง ๆ ซึ่งจะต้องมีจริยธรรม คือ สติเป็นตัวนำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นสติปัญญาประดิษฐ์ เพราะยุคดิจิทัลนี้เพียงสติปัญญาอย่างเดียว จะต้องเป็นสติปัญญาประดิษฐ์ ถึงจะเป็นเครื่องมือในการสร้างสันติภาพโลก

ผกา มาศ บุตรสา ลี และ จิตตาภรณ์ สินจรูญศักดิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของประสิทธิภาพทุนทางปัญญา การกำกับดูแลกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาตัวแบบจำลองของประสิทธิภาพทุนทางปัญญา การกำกับดูแลกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย รูปแบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Hair et al. และ Golob ได้ทั้งสิ้น 409 บริษัท ใช้แบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) และรายงานประจำปีของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแบบ Multiple Indicators and Multiple Causes Model และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือกลุ่มอุตสาหกรรม 7 กลุ่ม ๆ ละ 3 บริษัท ๆ ละ 1 ท่าน รวม 21 ท่าน ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งมีข้อความที่มีค่าเฉลี่ยความสอดคล้อง 0.50 ทุกข้อ เก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนของจิตติพร พระโพธิ์ และวิเคราะห์ความคิดเห็นด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบที่สามารถอธิบายได้ดีที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพทุนทางปัญญา คือ ประสิทธิภาพทุนความสัมพันธ์ (GFI=0.999) การกำกับดูแลกิจการ คือ ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ (GFI=0.842) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำว่า (GFI=551) และผลการดำเนินงาน คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (GFI=0.674) และประสิทธิภาพทุนทางปัญญามีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อการกำกับดูแลกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (DE=0.114, 0.481) และมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงาน (DE=-0.502) การกำกับดูแลกิจการมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (DE=0.717) และมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงาน (DE=-0.533) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงาน (DE=0.169)

จิตติพร ธรรมประศาสน์ และ ไพบุลย์ ผจงวงศ์ (2561) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญากับ ผลการดำเนินงานทางบัญชี (Accountingbased Measure) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงานทางตลาด (Marketbased Measure) ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ทุนทางปัญญา (VAIC) มีความสัมพันธ์ในเชิง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บวกรายงานมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานทางบัญชี หมายความว่าทุนทางปัญญาเป็นการลงทุนมีประสิทธิภาพเพราะสามารถสร้างผลตอบแทนให้แก่บริษัทได้ แต่ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานทางตลาด ซึ่งแสดงว่านักลงทุนยังไม่สามารถรับรู้มูลค่าเพิ่มจากการลงทุนในทุนทางปัญญาของบริษัทเหล่านั้น และเมื่อแยกพิจารณาเป็นองค์ประกอบย่อยของทุนทางปัญญา พบว่าทุนมนุษย์ (VAHC) มีความสัมพันธ์เชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานของบริษัท อธิบายได้ว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพนักงานอาจยังไม่สามารถสร้างผลตอบแทนแก่บริษัทได้ภายในปีเดียวกัน ในขณะที่ทุนโครงสร้าง (STVA) และทุนกายภาพ (VACA) มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับผลการดำเนินงานของบริษัท ดังนั้นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยควรใช้องค์ประกอบเหล่านี้ผลักดันผลประโยชน์การให้เพิ่มสูงขึ้น

ธรรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย โดยมีกลุ่มตัวอย่างเป็นหัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาครั้งนี้ พบว่า หัวหน้าสำนักงานบัญชีในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ อายุ 46 - 55 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาโท มีประสบการณ์ทำงาน มากกว่า 25 ปี และมีรายได้ ต่ำกว่า 5,000,000 บาทต่อปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีได้แก่ ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี และด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความรับผิดชอบของหัวหน้าสำนักงาน และด้านการติดตามตรวจสอบ ของสำนักงานบัญชี อยู่ในระดับมาก และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย ได้แก่ ด้านการบรรลุเป้าหมายความสำเร็จ ด้านการจัดหาและการใช้ปัจจัยทรัพยากร ด้านกระบวนการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านความพึงพอใจของทุกฝ่ายอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยระบบคุณภาพของสำนักงานบัญชีได้แก่ ด้านความรับผิดชอบของหัวหน้าสำนักงาน ด้านข้อกำหนดทางด้านจรรยาบรรณ ด้านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า ด้านการจัดการทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ด้านการติดตามตรวจสอบของสำนักงานบัญชี และด้านการจัดการเอกสารของสำนักงานบัญชีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อรุณรัตน์ นิตยะโรจน์ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2) เพื่อศึกษาความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (3) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมจำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรม G\* Power ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ 352 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างสำรองเพิ่มอีก 48 คน เพื่อป้องกันข้อมูลที่อาจไม่ครบถ้วน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบแบบ t-test สถิติความแปรปรวนทางเดียว (One-wayANOVA) หากพบความแตกต่างจะนำไปเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีLSD และใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมที่มีเพศต่างกัน ทำให้ความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมต่างกัน และเจ้าหน้าที่กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานประสบการณ์ทำงานต่างกัน ทำให้ความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมไม่ต่างกัน ส่วนปัจจัยภายใน ได้แก่ ด้านข้อมูลโครงการ ด้านหัวหน้าโครงการ ด้านสมาชิกในทีมและด้านองค์กร ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ด้านสภาพแวดล้อมภายนอก มีผลต่อความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.8 ตารางสรุปแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อผู้เขียน/ปี	แนวคิด ทฤษฎี/ชื่องานวิจัย	ข้อสรุป
(Kay & Marian 1991)	แนวคิดทุนทางปัญญา	การเป็นเจ้าของความรู้ซึ่งเป็นความรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่มูลค่าให้กับองค์กรได้ หรือเป็นความรู้ที่ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในตลาด ได้แก่ ความเชี่ยวชาญในองค์กร การมีระบบบริหารจัดการ และเทคโนโลยีที่นำสมัย รวมถึงมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า หรือผู้มีส่วนได้เสียที่สำคัญขององค์กร
ขวัญกมล ดอนขวา (2561)	แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์	แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่
ศศิพร บุญชู (2560)	ทฤษฎีประชากรศาสตร์	ลักษณะประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาด ด้านลักษณะประชากร เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาด
Kaplan & Norton (1996)	ทฤษฎีความสำเร็จ	Balanced Scorecard (BSC) เป็นระบบการจัดการองค์กร พัฒนาระบบนี้ขึ้นมาเพื่อให้เป็นเครื่องมือในการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ เป็นเครื่องมือในการบริหารที่ช่วยทำให้องค์กรมุ่งเน้น และให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือที่ทำหน้าที่เปลี่ยนพันธกิจ การวัด จะทำหน้าที่วัดผลการ ปฏิบัติงานของ องค์กรที่ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		ไว้ครบถ้วน เช่น ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกิจการภายใน และด้านการเรียนรู้และการเติบโต
Kotler & Armstrong (2012)	ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด	การตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมที่ซึ่งบุคคลและกลุ่มคนได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยผ่านระบบการสร้างสรรคและการแลกเปลี่ยนคุณค่ากับบุคคลอื่น ในบริบททางธุรกิจที่แคบลง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างกำไร การสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า
Kotler (1999)	ทฤษฎีตราสินค้า	ตราสินค้า คือ ชื่อ คำสัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือการรวมกันทั้งหมดของสิ่งเหล่านี้ โดยเจตนาใช้เพื่อแสดงถึงสินค้า หรือการบริการ ของผู้ขายหรือกลุ่มผู้ขาย เพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มคู่แข่ง ตราสินค้ายังประกอบไปด้วยคุณค่าทางด้านศักยภาพ คุณค่าทางด้านหน้าที่การใช้อย่าง
ฐิตาภา ณ ระนอง (2562)	ความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทย	ความรับผิดชอบต่อสังคม การวางแผน การนำ และการควบคุมมีอิทธิพลในเชิงบวกต่อประสิทธิผลของการจัดการในเรื่องของการให้ความสำคัญกับลูกค้า และการให้ความสำคัญกับคู่แข่งนั้น มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการตอบสนองต่อตลาด ส่วนประสิทธิผลของการจัดการ และการตอบสนองต่อตลาด มีอิทธิพลในเชิงบวกต่อการเจริญเติบโตของยอดขาย
นิภาภัทร สุขสวัสดิ์ (2563)	เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวอโทปนวัตวิถี จังหวัดชุมพร	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

		<p>ผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีสันติภาพ จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ตัวแปรอิสระเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน มีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์ และอธิบาย ตัวแปรตามประสิทธิภาพผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีสันติภาพ จังหวัดชุมพร</p>
<p>มนตรี สหชัยรุ่งเรือง และสุรพล สุยะพรหม (2564)</p>	<p>การลงทุนมนุษย์ทางปัญญากับการพัฒนา AI ในยุคไทยแลนด์ 5.0</p>	<p>องค์กรต้องมุ่งเน้นการลงทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนทางสังคม สังคมปัจจุบันเป็นยุคไทยแลนด์ 5.0 กล่าวคือ เป็นยุคที่รวมเอาโลกไซเบอร์ และโลกแห่งความจริงเข้าด้วยกัน โดยมีเทคโนโลยี และ AI เป็นพื้นฐานในการขับเคลื่อนเพื่อสร้างประสบการณ์ไร้รอยต่อ และเป็นยุคดิจิทัลที่ทุกคนมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกัน</p>
<p>จิราภรณ์ ถึงสุข และวสุธิดา นุริตมนต์ (2562)</p>	<p>การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ ออร์แกนิกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร</p>	<p>การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีอิทธิพลทางบวกต่อภาพลักษณ์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 และภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเป็นตัวแปรกลางแบบบางส่วนระหว่างการรับรู้การสื่อสารทางการตลาด แบบบูรณาการ การสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์</p>

นคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.9 ตารางสรุปความสัมพันธ์ของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปร

ชื่อผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม					
		ทุนทางปัญญา		เศรษฐกิจสร้างสรรค์				กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด				ความสำเร็จ					
		ด้านทุนกายภาพ	ด้านทุนมนุษย์	ด้านทุนโครงสร้าง	ด้านการใช้ความรู้	ด้านการศึกษา	ด้านการสร้างสรรค์งาน	ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการจัดการภายใน	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	
ฐิตาภา ณ ระนอง (2562)  บางโม (2560)	ความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทย													✓	✓	✓	✓

ชื่อผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม				
		ทุนทางปัญญา		เศรษฐกิจสร้างสรรค์				กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด				ความสำเร็จ				
		ด้านทุนกายภาพ	ด้านทุนมนุษย์	ด้านทุนโครงสร้าง	ด้านการใช้ความรู้	ด้านการศึกษา	ด้านการสร้างศรัทธา	ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการจัดการภายใน	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต
จิราภรณ์ ถึงสุข และวสุธิตา นุริตมนต์ (2562)	การรับรู้การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และการสื่อสารแบบปากต่อปากผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร								√	√	√	√				
เสนห์ ชูโยธิน้อย (2562)	การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา								√	√	√	√				
อภิญา กันธิยะ (2562)	การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟเงินเหลือทิ้ง จากกระบวนการแปรรูปมะไฟเงินเชื่อมแห้ง								√	√	√	√				

ชื่อผู้เขียน	ชื่อเรื่อง	ตัวแปรต้น										ตัวแปรตาม			
		ทุนทางปัญญา		เศรษฐกิจสร้างสรรค์				กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด				ความสำเร็จ			
		ด้านทุนกายภาพ	ด้านทุนมนุษย์	ด้านทุนโครงสร้าง	ด้านการใช้ความรู้	ด้านการศึกษา	ด้านการสร้างสรรค์งาน	ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านการเงิน	ด้านลูกค้า	ด้านกระบวนการจัดการภายใน
กิตติภักดิ์ ฐิโณทัย (2562)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ											√	√	√	
ศิริรัตน์ พงเพชร และชญญาภัค หล้าแหล่ง (2564)	การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการจัดการเครือข่ายธุรกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร				√	√	√	√							
นิภาภัทร สุขสวัสดิ์ (2563)	เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตวิถี จังหวัดชุมพร				√	√	√	√							





## 2.10 คำอธิบายสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่	ความหมาย	เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น	ทฤษฎีสนับสนุน
สมมติฐานที่ 1 ทูทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ทูทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จ	ทูทางปัญญา หมายถึง การเป็นเจ้าของความรู้ซึ่งเป็นความรู้ที่เปลี่ยนแปลงไปสู่มูลค่าให้กับองค์กรได้ หรือเป็นความรู้ที่ทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในตลาด	(Edvinsson & Malone 1997) ทูทางปัญญา (Intellectual Capital) คือ ทูทางความรู้ การศึกษา การวิจัย การแสวงหาความจริง การเตรียมคนที่อาศัยอยู่ในโลกเพื่อสร้างชุมชนที่ดี ประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีขององค์กร ความสัมพันธ์กับลูกค้า และทักษะเชิงวิชาชีพ
สมมติฐานที่ 2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จ	เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงาน การผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา	Hawkins (2001) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ กลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์ เป็นวัตถุดิบสำคัญ ซึ่งต่อมาก่อให้เกิดสิ่งต่าง ๆ ได้ที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
สมมติฐานที่ 3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จ	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เป็นกระบวนการทางสังคมที่ซึ่งบุคคลและกลุ่มคนได้รับการตอบสนองความต้องการ โดยการสร้างกำไร การสร้างคุณค่าเพื่อลูกค้า และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า เพื่อได้รับคุณค่าจากลูกค้ากลับมา	Kotler (2012) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายส่วนประสมทางการตลาดแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม เรียกว่า 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3. เพื่อวิเคราะห์ทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 4. เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร คือ สมาชิกในชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 532 คน (ข้อมูลระบบสถิติทางการทะเบียน ณ เดือนธันวาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษา สมาชิกในชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่อายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป จำนวน 532 คน ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่มี จำนวนแน่นอน ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.95 หรือมีระดับความคลาดเคลื่อน 0.05

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากสูตร 
$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

เมื่อ  $n$  = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $N$  = ขนาดของกลุ่มประชากร  
 $e$  = สัดส่วนของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ คือ 5%

แทนค่าในสูตร 
$$n = \frac{532}{1 + 532(0.05)^2}$$

$$= 229.52$$

$$= 230$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่าง คือ 230 ราย

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทุนทางปัญญาประกอบด้วย ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ ด้านทุนโครงสร้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน ด้านการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านกายภาพที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อที่กำลังศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดตัวแปร ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องมือที่เป็นข้อคำถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นกำหนดเนื้อหาตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการศึกษาเพื่อนำมาเป็นกรอบการสร้างแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถาม เพื่อใช้ศึกษาเชิงปริมาณตามกรอบแนวคิดการศึกษา และครอบคลุมนิยามศัพท์ของตัวแปรที่ได้พัฒนาขึ้นมา

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดการศึกษา นำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความถูกต้อง เหมาะสมและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษา

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่อาจารย์ที่ปรึกษาแนะนำแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาของการศึกษาจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับร่าง เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือด้านค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC โดยให้ทางอาจารย์ที่ปรึกษาแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 4 ท่าน ดังมีรายชื่อในภาคผนวก โดยผู้ทรงคุณวุฒิจะพิจารณาลงความเห็นข้อคำถามในแบบสอบถามว่า มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือไม่แล้วพิจารณาให้คะแนนค่าความสอดคล้องระหว่าง +1, 0 และ -1

โดย +1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึงไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

-1 หมายถึงแน่ใจว่าข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลังจากนั้นนำค่าคะแนนมาใช้แทนสูตร

$$IOC = \sum \frac{x}{n}$$

โดย  $\sum X$  หมายถึงผลรวมคะแนนจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้งหมด

$N$  หมายถึงจำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เกณฑ์การพิจารณาข้อคำถามแต่ละข้อควรมีค่าเท่ากับ 0.66 จึงจะนำไปใช้ได้ ถ้าไม่ถึงต้องปรับปรุงจนกระทั่งมีค่าที่ต้องการแล้วจึงนำไปใช้

5. หลังจากผู้จัดทำได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว จึงนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยต่อไป

6. ทำการจัดพิมพ์แบบสอบถามที่ผ่านการหาความตรงแล้ว และทดลองใช้แบบสอบถาม กับกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เพื่อทำการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.967 ถือว่าใช้ได้

### 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ โดยดำเนินการตามขั้นตอน และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพานน้อยที่อายุ 20 ปีบริบูรณ์ขึ้นไปจำนวน 230 ตัวอย่าง โดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane, 1973)

3.4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีลักษณะคำถามปลายปิด เพื่อศึกษาถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างศึกษาข้อมูลของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่เลือกโดยมีขั้นตอน โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล และแปลผลต่อไป

3.4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารงานวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ รายงานต่าง ๆ และเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และจะนำเสนอในรูปแบบตารางและรูปภาพ โดยมีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้

3.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นในแบบสอบถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นทันท่วงที เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Statistic) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation-S.D.)

3.5.2 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และได้กำหนดการให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถามดังนี้

ระดับความคิดเห็นมากที่สุด	กำหนดเป็น 5 คะแนน
ระดับความคิดเห็นมาก	กำหนดเป็น 4 คะแนน
ระดับความคิดเห็นปานกลาง	กำหนดเป็น 3 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อย	กำหนดเป็น 2 คะแนน
ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด	กำหนดเป็น 1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนน} &= \frac{(\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด})}{(\text{จำนวนระดับ})} \\ &= \frac{5 - 1}{5 - 1} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น ช่วงคะแนน

โดยแบ่งเป็นช่วงคะแนนดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมากที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อย
- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ระดับน้อยที่สุด

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้สรุปสมมติฐานวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัว และตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทช่วง (Interval Scale) โดยใช้สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2552)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานศึกษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) เพื่อวิเคราะห์ทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 4) เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทุนทางปัญญาประกอบด้วย ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ ด้านทุนโครงสร้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุดคือ 5

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยใช้มาตรวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิดซึ่งประกอบด้วยคำตอบย่อยที่แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใช้มาตราวัดประมาณค่า (Rating Scale) และให้คะแนนแต่ละระดับตั้งแต่ค่าคะแนนน้อยที่สุด คือ 1 ถึงค่าคะแนนมากที่สุด คือ 5

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

#### 4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ชาย	165	71.70
หญิง	65	28.30
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.1 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 71.70 รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
20 -30 ปี	85	37.00
31 – 40 ปี	87	37.80
41 – 50 ปี	52	22.60
50 ปีขึ้นไป	6	2.60
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.2 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 รองลงมาเป็นอายุ 20

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

-30 ปี มีจำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 อายุ 41 – 50 ปี มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 22.60 อายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.60 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.3** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	77	33.50
สมรส	82	35.70
หม้าย	54	23.50
หย่าร้าง	17	7.40
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.3 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นสมรส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 รองลงมาเป็นโสด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 สถานภาพหม้าย จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 สถานภาพหย่าร้าง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.4** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	30.40
ปริญญาตรี	123	53.50
สูงกว่าปริญญาตรี	37	16.10
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.4 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 รองลงมา มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 30.40 ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 16.10 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตารางที่ 4.5** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
พนักงานบริษัทเอกชน	23	10.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ	56	24.30
ธุรกิจส่วนตัว	65	28.30
เกษตรกร	54	23.50
ประมง	13	5.70
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	19	8.30
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.5 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นธุรกิจส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รองลงมาเป็นอาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 อาชีพเกษตรกร จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อาชีพประมง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 5.70 ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.6** แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	52	13.50
15,001 – 30,000 บาท	109	28.30
30,001 – 45,000 บาท	110	28.60
มากกว่า 45,001 บาท	53	13.80
<b>รวม</b>	<b>230</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4.6 ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 230 คน คิดเป็นร้อยละ 100 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 28.60 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มากกว่า 45,001 บาท จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.80 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทุนทางปัญญา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านทุนกายภาพ	3.80	0.61	มาก
ด้านทุนมนุษย์	3.83	0.66	มาก
ด้านทุนโครงสร้าง	4.05	0.65	มาก
ภาพรวม	3.90	0.46	มาก

จากตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวมพบว่า ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญาอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทุนโครงสร้างอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.65) รองลงมาด้านทุนมนุษย์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = 0.66) และด้านทุนกายภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.61) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนกายภาพ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านทุนกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.เงินในการลงทุนประกอบอาชีพเพียงพอ	56 (24.3 )	66 (28.7 )	89 (38.7 )	14 (6.1)	5 (2.2)	3.67	.982	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทุนกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
2.ได้รับการช่วยเหลือเงินจาก ภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหาร ทะเลแปรรูปภายในชุมชน	108 (47.0 )	61 (26.5 )	45 (19.6 )	10 (4.3)	6 (2.6)	4.11	1.03 3	มาก
3.มีอุปกรณ์และเครื่องมือใน พัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงพอ	53 (23.0 )	73 (31.7 )	78 (33.9 )	20 (8.7)	6 (2.6)	3.64	1.01 3	มาก
<b>ภาพรวม</b>						<b>3.80</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนกายภาพ  
ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก  
( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยได้รับการช่วยเหลือ  
เงินจากภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหารทะเลแปรรูปภายในชุมชน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ,  
S.D. = 1.033) รองลงมา คือ เงินในการลงทุนประกอบอาชีพเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = .982) และมี  
อุปกรณ์และเครื่องมือในพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงพอ ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 1.013) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.9** ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนมนุษย์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านทุนมนุษย์	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1.มีความสัมพันธ์ที่ดีกับ หน่วยงานและลูกค้าที่ให้ คำปรึกษา	66 (28.7)	85 (37.0)	57 (24.8)	16 (7.0)	6 (2.6)	3.82	1.010	มาก
2.มีทักษะความรู้ และ ความสามารถในการ สร้างชุมชนนักปฏิบัติ	64 (27.8)	85 (37.0)	60 (26.1)	17 (7.4)	4 (1.7)	3.82	.981	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านทุนมนุษย์	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
3. มีการคิดสร้างสรรค์ ภายในชุมชนและการ เรียนรู้ร่วมกัน	72 (31.3)	78 (33.9)	61 (26.5)	15 (6.5)	4 (1.7)	3.87	.991	มาก
<b>ภาพรวม</b>						<b>3.83</b>	<b>.666</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนมนุษย์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .666) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงาน และลูกค้าที่ให้คำปรึกษา มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 1.010) รองลงมา คือ มีทักษะความรู้ และความสามารถในการสร้างชุมชนนั้กปฏิบัติ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = .981) และมีการคิดสร้างสรรค์ภายในชุมชนและการเรียนรู้ร่วมกัน ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = .991) ตามลำดับ

**ตารางที่ 4.10** ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนโครงสร้าง ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านทุนโครงสร้าง	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. ชุมชนนำเทคโนโลยี และ ความรู้ใหม่มาใช้	87 (37.8)	77 (33.5)	58 (25.2)	2 (.9)	6 (2.6)	4.03	.950	มาก
2. ชุมชนสร้างบรรยากาศในการ เรียนรู้	89 (38.7)	71 (30.9)	59 (25.7)	4 (1.7)	6 (2.6)	4.02	.978	มาก
3. ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จาก ประสบการณ์จริง	99 (43.0)	78 (33.9)	43 (18.7)	5 (2.2)	5 (2.2)	4.13	.941	มาก
<b>ภาพรวม</b>						<b>4.06</b>	<b>.655</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ด้านทุนโครงสร้างของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

( $\bar{X}$  = 4.06, S.D. = .655) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X}$  = 4.13, S.D. = .941) รองลงมา คือ ชุมชนนำเทคโนโลยี และความรู้ใหม่มาใช้ ( $\bar{X}$  = 4.03, S.D. = .950) และชุมชนสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ ( $\bar{X}$  = 4.02, S.D. = .978) ตามลำดับ

#### 4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการใช้ความรู้	3.91	0.65	มาก
ด้านการศึกษา	4.04	0.68	มาก
ด้านการสร้างสรรค์งาน	3.88	0.73	มาก
ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	3.92	0.59	มาก
ภาพรวม	3.94	0.48	มาก

จากตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยภาพรวม พบว่า ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.94, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการศึกษา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 4.04, S.D. = 0.68) รองลงมาด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.92, S.D. = 0.59) รองลงมาด้านการใช้ความรู้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.91, S.D. = 0.65) และด้านการสร้างสรรค์งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}$  = 3.88, S.D. = 0.73) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ความรู้ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านการใช้ความรู้	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1.ท่านมีความรู้และเข้าใจนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	82 (35.7)	49 (21.3)	78 (33.9)	14 (6.1)	7 (3.0)	3.80	1.086	มาก
2.ท่านมีความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนและสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	86 (37.4)	75 (32.6)	50 (21.7)	14 (6.1)	5 (2.2)	3.97	1.017	มาก
3. นำวัฒนธรรมชุมชนมาประยุกต์ใช้สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน	90 (39.1)	60 (26.1)	66 (28.7)	11 (4.8)	3 (1.3)	3.97	.995	มาก
ภาพรวม						3.91	.656	มาก

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ความรู้ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = .656) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยท่านมีความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนและสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 1.017) รองลงมา คือ นำวัฒนธรรมชุมชนมาประยุกต์ใช้สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = .995) และท่านมีความรู้และเข้าใจนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.086) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านการศึกษา	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมแก่ชุมชน	91 (39.6)	88 (38.3)	39 (17.0)	7 (3.0)	5 (2.2)	4.10	.936	มาก
2. กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ	94 (40.9)	84 (35.2)	43 (18.7)	6 (2.6)	5 (2.2)	4.10	.945	มาก
3. การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน	81 (35.2)	78 (33.9)	56 (24.3)	7 (3.0)	8 (3.5)	3.94	1.016	มาก
ภาพรวม						4.05	.684	มาก

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการศึกษา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = .684) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมแก่ชุมชน มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = .936) รองลงมา คือ กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = .945) และการส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 1.016) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการสร้างสรรค์งาน ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านการสร้างสรรค์งาน	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เยาว์ฒนธรรมในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ	63 (27.4)	104 (45.2)	47 (20.4)	9 (3.9)	7 (3.0)	3.90	.950	มาก
2. การให้ความสำคัญกับลูกค้าในการผลิตสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์	92 (40.0)	61 (26.5)	54 (23.5)	11 (4.8)	12 (5.2)	3.91	1.137	มาก
3. การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงานและกิจกรรมของชุมชน	73 (31.7)	73 (31.7)	66 (28.7)	12 (5.2)	6 (2.6)	3.85	1.014	มาก
ภาพรวม						3.89	.734	มาก

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการสร้างสรรค์งาน ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .734) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยการให้ความสำคัญกับลูกค้าในการผลิตสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยมาก ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 1.137) รองลงมา คือ เยาว์ฒนธรรมในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = 1.137) และการสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงานและกิจกรรมของชุมชน ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.014) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็น เสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานของหน่วยงาน	75 (32.6)	96 (41.7)	47 (20.4)	8 (3.5)	4 (1.7)	4.00	.911	มาก
2. การใช้ความคิด สติปัญญา และคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ	63 (27.4)	86 (37.4)	62 (27.0)	14 (6.1)	5 (2.2)	3.82	.976	มาก
3. มีระบบขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและบริการ	69 (30.0)	99 (43.0)	52 (22.6)	5 (2.2)	5 (2.2)	3.97	.901	มาก
ภาพรวม						3.93	.597	มาก

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = .597) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็น เสนอแนะในการพัฒนา และปรับปรุงการบริหารงานของหน่วยงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = .911) รองลงมา คือ มีระบบขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = .901) และการใช้ความคิด สติปัญญา และคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = .976) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.00	0.54	มาก
ด้านราคา	3.96	0.54	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.89	0.57	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.18	0.67	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>4.01</b>	<b>0.42</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยภาพรวม พบว่า ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.67) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.54) รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.54) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.57) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	83 (36.1)	62 (27.0)	72 (31.3)	9 (3.9)	4 (1.7)	3.92	.992	มาก
2. ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ	92 (40.0)	66 (28.7)	64 (27.8)	5 (2.2)	3 (1.3)	4.04	.941	มาก
3. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่รู้จักแพร่หลาย	80 (34.8)	90 (39.1)	56 (24.3)	3 (1.3)	1 (.4)	4.07	.825	มาก
ภาพรวม						4.01	.549	มาก

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = .549) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่รู้จักแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = .825) รองลงมา คือ ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = .941) และผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = .992) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. มีราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูปชุมชนหลายลักษณะที่เหมาะสมกับคุณภาพ	71 (30.9)	92 (40.0)	58 (25.2)	7 (3.0)	2 (.9)	3.97	.874	มาก
2. กำหนดราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีความคุ้มค่ากับปริมาณ	87 (37.8)	78 (33.9)	53 (23.0)	9 (3.9)	3 (1.3)	4.03	.941	มาก
3. กำหนดราคาการจัดส่งให้เลือกตามความเหมาะสมกับขนาดและรูปแบบ	74 (32.2)	72 (31.3)	73 (31.7)	7 (3.0)	4 (1.7)	3.89	.954	มาก
ภาพรวม						3.96	.547	มาก

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = .547) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยกำหนดราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีความคุ้มค่ากับปริมาณ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = .941) รองลงมา คือ มีราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูปชุมชนหลายลักษณะที่เหมาะสมกับคุณภาพ ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = .874) และกำหนดราคาการจัดส่งให้เลือกตามความเหมาะสมกับขนาดและรูปแบบ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .954) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.19 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่าย ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านสถานที่จัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					( $\bar{x}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. กำหนดพื้นที่ในการให้ลูกค้าเข้ารับบริการที่สะดวกปลอดภัยในการเดินทาง	68 (29.6)	93 (40.4)	56 (24.3)	9 (3.9)	4 (1.7)	3.92	.922	มาก
2. มีการจัดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค	71 (30.9)	90 (39.1)	55 (23.9)	12 (5.2)	2 (.9)	3.94	.914	มาก
3. สถานที่จอดรถที่เพียงพอและสะดวกให้บริการกับลูกค้า	58 (25.2)	98 (42.6)	56 (24.3)	13 (5.7)	5 (2.2)	3.83	.945	มาก
ภาพรวม						3.90	.571	มาก

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านสถานที่จัดจำหน่ายของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = .571) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมาก โดยมีการจัดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = .914) รองลงมา คือ กำหนดพื้นที่ในการให้ลูกค้าเข้ารับบริการที่สะดวกปลอดภัยในการเดินทาง ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = .922) และสถานที่จอดรถที่เพียงพอและสะดวกให้บริการกับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .945) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.20 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{X})$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์	111 (48.3)	82 (35.7)	28 (12.2)	2 (.9)	7 (3.0)	4.25	.924	มากที่สุด
2. การจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าร่วมสนุก	92 (40.0)	93 (40.4)	37 (16.1)	4 (1.7)	4 (1.7)	4.15	.876	มาก
3. มีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด	100 (43.5)	86 (37.4)	32 (13.9)	1 (.7)	11 (4.8)	4.14	1.003	มาก
ภาพรวม						4.18	.676	มาก

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = .676) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = .924) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าร่วมสนุก ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = .876) อยู่ในระดับมาก และมีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 1.003) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

#### 4.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้มแข็งของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ความสำเร็จ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการเงิน	3.88	0.59	มาก
ด้านลูกค้า	4.05	0.52	มาก
ด้านกระบวนการจัดการภายใน	3.97	0.50	มาก
ด้านการเรียนรู้และการเติบโต	3.98	0.60	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>3.97</b>	<b>0.40</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.21 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์โดยภาพรวม พบว่า ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีระดับความคิดเห็นความสำเร็จอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.40) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านลูกค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.50) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.660) รองลงมาด้านกระบวนการจัดการภายใน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.50) และด้านการเงิน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.59) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.22 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (n=230)

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					( $\bar{x}$ )	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
<b>ด้านการเงิน</b>								
1.ทุกคนมีรายได้จากการประกอบอาชีพ	66 (28.7)	64 (27.8)	75 (32.6)	21 (9.1)	4 (1.7)	3.73	1.032	มาก
2.มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ตลาด	91 (39.6)	77 (33.5)	53 (23.0)	6 (2.6)	3 (1.3)	4.07	.920	มาก
3.มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพื้นฐาน ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์	65 (28.3)	78 (33.9)	75 (32.6)	8 (3.5)	4 (1.7)	3.83	.939	มาก
<b>ด้านลูกค้า</b>								
4.มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์	81 (35.2)	90 (39.1)	52 (22.6)	7 (3.0)	-	4.07	.836	มาก
5.การออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์	74 (32.2)	87 (37.8)	56 (24.3)	11 (4.8)	2 (0.9)	3.96	.915	มาก
6.มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิดร่วมยอดให้แก่ผลิตภัณฑ์	94 (40.9)	83 (36.1)	45 (19.6)	7 (3.0)	1 (0.4)	4.14	.866	มาก
<b>ด้านกระบวนการจัดการภายใน</b>								
7.การแสดงผลสรุพคุณและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	75 (32.6)	102 (44.3)	43 (18.7)	8 (3.5)	2 (0.9)	4.04	.855	มาก
8.การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ที่เป็นจริง	79 (34.3)	82 (35.7)	58 (25.2)	9 (3.9)	2 (0.9)	3.99	.913	มาก
9.จัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับปริมาณ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์	70 (30.4)	81 (35.2)	65 (28.3)	12 (5.2)	2 (0.9)	3.89	.931	มาก
<b>ด้านการเรียนรู้และการเติบโต</b>								

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไมอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น					$(\bar{x})$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
10.ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านความรู้ และความสามารถหรือทักษะในการทำงาน	72 (31.3)	105 (45.7)	41 (17.8)	7 (3.0)	5 (2.2)	4.01	.901	มาก
11.ความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการทำงาน	77 (33.5)	78 (33.9)	62 (27.0)	8 (3.5)	5 (2.2)	3.93	.969	มาก
12.ความพอใจของสมาชิกชุมชนบ้านปากคลองในการทำงานร่วมกัน	80 (34.8)	85 (37.0)	53 (23.0)	8 (3.5)	4 (1.7)	4.00	.937	มาก
ภาพรวม						3.97	.406	มาก

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = .406) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิดร่วมยอดให้แก่ผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = .866) อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ตลาด ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = .920) อยู่ในระดับมาก มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = .836) อยู่ในระดับมาก การแสดงข้อมูลสรรพคุณ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = .855) อยู่ในระดับมาก ได้รับการสนับสนุน และส่งเสริมด้านความรู้ และความสามารถหรือทักษะในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = .901) อยู่ในระดับมาก ความพอใจของสมาชิกชุมชนบ้านปากคลองในการทำงานร่วมกัน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = .937) อยู่ในระดับมาก การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ที่เป็นจริง ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = .913) อยู่ในระดับมาก การออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = .915) อยู่ในระดับมาก ความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการทำงาน ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = .969) อยู่ในระดับมาก จัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .931) อยู่ในระดับมาก มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพื้นฐาน ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .939) อยู่ในระดับมาก และทุกคนมีรายได้จากการประกอบอาชีพ ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.032) อยู่ในระดับมากตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 4.6 ผลการวิเคราะห์ทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ผลการทดสอบสมมติฐานการศึกษา)

ในการทดสอบสมมติฐาน มีกระบวนการทางสถิติโดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ และในการทดสอบสมมติฐานพหุการณ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุ ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้วิธีการ Correlation Analysis และเมื่อไม่พบความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุ ระหว่างตัวแปรอิสระ ก็จะดำเนินการทดสอบสมมติฐานพหุการณ์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการ Enter Method ในลำดับต่อไป

ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ สมมติฐานที่ 1 ( $H_0$ ) : ทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

( $H_1$ ) : ทุนทางปัญญาที่ไม่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษาการวิเคราะห์ด้วยเทคนิคสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างภาวะผู้นำที่ส่งผลกระทบต่อความเข้มแข็งของชุมชนในอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดชุมพร ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 ทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทุนทางปัญญาส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	( $x_1$ )	( $x_2$ )	( $x_3$ )
ด้านทุนกายภาพ ( $x_1$ )	1.00	0.302**	0.333**
ด้านทุนมนุษย์ ( $x_2$ )		1.00	0.172**
ด้านทุนโครงสร้าง ( $x_3$ )			1.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.23 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ทูทางปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามเงื่อนไขทางสถิติพบว่าตัวแปรต้นทั้งหมดมีค่าความสัมพันธ์กันเองอยู่ระหว่าง 0.302 - 0.333 จึงถือได้ว่าตัวแปรต้นทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมด ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้

ทูทางปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทดสอบสมมติฐานตัวแปรต้นทั้งหมด คือมีตัวใดตัวหนึ่งซึ่งสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่มีทูทางปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการสมการพยากรณ์ดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.24 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบทูทางปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ทูทางปัญหาส่งผลต่อ ความสำเร็จของชุมชนบ้าน ปากคลอง อำเภอบาง สะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	2.267	0.199		11.370	.000
ด้านทุนกายภาพ	0.195	0.042	0.293	4.639	.000
ด้านทุนมนุษย์	0.141	0.037	0.230	3.806	.000
ด้านทุนโครงสร้าง	0.105	0.038	0.169	2.756	.006
R = 0.505 <sup>a</sup>	R <sup>2</sup> = 0.255	Se <sub>set</sub> = 0.353	F = 25.653	Sig = 0.000	

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R<sup>2</sup> แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE<sub>est</sub> แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตาราง 4.24 พบว่า ทูทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่าจากผลการวิจัย พบว่า ทูทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทุนกายภาพ ยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านทุนมนุษย์ ยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) และด้านทุนโครงสร้างยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .006) โดยสามารถอธิบายทุนทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม (F = 25.653, Sig. = .000) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.505 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.255 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.353อธิบายได้ว่าทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ และด้านทุนโครงสร้าง สามารถร่วมกันพยากรณ์ทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสามารถเขียนในรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 2.267 + 0.195(X_1) + 0.141(X_2) + 0.105(X_3)$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = 0.293(X_1) + 0.230(X_2) + 0.169(X_3)$$

#### 4.7 ผลการวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในการทดสอบสมมติฐานมีกระบวนการทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ และในการทดสอบสมมติฐานพยากรณ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้วิธีการ Correlation Analysis และเมื่อไม่พบความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ ก็จะดำเนินการทดสอบสมมติฐานพยากรณ์โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการ Enter Method ในลำดับต่อไป

ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการ

วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ สมมติฐานที่ 2 ( $H_0$ ) : เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

( $H_1$ ) : เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ผลการศึกษารวบรวมวิเคราะห์ด้วยเทคนิคสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.25 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	( $x_1$ )	( $x_2$ )	( $x_3$ )	( $x_4$ )
ด้านการใช้ความรู้ ( $x_1$ )	1.00	0.365**	0.265**	0.300**
ด้านการศึกษา ( $x_2$ )		1.00	0.521**	0.253**
ด้านการสร้างสรรคงาน ( $x_3$ )			1.00	0.438**
ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ( $x_4$ )				1.00

จากตารางที่ 4.25 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามเงื่อนไขทางสถิติ พบว่า ตัวแปรต้นทั้งหมดมีค่าความสัมพันธ์กันเองอยู่ระหว่าง 0.365 - 0.438 จึงถือได้ว่าตัวแปรต้นทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมด ที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทดสอบสมมติฐานตัวแปรต้นทั้งหมด คือมีตัวใดตัวหนึ่งซึ่งสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่มีส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการสมการพยากรณ์ดังตารางที่ 4.25

ตารางที่ 4.26 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	1.997	0.187		10.672	.000
ด้านการใช้ความรู้	0.085	0.037	0.136	2.298	.023
ด้านการศึกษา	0.149	0.039	0.250	3.810	.000
ด้านการสร้างสรรค้งาน	0.105	0.038	0.189	2.783	.006
ด้านการใช้ทรัพยากรสินทาง	0.162	0.042	0.238	3.877	.000
ปัญหา					
R = 0.592 <sup>a</sup>	R <sup>2</sup> = 0.350	Se <sub>set</sub> = 0.331	F = 30.195	Sig = 0.000	

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R<sup>2</sup> แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE<sub>est</sub> แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R

จากตาราง 4.26 พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่าจากผลการวิจัย พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการศึกษายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านการใช้ความรู้ยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .023) และด้านการสร้างสรรค้งานยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .006) โดยสามารถอธิบายเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม ( $F = 30.195$ ,  $\text{Sig.} = .000$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.592 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.350 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.331 อธิบายได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพยากรทางปัญญา สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยสามารถเขียนในรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 1.997 + 0.085(X_1) + 0.149(X_2) + 0.105(X_3) + 0.162(X_4)$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = 0.136(X_1) + 0.250(X_2) + 0.189(X_3) + 0.238(X_4)$$

#### 4.8 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในการทดสอบสมมติฐานมีกระบวนการทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพื่อทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ และในการทดสอบสมมติฐานพยากรณ์ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้วิธีการ Correlation Analysis และเมื่อไม่พบความสัมพันธ์เส้นตรงร่วมพหุระหว่างตัวแปรอิสระ ก็จะดำเนินการทดสอบสมมติฐานพยากรณ์ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการ Enter Method ในลำดับต่อไป

ซึ่งจากการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยจะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) เมื่อค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติมีค่าน้อยกว่า 0.05 และจะยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) แทน คือ สมมติฐานที่ 3 ( $H_0$ ) : ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

( $H_1$ ) : ส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการศึกษาวเคราะห์ด้วยเทคนิคสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ผลการศึกษาดังตารางที่ 4.27

**ตารางที่ 4.27** ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	(x <sub>1</sub> )	(x <sub>2</sub> )	(x <sub>3</sub> )	(x <sub>4</sub> )
ด้านผลิตภัณฑ์ (x <sub>1</sub> )	1.00	0.473**	0.326**	0.386**
ด้านราคา (x <sub>2</sub> )		1.00	0.411**	0.340**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (x <sub>3</sub> )			1.00	0.332**
ด้านการส่งเสริมการตลาด (x <sub>4</sub> )				1.00

จากตารางที่ 4.27 ผลการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ตามเงื่อนไขทางสถิติ พบว่า ตัวแปรต้นทั้งหมดมีค่าความสัมพันธ์กันเองอยู่ระหว่าง 0.473 - 0.332 จึงถือได้ว่าตัวแปรต้นทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวเคราะห์ด้วยตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลกระทบต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้

ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ทดสอบสมมติฐานตัวแปรต้นทั้งหมด คือมีตัวใดตัวหนึ่ง ซึ่งสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 วิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในการสมการพยากรณ์ดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.28 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบาง สะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์	Unstandardized Coefficients		Standardize d Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	1.376	0.189		7.262	.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.228	0.043	0.308	5.287	.000
ด้านราคา	0.135	0.044	0.182	3.077	.002
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.165	0.040	0.232	4.083	.000
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.121	0.033	0.201	3.637	.000
R = 0.678 <sup>a</sup>	R <sup>2</sup> =0.459	Se <sub>set</sub> =0.301	F = 47.762	Sig= 0.000	
R	แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ				
R <sup>2</sup>	แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์				
SE <sub>est</sub>	แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์				
F	แทนสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R				

จากตาราง 4.28 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลองอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะเห็นได้ว่ามีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง (H0) หมายความว่าจากผลการวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในด้านผลิตภัณฑ์ยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านราคายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .002) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) และด้านการส่งเสริมการตลาดยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) โดยสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม (F = 47.762, Sig. = .000) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.678 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย (R<sup>2</sup>) เท่ากับ 0.459 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.301 อธิบายได้ว่าเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด สามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์ โดยสามารถเขียนในรูปสมการวิเคราะห์การถดถอยได้ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 1.376 + 0.228(X_1) + 0.135(X_2) + 0.165(X_3) + 0.121(X_4)$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = 0.308(X_1) + 0.182(X_2) + 0.232(X_3) + 0.201(X_4)$$

#### 4.9 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 4.29 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์

ข้อเสนอแนะ	จำนวนผู้เสนอแนะ
มีราคาและผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับทุกคน	1
ไม่มีข้อเสนอแนะ	229

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นงานศึกษาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ของสมาชิกในชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นทวนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ 3) วิเคราะห์ทวนทางปัญญาที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และ 4) วิเคราะห์กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยใช้เทคนิควิธีวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มตัวอย่างสมาชิกชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จำนวน 230 ตัวอย่าง โดยใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) โดยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบหาค่าประสิทธิ์เชื่อมั่น ได้เท่ากับ 0.97 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุ เพื่อทดสอบทวนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์สรุปสาระสำคัญของการวิจัย โดยมีหัวข้อต่างๆ ที่จะนำเสนอต่อไปนี้

#### 5.1 สรุปผลศึกษา

#### 5.2 อภิปรายผล

#### 5.3 ข้อเสนอแนะ

### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามทวนทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเพศชาย จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 71.70 มีอายุ 31 – 40 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 37.80 มีสถานะสมรส จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีอาชีพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นธุรกิจส่วนตัว จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 28.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 109 คน

**5.1.2 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทุนทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ดังนี้ ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ ด้านทุนโครงสร้าง โดยแยกประเด็นดังนี้ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามทุนทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านทุนโครงสร้าง ( $\bar{X} = 4.06$ , S.D. = .655) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีการส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = .941) และชุมชนสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้ ( $\bar{X} = 4.02$ , S.D. = .978) รองลงมาด้านทุนมนุษย์ ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .666) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานและลูกค้าที่ให้คำปรึกษา ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = 1.010) และมีการคิดสร้างสรรค์ภายในชุมชน และการเรียนรู้ร่วมกัน ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = .991) และด้านทุนกายภาพ ( $\bar{X} = 3.81$ , S.D. = .612) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ ได้รับการช่วยเหลือเงินจากภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหารทะเลแปรรูปภายในชุมชน ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 1.033) และมีอุปกรณ์เครื่องมือในพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงพอ ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D. = 1.013) ตามลำดับ

**5.1.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ดังนี้ ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา โดยแยกประเด็นดังนี้ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านการศึกษา ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = .684) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด ได้แก่ มีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมแก่ชุมชน ( $\bar{X} = 4.10$ , S.D. = .936) และการส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 1.016) รองลงมาด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = .597) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด ได้แก่ เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็น เสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานของหน่วยงาน ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = .911) และการใช้ความคิด สติปัญญา และคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 3.82$ , S.D. = .976) รองลงมาด้านการใช้ความรู้ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = .656) โดยท่านมีความรู้ภูมิปัญญาของชุมชน และสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 1.017) และท่านมีความรู้ และเข้าใจนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.086) และด้านการสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งาน ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .734) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด ได้แก่ การให้ความสำคัญกับลูกค้าในการผลิตสินค้าและบริการอย่างสร้างสรรค์ ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 1.137) และการสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงานและกิจกรรมของชุมชน ( $\bar{X} = 3.85$ , S.D. = 1.014) ตามลำดับ

**5.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแยกประเด็นดังนี้ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = .676) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์ ( $\bar{X} = 4.25$ , S.D. = .924) และมีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 1.003) รองลงมาด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = .549) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุด และน้อยที่สุด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่รู้จักแพร่หลาย ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = .825) และผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = .992) รองลงมาด้านราคา ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = .547) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีความคุ้มค่ากับปริมาณ ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = .941) และกำหนดราคาการจัดส่งให้เลือกตามความเหมาะสมกับขนาดและรูปแบบ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .954) และด้านสถานที่จัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 3.90$ , S.D. = .571) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีการจัดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = .914) และสถานที่จอดรถที่เพียงพอและสะดวกให้บริการกับลูกค้า ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D. = .945) ตามลำดับ

**5.1.5 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** ดังนี้ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการจัดการภายใน ด้านการเรียนรู้และการเติบโตโดยแยกประเด็นดังนี้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเรียงตามความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านลูกค้า ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D. = 0.52) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิดร่วมยอดให้แก่ผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = .866) และการออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} =$

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.96, S.D. = .915) รองลงมาด้านการเรียนรู้และการเติบโต ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.60) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านความรู้ และความสามารถหรือทักษะในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.01$ , S.D. = .901) และความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการทำงาน ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = .969) รองลงมาด้านกระบวนการจัดการภายใน ( $\bar{X} = 3.97$ , S.D. = 0.50) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ การแสดงข้อมูลสรรพคุณ และประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = .855) และจัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = .931) และด้านการเงิน ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.59) โดยระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในระดับมากที่สุดและน้อยที่สุด ได้แก่ มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ตลาด ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = .920) และทุกคนมีรายได้จากการประกอบอาชีพ ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D. = 1.032) ตามลำดับ

**5.1.6 การวิเคราะห์ทุนทางปัญญาส่งผลต่อของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** โดยภาพรวมทุนทางปัญญา ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ ด้านทุนโครงสร้างส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยด้านทุนกายภาพส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มากที่สุด ( $t = 4.639$ , sig = .000) รองลงมาด้านทุนมนุษย์ ( $t = 3.806$ , sig = .001) และทุนทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์น้อยที่สุด คือ ด้านทุนโครงสร้าง ( $t = 2.756$ , sig = .006)

**5.1.7 การวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** โดยภาพรวมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากที่สุด ( $t = 3.877$ , sig = .000) รองลงมาด้านการศึกษา ( $t = 3.810$ , sig = .000) รองลงมาด้านการสร้างสรรค์งาน ( $t = 2.783$ , sig = .006) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์น้อยที่สุด คือ ด้านการใช้ความรู้ ( $t = 2.298$ , sig = .023)

**5.1.8 การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์** โดยภาพรวมส่วนประสมทางการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยด้านผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มากที่สุด ( $t = 5.287, sig = .000$ ) รองลงมาด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ( $t = 4.083, sig = .000$ ) รองลงมาด้านการส่งเสริมการตลาด ( $t = 3.637, sig = .000$ ) และด้านราคา ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์น้อยที่สุด คือ ด้านการปฏิบัติการ ( $t = 3.077, sig = .002$ )

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ทบทวนปัญหา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้มีการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** ทบทวนปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ทบทวนปัญหาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความสำคัญทั้ง 3 ด้าน ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ และด้านทุนโครงสร้างมีค่าสถิติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านทุนมนุษย์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05, S.D. = 0.65$ ) รองลงมาด้านทุนกายภาพ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83, S.D. = 0.66$ ) และด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80, S.D. = 0.61$ ) และการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ทบทวนปัญหาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ด้านทุนกายภาพ ยอมรับสมมติฐาน ( $Sig. = .000$ ) ด้านทุนมนุษย์ ยอมรับสมมติฐาน ( $Sig. = .000$ ) และด้านทุนโครงสร้างยอมรับสมมติฐาน ( $Sig. = .006$ ) โดยสามารถอธิบายทบทวนปัญหาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม ( $F = 25.653, Sig. = 0.000$ ) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.505 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.255 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.353 สรุปได้ว่าทบทวนปัญหาส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผลมี 3 ด้าน คือ ด้านทุนกายภาพ ด้านทุนมนุษย์ และด้านทุนโครงสร้างซึ่งตามแนวคิดทบทวนปัญหา Edvinsson & Malone (1997) ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ 1. ทุนมนุษย์ 2. ทุนโครงสร้าง 3. ทุนทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับผกา มาศ บุตรสาลี และฐิตาภรณ์ สินจรรย์ศักดิ์ (2564) ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของประสิทธิภาพทบทวนปัญหา การกำกับดูแลกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบที่สามารถอธิบายได้ดีที่สุด ได้แก่ ประสิทธิภาพทบทวนปัญหา คือ ประสิทธิภาพทุนความสัมพันธ์ ( $GFI = 0.999$ ) การกำกับดูแลกิจการ คือ ส่งเสริมนวัตกรรมและการประกอบธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบ ( $GFI = 0.842$ ) ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนที่ต่ำว่า ( $GFI = 551$ ) และผลการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินงาน คือ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์รวม (GFI=0.674) และประสิทธิภาพทุนทางปัญญา มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อการกำกับดูแลกิจการ และความได้เปรียบทางการแข่งขัน (DE=0.114, 0.481) และมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงาน (DE= -0.502) การกำกับดูแลกิจการ มีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน (DE=0.717) และมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางลบต่อผลการดำเนินงาน (DE=-0.533) และความได้เปรียบทางการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงในทิศทางบวกต่อผลการดำเนินงาน (DE=0.169)

**สมมติฐานที่ 2** เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ให้ความสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่าสถิติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการศึกษา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.68) รองลงมาด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.92$ , S.D. = 0.59) รองลงมาด้านการใช้ความรู้ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ , S.D. = 0.65) และด้านการสร้างสรรค์งาน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.73) และการทดสอบสมมติฐานที่ 2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ด้านการศึกษายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ยกเว้นด้านการใช้ความรู้ (Sig. = .023) ด้านการสร้างสรรค์งาน (Sig. = .006) โดยสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม ( $F = 30.195$ , Sig. = .000) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.592 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.350 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.331 สรุปได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ที่ส่งผล มี 4 ด้าน คือ ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งตามแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยชวัญกมล ตอนขวา (2561) ได้กล่าวไว้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มี 4 ขั้นตอน คือ การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่สอดคล้องกับนิภาภัทร สุขสวัสดิ์ (2563) ศึกษาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวัตวิถี จังหวัดชุมพร ผลการวิจัย พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการใช้ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวัตวิถี จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตัวแปรอิสระเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน มีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์ และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 77.9 สำหรับผลการศึกษาศักยภาพชุมชนส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร พบว่า ศักยภาพชุมชนด้านผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วม และด้านวัฒนธรรมชุมชนส่งผลเชิงบวก ต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทาง ทั้งนี้ตัวแปรอิสระ ศักยภาพชุมชนทั้ง 3 ด้าน มีประสิทธิภาพพร้อมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตามประสิทธิผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปนวัตกรรม จังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 78.2

**สมมติฐานที่ 3** ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ให้ความสำคัญทั้ง 4 ด้าน มีค่าสถิติโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D. = 0.67) รองลงมา ด้านผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D. = 0.54) รองลงมาด้านราคา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.54) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.57) และการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านราคายอมรับสมมติฐาน (Sig. = .002) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) ด้านการส่งเสริมการตลาดยอมรับสมมติฐาน (Sig. = .000) โดยสามารถอธิบายความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในภาพรวม ( $F = 47.762$ , Sig. = .000) โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ 0.678 ค่าสัมประสิทธิ์ในการทำนาย ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.459 ความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SEest) เท่ากับ 0.301 สรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ที่ส่งผล มี 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งตามทฤษฎีกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดย Kotler (2012) กล่าวว่า เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมซึ่งธุรกิจจำเป็นต้องนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายส่วนประสมทางการตลาดแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม เรียกว่า 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Produce) ราคา (Price) ช่องทางการจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาดสอดคล้องกับอภิญา กันธิยะ (2562) ศึกษาเรื่อง การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟเงินเหลือทิ้ง จากกระบวนการแปรรูปมะไฟเงินเชื่อม ผลการศึกษา พบว่า การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด (ด้านเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อสเปรย์ไถ่ของผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองน่าน จังหวัดน่าน สูงขึ้น ก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 และหลังการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.43 มีผลต่างของระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ เฉลี่ย เท่ากับ 0.58 การพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด /การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟเงินด้าน ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถป้องกันยุงได้เป็นอย่างดี สามารถป้องกันยุงได้ยาวนาน ง่ายต่อ การใช้งาน มีกลิ่นหอม และนำใช้ และมีความปลอดภัย ปราศจากสารเคมี ผู้วิจัยเสนอกลยุทธ์ และวิธีการดำเนินการให้เกิดมูลค่าด้านผลิตภัณฑ์ โดยการให้ความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยแรกที่จะแสดงว่ากิจการพร้อมจะทำธุรกิจได้ของกิจการนั้น ๆ จะต้องมียุทธศาสตร์ที่จะเสนอขายอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน มีตำนาน มีบริการ ความคิด (idea) ที่สามารถตอบสนองความต้องการ อีกทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ผู้ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องทำการศึกษาความต้องการ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพราะปัจจุบันวิถีชีวิต (lifestyle) ของผู้บริโภคเปลี่ยนไปมาก สินค้าเกษตรบางชนิด หรือ ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เคยได้รับความนิยมอาจไม่ค่อยเหมาะกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ หรือสถานการณ์ในปัจจุบัน หากไม่มีการพัฒนาสินค้า หรือปรับตัวตามความต้องการของลูกค้าแล้วนั้น อาจส่งผลกระทบต่อยอดขาย และความนิยมที่ลดลงต่อผลิตภัณฑ์

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ ทูทางปัญญา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่ง พบว่า จากผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทูทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง คลองอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทุนกายภาพมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำสุดมากกว่าด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัทูทางปัญญา และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านทุนกายภาพ พบว่า การมีอุปกรณ์เครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่เพียงพอส่งผลให้ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นหากต้องพัฒนาทางด้านทุนกายภาพให้ดีขึ้นในความรู้สึก ความเข้าใจ และความต้องการของชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนยั่งยืน และตรงกับความต้องการของชุมชนหน่วยงานที่สนับสนุน ควรสนับสนุนให้ตรงกับความต้องการของชุมชน คือ การสนับสนุนอุปกรณ์เครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เพียงพอ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของชุมชนบ้านปากคลองคลองอำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสร้างสรรค์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

งานมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำสุดมากกว่าด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านการสร้างสรรค์งาน พบว่า การสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงาน และกิจกรรมของชุมชนส่งผลให้ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นหากต้องพัฒนาทางด้านการสร้างสรรค์งานให้ดีขึ้นในความรู้สึก ความเข้าใจ และความต้องการของชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนยั่งยืน และตรงกับความต้องการของชุมชนหน่วยงานที่สนับสนุน ควรสนับสนุนให้ตรงกับความต้องการของชุมชน คือ ควรให้ความสำคัญในการสร้างแรงจูงใจ การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงาน และกิจกรรมของชุมชนการส่งเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า และบริการ โดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และการให้ความสำคัญสินค้า และบริการด้านการออกแบบ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของชุมชนบ้านปากคลองคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่ำสุดมากกว่าด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า สถานที่จอดรถไม่เพียงพอ และสะดวกให้บริการกับลูกค้าส่งผลให้ระดับความคิดเห็นมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้นหากต้องพัฒนาทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ดีขึ้นในความรู้สึก ความเข้าใจ และความต้องการของชุมชน เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนยั่งยืน และตรงกับความต้องการของชุมชนหน่วยงานที่สนับสนุน ควรสนับสนุนให้ตรงกับความต้องการของชุมชน คือ การสนับสนุนสถานที่สาธารณะไว้ใช้สำหรับนักท่องเที่ยว และร้านค้าชุมชนบ้านปากคลองคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยที่ผ่านมา ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลจำกัดต่างๆ และวิธีการที่จะพัฒนางานวิจัยนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาชุมชนอื่นๆภายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างในความสำเร็จของชุมชน เพื่อได้ทราบถึงข้อมูลที่แตกต่างและนำมาพัฒนาเพิ่มมากขึ้น
2. ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชน เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนอีก

### บรรณานุกรม

- ฐิตาภา ณ ระนอง. (2560). **ความสำเร็จที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารทะเลในประเทศไทย** (สาขาวิชา ทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง)
- กิตติภักดิ์ ฐิโณทัย. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนบ้านบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ** (นักศึกษาปริญญาโท คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- อภิญา กัญนิยะ. (2562). **การศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกากมะไฟจีนเหลือทิ้ง จากกระบวนการแปรรูปมะไฟจีนเชื่อมแห้ง** (สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน)
- ศิริรัตน์ พงเพชร และชญญาภัคหล้าแหล่ง. (2563) **การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการจัดการเครือข่ายธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร** (สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพร เขตระดุมศักดิ์)
- นิภาภัทร สุขสวัสดิ์. (2563). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการชุมชนท่องเที่ยวโอท็อปวัตวิถี จังหวัดชุมพร** (สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตระดุมศักดิ์)
- ปิติพร ธรรมประศาสน์ และไพบุลย์ ผจงวงศ์. (2561). **ความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงานของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย** (นิสิตปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ )
- ปณณวิชญ์ พุทธรณณะ. 2559. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อวิปิ้งครีม.** (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- วารารักษ์ สักแสน. 2560. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการร้านกาแฟสดในสถานบริการน้ำมันของผู้บริโภคเขตอำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย** (หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่).
- ศศิณา ลมลอย. 2562. **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้คลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครบริการ คลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม (2562).**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- เสนห์ ชูโพธิ์น้อย. (2562). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า OTOP ผ้าไหมปักธงชัยของประชากร จังหวัดนครราชสีมา (สาขาวิทยบริการ, สาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติจังหวัดนครราชสีมา).
- รอชียะห์ ลาเต๊ะ. (2560). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชน สอนศาสนาอิสลาม จังหวัดปัตตานี. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- ธรารินทร์ ใจเอื้อพลสุข.(2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. คณะบัญชี. มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- อรุณรัตน์ นิตยะโรจน์. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดทำโครงการของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. สาขาวิชาการจัดการ.คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- รังสรรค์ ศรีเกียรติมรงค์. (2559). พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของวิศวกรที่มีผลต่อนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และกระบวนการให้บริการในการจัดการบริหารงานก่อสร้าง. สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธาณูปโภค. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สมชาย รุ่งเรือง. (2560). รูปแบบการพัฒนาผู้นำสู่การสร้างแรงผลักดันเชิงสร้างสรรค์. สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2559). แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย. สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2544). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติเพื่อการตัดสินใจ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การวิเคราะห์สถิติ: สถิติสำหรับการบริหารและวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). หลักสถิติ(พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกศรินทร์ โชคเพิ่มพูนและวิเชียร ก่อกิจกุล. (2561). แนวทางการบริหารจัดการหอกระจายข่าวแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ตำบลมะเกลือใหม่ อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารชุมชนวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- บุญทวารณ วิงวอนและชุตินันต์ สะสอง. (2559). อิทธิพลของความเป็นผู้ประกอบการองค์การ ทูตทางปัญญาและความร่วมมือของสมาชิกที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในภาคเหนือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ตอนบน 1 ของประเทศไทย.** หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง.

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ (2558) **นโยบายและมาตรการในการส่งเสริมธุรกิจชุมชนสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.** กรุงเทพฯ.

พะยอม วงศ์สารศรี . (2556). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์.**(พิมพ์ครั้งที่5).กรุงเทพฯ:คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

พิชัย ลีพิพัฒน์ไพบูลย์. (2556). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.**วารสาร สสท. ฉบับเทคโนโลยี 20 : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตรทิพย์ นาถสุภา (2555). **แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน ข้อเสนอทางทฤษฎีในบริบทต่างสังคม.** มูลนิธิวิถีทรรศน์. กรุงเทพฯ.

วิลาวรรณ รพีพิศาล (2554). **ความรู้พื้นฐานในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์.** (หน้า 1-9). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ วิจิตรทัศนกรรม

วีระพล ทองมา และ ประเจต อำนวย (2555). **ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่.** เชียงใหม่ : รายงานผลการวิจัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุนันทา เลานันท์. (2556). **การบริหารทรัพยากรมนุษย์.** กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

สุภัทรรค์ดี คาสามารถ, กุลจิรา รักชนคร และมังกร หิริรักษ์. (2562). **ศักยภาพทางนวัตกรรมที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดย่อม (ประเภทบริการ).** ศูนย์วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมเพื่อการศึกษา ร้อยเอ็ด. มหาวิทยาลัยขอนแก่น. มหาวิทยาลัยธนบุรี.

สมพงษ์ เกษมสิน. (2556). **การบริหาร.** กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พุทธศักราช 2540 - 2544.** กรุงเทพฯ : สำนักงานฯ.

ชัยวัฒน์ สร้อยเจริญสุข. **แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรม ปี 2562-2564: อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป.**

เข้าได้ถึงจาก:<https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/Food-Beverage/Processed-Seafood/IO/io-frocessed-seafood-20-th> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 15 กันยายน 2564).

กระทรวงอุตสาหกรรม สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **ข้อมูลอุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูปจังหวัดประจวบคีรีขันธ์**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เข้าถึงได้จาก: <http://old.industry.go.th/prachuapkhirikhan/index.php/2020-02-04-08-46-30/2020-02-04-08-47-33/2020-02-04-08-48-32/3121-2562-36/file> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 16 กันยายน 2564).

ไปด้วยกันท่องเที่ยว รวมทุกเรื่องเที่ยว .ข้อมูลชุมชนบ้านปากคลอง ตำบลบางสะพาน อำเภอบางสะพานน้อย. เข้าถึงได้จาก:<https://www.paiduaykan.com/travel/> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 17 กันยายน 2564).

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. ข้อมูลวิธีการทำผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป เข้าถึงได้จาก: <https://www.dip.go.th/files/Cluster/8.pdf> (วันที่สืบค้นข้อมูล: 18 กันยายน 2564).

- Bowin , R.B. and Harvey, D. (2001). Human Resource Management.
- Dickman, S. 1996. Tourism: An Introductory Text. (2nd ed). Sydney: Hodder Education
- Fisher , Schoenfedt and Other. Human Resource Management. Boston : Houghton Miffin Company , 1993
- Key & Marian. 1991. Form of Writing : A Brief Guide and Handbook. Ontario : Prentice-Hall Canada.
- Edvinsson and Malone. (1997). Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower. Harper- Collins Publishers: New York.
- Kotler, P. 2000. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, And Control (10th ed.).
- Roos and Edvinsson, (1997). Intellectual capital. Navigating in the new business landscape. New York University Press: New York.
- Mescon H.M., Albert M., and Khedouri F. (1988). Management .(3rd Ed.). New York: Harper & Row.
- Milkovich, G. T., & Boudreau, J. W. (1991). Human Resource Management. U.S.A.: Richard Dirking.
- Mondy , R.W., R. M. Noe and S. R. Premeaux, (1999) . Human resource management. 60. pp. 31-46.
- New Jersey:Prentice Hall.Project for The Travel Foundation: Final Report. Leeds MetropolitanUniversity and Environment Business and Development Group.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Leeds, UK.

Kaplan & Norton (1996). The balanced scorecard: Translating strategy into action. Harvard Business School Press: MA.

Kotler, P. and Keller, P. (2009). Marketing management (13th ed). NJ : Prentice-Hall.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2002). Principles of marketing. NJ : Prentice Hall.

Hawkins, D.I. (1998). Consumer behaviors: Building marketing strategy (7th ed). MA: McGraw-Hill.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ดร.สรารุช แซ่ตั้ง  
นักวิชาการอิสระ และอาจารย์พิเศษ
2. ดร.ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล  
อาจารย์ประจำหลักสูตรคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
3. ดร.ฉัตรชัย กองกุล  
นักวิชาการอิสระ
4. อ.ดร.กานต์จิรา ลิ้มศิริธง  
อาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดย นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน รหัสนักศึกษา 61551030 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.เพ็ชรภรณ์ ชวัลลาชญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ส่วนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน)

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

Sarant

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.สรารัฐ แซ่ตั้ง

หน่วยงาน นักวิชาการอิสระ และอาจารย์พิเศษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาโครงการพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน  
รหัสประจำตัว 61551030  
หัวข้อโครงการพิเศษ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ  
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ควรตรงเผดการสะกดคำให้ถูกต้อง

ลงชื่อ *Saranit*

(ดร.สราวุธ แซ่ตั้ง)

วันที่ 27 Oct 21

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดย นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน รหัสนักศึกษา 61551030 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาวนกิง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นสอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ามีไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน)

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

ดร.ชนพงษ์ อากรณพิศาล

อาจารย์ประจำหลักสูตรคณะกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย

เพื่อประกอบการศึกษาโครงการนพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน  
รหัสประจำตัว 61551030  
หัวข้อโครงการนพิเศษ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ  
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ.....

(ดร.ชนพงษ์ อารักษ์พิศาล)

วันที่ 29/10/64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดย นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน รหัสนักศึกษา 61551030 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญนิกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการพิเศษซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน
 

ถ้าเห็นว่ายืดเยื้อ	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่ายืดเยื้อ	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่ายืดเยื้อเกินไป	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน)

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ

หน่วยงาน

.....  
ดร.ฉัตรชัย กองกุล

.....  
นักวิชาการอิสระ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
เพื่อประกอบการศึกษาโครงการพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน  
รหัสประจำตัว 61551030  
หัวข้อโครงการพิเศษ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ดำเนินการต่อ  
 ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ลงชื่อ.....  
(ดร.ฉัตรชัย กองกุล)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### คำชี้แจงสำหรับผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณ เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์” โดย นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน รหัสนักศึกษา 61551030 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ผศ.ดร.เพ็ชรภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา โครงการพิเศษซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1.) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง สำนวน ถ้อยคำ ความชัดเจน
- 2.) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่ไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ( ) ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจสอบแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน)

นักศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น กานต์จิรา ลิมศิริจง  
 ผู้ทรงคุณวุฒิ อ.ดร.กานต์จิรา ลิมศิริจง  
 หน่วยงาน อาจารย์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย  
เพื่อประกอบการศึกษาโครงการพิเศษ ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน  
รหัสประจำตัว 61551030  
หัวข้อโครงการพิเศษ “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย  
จังหวัดประจวบคีรีขันธ์”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

ดำเนินการต่อ

ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ตามที่ขอคำแนะนำในข้อสอบ

ลงชื่อ ภาเค็งก สิมศิริง

(อ.ดร.กานต์จิรา สิมศิริง)

วันที่ 27 / 10 / 64

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



## แบบสอบถาม

### เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด ประจวบคีรีขันธ์”

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบในการทำโครงการพิเศษของ นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน นักศึกษาปริญญาตรี หลักสูตรบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ โดยข้อมูลที่ท่านตอบนี้จะถูกเก็บเป็นความลับและใช้ประโยชน์ในการวิจัยเท่านั้น แบ่งส่วนของแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**ส่วนที่ 2** เป็นคำถามเกี่ยวกับทุนทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ส่วนที่ 3** เป็นคำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ส่วนที่ 4** เป็นคำถามเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ส่วนที่ 5** เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**ส่วนที่ 6** ข้อเสนอแนะ

---

**ส่วนที่ 1** ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1.อายุ 20 -30 ปี

2. อายุ 31 – 40 ปี

3. อายุ 41 – 50 ปี

4. อายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. สถานภาพ

1. โสด  2. สมรส  
 3. หม้าย  4. หย่าร้าง

## 4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  2. ปริญญาตรี  
 3. สูงกว่าปริญญาตรี

## 5. อาชีพ

1. นักศึกษา  2. พนักงานบริษัทเอกชน  
 3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ/รับราชการ  4. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  
 5. เกษตรกร  6. ประมง  
 7. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 6. รายได้ต่อเดือน

1. ต่ำกว่า 15,000 บาท  2. 15,000 – 20,000 บาท  
 3. 20,001 – 30,000 บาท  4. 30,001 – 40,000 บาท  
 5. มากกว่า 40,000 บาท

**ส่วนที่ 2** แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นทุนทางปัญญา ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ทุนทางปัญญา	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านทุนกายภาพ</b>					
1. เงินในการลงทุนประกอบอาชีพเพียงพอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทุนทางปัญญา	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
2. ได้รับการช่วยเหลือเงินจากภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหารทะเลแปรรูปภายในชุมชน					
3. มีอุปกรณ์ในการแปรรู้อาหารทะเลเพียงพอ					
<b>ด้านทุนมนุษย์</b>					
4. มีหน่วยงานคอยให้คำปรึกษาหรือผู้เชี่ยวชาญ					
5. มีการสร้างทีมภายในชุมชนและสร้างชุมชนนักปฏิบัติ					
6. ภายในชุมชนเอื้อเพื่อ พัฒนา ต่อการเรียนรู้และเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน					
<b>ด้านทุนโครงสร้าง</b>					
7. การนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมมาใช้					
8. บรรยากาศในการเรียนรู้					
9. ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง					

**ส่วนที่ 3** แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านการใช้ความรู้</b>					
10. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์					
11. ท่านมีความรู้ เกี่ยวกับอัตลักษณ์ เรื่องเล่า ภูมิปัญญาของชุมชนที่สามารถนำมาต่อยอดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้ทำซ้ำโดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
12. วัฒนธรรมที่งดงามแฝงอยู่ในการใช้ชีวิตของคน และกลายเป็นสินค้าและบริการเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมของชุมชน					
<b>ด้านการศึกษา</b>					
13. มีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมแก่ชุมชน					
14. การปรับกระบวนการให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทาง เศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคม โดยอาศัยความรู้จากการศึกษาและการสร้างภูมิปัญญา					
15. การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีบทบาท และมีส่วนร่วม ในการดำเนินการพัฒนาชุมชน					
<b>ด้านการสร้างสรรคงาน</b>					
16. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการโดยเชื่อมโยง เข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรมในชุมชน					
17. การให้ความสำคัญสินค้าและบริการประเภทงาน สรรค์ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า					
18. การให้ความสำคัญ ในการสร้างแรงจูงใจ และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการทำงานและกิจกรรมของ ชุมชน					
<b>ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา</b>					
19. เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูลและข้อคิดเห็น เสนอแนะในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารงานของ หน่วยงาน					
20. การใช้ความคิด สติปัญญา และคิดสร้างสรรค์ในการ ผลิตสินค้า+บริการ					
21. มีระบบขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ในสินค้าและบริการ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**ส่วนที่ 4** แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

**คำชี้แจง :** โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
22. อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองมีการตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง					
23. สินค้าอาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองรูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ					
24. ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่รู้จักแพร่หลาย					
<b>ด้านราคา</b>					
25. การตั้งราคาขายอาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองมีความเหมาะสมกับคุณภาพ					
26. การตั้งราคาอาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองมีความคุ้มค่ากับปริมาณ					
27. การตั้งราคาอาหารทะเลแปรรูปของชุมชนบ้านปากคลองให้เลือกรตามความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์					
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
28. สามารถเดินทางไปซื้อได้สะดวกปลอดภัยในการเดินทาง					
29. มีหน่วยงานในการจัดจำหน่ายที่เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค					
30. มีสถานที่จอดรถที่เพียงพอและสะดวกให้บริการกับลูกค้า					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
31. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์					
32. การจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าร่วมสนุก					
33. มีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความสำเร็จ ของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยมาก 3 = เห็นด้วยปานกลาง 2 = เห็นด้วยน้อย 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
<b>ด้านการเงิน</b>					
34. ทุกคนมีความสนใจในการประกอบ สัมมาอาชีพ ส่วนรวม					
35. การผลิตภัณฑที่ตอบสนองความต้องการ ของตลาด					
36. การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพื้นฐาน ความรู้ และ ความคิดสร้างสรรค์					
<b>ด้านลูกค้า</b>					
37. มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างอย่าง สร้างสรรค์					
38. การออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำเร็จ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
39. มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิดร่วมยอดให้แก่ ผลิตภัณฑ์					
<b>ด้านกระบวนการจัดการภายใน</b>					
40. การแสดงข้อมูล สรรพคุณ คุณประโยชน์ ของ ผลิตภัณฑ์					
41. การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ที่เป็นจริง					
42. จัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับ ปริมาณและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
<b>ด้านการเรียนรู้และการเติบโต</b>					
43. ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านความรู้ และ ความสามารถหรือทักษะในการทำงาน					
44. ความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการ ทำงาน					
45. ความพอใจของสมาชิกชุมชนบ้านปากคลองในการ ทำงานร่วมกัน					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์

.....

.....

.....

.....

**\*\*ขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม\*\***

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่				ค่า IOC
		1	2	3	4	
1. เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	1. เพศ	1	1	1	1	1
	2. อายุ	1	1	0	1	0.75
	3. สถานภาพ	1	1	1	1	1
	4. ระดับการศึกษา	1	1	1	1	1
	5. อาชีพ	1	1	1	1	1
	6. รายได้ต่อเดือน	1	1	1	1	1
2. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นทางปัญญาของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	<b>ด้านทุนกายภาพ</b>					
	1. เงินในการลงทุนประกอบอาชีพเพียงพอ	1	1	1	1	1
	2. ได้รับการช่วยเหลือเงินจากภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหารทะเลแปรรูปภายในชุมชน	1	1	1	1	1
	3. มีอุปกรณ์และเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงพอ	1	1	1	1	1
	<b>ด้านทุนมนุษย์</b>					
	4. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับหน่วยงานและลูกค้าที่ให้คำปรึกษา	1	1	1	1	1
	5. มีทักษะความรู้และความสามารถในการสร้างชุมชนนั้กปฏิบัติ	1	1	1	0	0.75
	6. มีการคิดสร้างสรรค์ภายในชุมชนและการเรียนรู้ร่วมกัน	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	ด้านทุนโครงสร้าง					
	7. ชุมชนนำเทคโนโลยีและความรู้ใหม่มาใช้	1	0	1	1	0.75
	8. ชุมชนสร้างบรรยากาศในการเรียนรู้	1	1	1	0	0.75
	9. ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จากประสบการณ์จริง	1	1	1	1	1
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน บ้านปากคลอง อำเภอบางสะพาน น้อยจังหวัดประจวบคีรีขันธ์	ด้านการใช้ความรู้					
	1. ท่านมีความรู้และเข้าใจนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1	0	1	1	0.75
	2. ท่านมีความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนและสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	1	1	1	1	1
	3. นำวัฒนธรรมชุมชนมาประยุกต์ใช้สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน	1	1	1	1	1
	ด้านการศึกษา					
	4. มีการส่งเสริมการพัฒนาทักษะความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมแก่ชุมชน	1	1	1	1	1
	5. กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ	1	0	1	1	0.75
	6. การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่				ค่า IOC
		1	2	3	4	
3. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนบ้าน ปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	<b>ด้านการสร้างสรรค์งาน</b>					
	7.เอาวัฒนธรรมในชุมชนมาสร้าง มูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ	1	1	1	1	1
	8.การให้ความสำคัญกับลูกค้าในการ ผลิตสินค้าและบริการอย่าง สร้างสรรค์	1	1	1	1	1
	9.การสร้างแรงจูงใจและการมีส่วน ร่วมของบุคลากรในการทำงานและ กิจกรรมของชุมชน	1	1	1	1	1
	<b>ด้านการใช้ทรัพยากรบริหารปัญหา</b>					
	10.เปิดโอกาสให้บุคลากรเสนอข้อมูล และข้อคิดเห็น เสนอแนะในการ พัฒนาและปรับปรุงการบริหารงาน ของหน่วยงาน	1	1	1	1	1
	11.การใช้ความคิด สติปัญญา และ คิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าและ บริการ	1	1	1	1	1
	12.มีระบบขั้นตอนในการคุ้มครอง ทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและ บริการ	1	1	1	1	1
4. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นกล ยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของ ชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบาง สะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
	1.ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมีการ ตรวจสอบคุณภาพอย่างต่อเนื่อง	1	1	1	1	1
	2.ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมี รูปแบบที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภค เลือกซื้อ	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูปของ ชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่รู้จัก แพร่หลาย	1	1	1	1	1
<b>ด้านราคา</b>					
4. มีราคาของผลิตภัณฑ์แปรรูป ชุมชนหลายลักษณะที่เหมาะสมกับ คุณภาพ	1	1	1	1	1
5. กำหนดราคาผลิตภัณฑ์แปรรูปของ ชุมชนมีความคุ้มค่ากับปริมาณ	1	1	1	1	1
6. กำหนดราคาการจัดส่งให้เลือกตาม ความเหมาะสมกับขนาดและรูปแบบ	1	1	1	1	1
<b>ด้านสถานที่จัดจำหน่าย</b>					
7. กำหนดพื้นที่ในการให้ลูกค้าเข้ารับ บริการที่สะดวกปลอดภัยในการ เดินทาง	1	1	1	1	1
8. มีการจัดพื้นที่ในการจัดจำหน่ายที่ เพียงพอต่อความต้องการผู้บริโภค	1	1	1	1	1
9. สถานที่จอดรถที่เพียงพอและ สะดวกให้บริการกับลูกค้า	1	1	1	1	1
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>					
13. ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์	1	1	1	1	1
14. การจัดกิจกรรมเพื่อให้ลูกค้าร่วม สนุก	1	1	1	1	1
15. มีจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด	1	1	1	1	1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่				ค่า IOC
		1	2	3	4	
5.เพื่อศึกษาความสำเร็จของชุมชน บ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	<b>ด้านการเงิน</b>					
	1.ทุกคนมีรายได้จากการประกอบ อาชีพ	1	1	1	1	1
	2.มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับ ความต้องการ ตลาด	1	1	1	1	1
	3.มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จาก พื้นฐาน ความรู้ และความคิด สร้างสรรค์	1	1	1	1	1
	<b>ด้านลูกค้า</b>					
	5.มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้าง ความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์	1	1	1	1	1
	6.การออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	1
	7.มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิด ร่วมยอดให้แก่ผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	1
	<b>ด้านกระบวนการจัดการภายใน</b>					
	9.การแสดงข้อมูลสรรพคุณและ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์	1	1	1	1	1
	10.การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์แก่ ผู้บริโภค ที่เป็นจริง	1	1	1	1	1
11.จัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสม กับปริมาณและคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์	1	1	0	1	0.75	
<b>ด้านการเรียนรู้และการเติบโต</b>						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	13.ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านความรู้ และความสามารถหรือทักษะในการทำงาน	1	1	1	1	1
	14.ความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการทำงาน	1	1	1	1	1
	15.ความพอใจของสมาชิกชุมชนบ้านปากคลองในการทำงานร่วมกัน	1	1	1	1	1



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้านความเชื่อมั่น  
เรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัด  
ประจวบคีรีขันธ์”

ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ร้อยละ

## Statistics

		1. เพศ	2. อายุ	3. สถานภาพ	4. ระดับ การศึกษา	5. อาชีพ	6. รายได้ต่อ เดือน
N	Valid	230	230	230	230	230	230
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		1.28	1.91	2.05	1.86	3.15	2.20
Std. Deviation		.451	.833	.931	.668	1.354	.853

## Frequency Table

## 1. เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	165	71.7	71.7	71.7
	หญิง	65	28.3	28.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

## 2. อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 -30 ปี	85	37.0	37.0	37.0
	31 - 40 ปี	87	37.8	37.8	74.8
	41 - 50 ปี	52	22.6	22.6	97.4
	50 ปีขึ้นไป	6	2.6	2.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. สถานภาพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid โสด	77	33.5	33.5	33.5
สมรส	82	35.7	35.7	69.1
หม้าย	54	23.5	23.5	92.6
หย่าร้าง	17	7.4	7.4	100.0
Total	230	100.0	100.0	

## 4. ระดับการศึกษา

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าปริญญาตรี	70	30.4	30.4	30.4
ปริญญาตรี	123	53.5	53.5	83.9
สูงกว่าปริญญาตรี	37	16.1	16.1	100.0
Total	230	100.0	100.0	

## 5. อาชีพ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid พนักงานบริษัทเอกชน	23	10.0	10.0	10.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ ข้าราชการ	56	24.3	24.3	34.3
ธุรกิจส่วนตัว	65	28.3	28.3	62.6
เกษตรกร	54	23.5	23.5	86.1
ประมง	13	5.7	5.7	91.7
อื่น ๆ โปรดระบุ.....	19	8.3	8.3	100.0
Total	230	100.0	100.0	

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ด้านธุรกิจ

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6. รายได้ต่อเดือน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 15,000 บาท	49	21.3	21.3	21.3
15,000 – 30,000 บาท	102	44.3	44.3	65.7
30,001 – 45,000 บาท	63	27.4	27.4	93.0
มากกว่า 45,001 บาท	16	7.0	7.0	100.0
Total	230	100.0	100.0	

## ทุนทางปัญญา

## 1. ด้านทุนกายภาพ

## Statistics

	ด้านทุนกายภาพ [1.เงินในการลงทุนประกอบอาชีพเพียงพอ]	ด้านทุนกายภาพ [2.ได้รับการช่วยเหลือเงินจากภาครัฐส่วนรวมมาพัฒนาอาหารทะเลแปรรูปภายในชุมชน]	ด้านทุนกายภาพ [3.มีอุปกรณ์และเครื่องมือในพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงพอ]
N	Valid 230	230	230
	Missing 0	0	0
Mean	3.67	4.11	3.64
Std. Deviation	.982	1.033	1.013

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2. ด้านทุนมนุษย์

## Statistics

		ด้านทุนมนุษย์ [4.มี ความสัมพันธ์ที่ดีกับ หน่วยงานและลูกค้าที่ให้ คำปรึกษา]	ด้านทุนมนุษย์ [5.มี ทักษะ ความรู้และ ความสามารถในการ สร้างชุมชนนักปฏิบัติ]	ด้านทุนมนุษย์ [6.มีการ คิดสร้างสรรค์ภายในชุมชน และการเรียนรู้ร่วมกัน]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		3.82	3.82	3.87
Std. Deviation		1.010	.981	.991

## 3. ด้านทุนโครงสร้าง

## Statistics

		ด้านทุนโครงสร้าง ด้านทุนโครงสร้าง [7.ชุมชน นำเทคโนโลยีและความรู้ ใหม่มาใช้]	ด้านทุนโครงสร้าง [8.ชุมชนสร้าง บรรยากาศในการ เรียนรู้]	ด้านทุนโครงสร้าง [9.ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้ จากประสบการณ์จริง]
N	Valid	230	229	230
	Missing	0	1	0
Mean		4.03	4.02	4.13
Std. Deviation		.950	.978	.941

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### เศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### 1. ด้านการใช้ความรู้

##### Statistics

		ด้านการใช้ความรู้ [1.ท่านมีความรู้และ เข้าใจนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์]	ด้านการใช้ความรู้ [2.ท่านมี ความรู้ภูมิปัญญาของชุมชน และสามารถนำมาพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชน]	ด้านการใช้ความรู้ [3.นำ วัฒนธรรมชุมชนมา ประยุกต์ใช้สร้างการมีส่วน ร่วมของชุมชน]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		3.80	3.97	3.97
Std. Deviation		1.086	1.017	.995

#### 2. ด้านการศึกษา

##### Statistics

		ด้านการศึกษา [4.มี การส่งเสริมการพัฒนา ทักษะความคิด สร้างสรรค์ นวัตกรรม แก่ชุมชน]	ด้านการศึกษา [5.กระบวนการสร้าง มูลค่าเพิ่มให้มีมูลค่าทาง เศรษฐกิจ]	ด้านการศึกษา [6.การ ส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มี ส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน]
N	Valid	230	229	230
	Missing	0	1	0
Mean		4.10	4.10	3.94
Std. Deviation		.936	.945	1.016

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. ด้านการสร้างสรรค้งาน

## Statistics

	ด้านการสร้างสรรค้งาน [7.เอาวัฒนธรรม ในชุมชนมาสร้าง มูลค่าเพิ่มให้สินค้า และบริการ]	ด้านการสร้างสรรค้งาน [8.การให้ความสำคัญกับ ลูกค้าในการผลิตสินค้าและ บริการอย่างสร้างสรรค์]	ด้านการสร้างสรรค้งาน [9.การสร้างแรงจูงใจและการ มีส่วนร่วมของบุคลากรใน การทำงานและกิจกรรมของ ชุมชน]
N Valid	230	230	230
Missing	0	0	0
Mean	3.90	3.91	3.85
Std. Deviation	.950	1.137	1.014

## 4. ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

## Statistics

	ด้านการใช้ทรัพย์สิน ทางปัญญา [10.เปิด โอกาสให้บุคลากร เสนอข้อมูลและ ข้อคิดเห็น เสนอแนะ ในการพัฒนาและ ปรับปรุงการ บริหารงานของ หน่วยงาน]	ด้านการใช้ทรัพย์สินทาง ปัญญา [11.การใช้ความคิด สติปัญญา และคิดสร้างสรรค์ ในการผลิตสินค้าและบริการ]	ด้านการใช้ทรัพย์สินทาง ปัญญา [12.มีระบบขั้นตอน ในการคุ้มครองทรัพย์สินทาง ปัญญาในสินค้าและบริการ]
N Valid	230	230	230
Missing	0	0	0
Mean	4.00	3.82	3.97
Std. Deviation	.911	.976	.901

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

#### 1. ด้านผลิตภัณฑ์

##### Statistics

	ด้านผลิตภัณฑ์ [1.ผลิตภัณฑ์แปรรูป ของชุมชนมีการ ตรวจสอบคุณภาพ อย่างต่อเนื่อง]	ด้านผลิตภัณฑ์ [2.ผลิตภัณฑ์ แปรรูปของชุมชนมีรูปแบบที่ หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภค เลือกซื้อ]	ด้านผลิตภัณฑ์ [3.ผลิตภัณฑ์ อาหารทะเลแปรรูปของ ชุมชนบ้านปากคลองเป็นที่ รู้จักแพร่หลาย]
N	Valid 230	230	230
	Missing 0	0	0
Mean	3.92	4.04	4.07
Std. Deviation	.992	.941	.825

#### 2. ด้านราคา

##### Statistics

	ด้านราคา [4. มีราคา ของผลิตภัณฑ์แปรรูป ชุมชนหลายลักษณะที่ เหมาะสมกับคุณภาพ]	ด้านราคา [5.กำหนดราคา ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนมี ความคุ้มค่ากับปริมาณ]	ด้านราคา [6.กำหนดราคา การจัดส่งให้เลือกตามความ เหมาะสมกับขนาดและ รูปแบบ]
N	Valid 230	230	230
	Missing 0	0	0
Mean	3.97	4.03	3.89
Std. Deviation	.874	.941	.954

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย

## Statistics

		ด้านสถานที่จัดจำหน่าย [7.กำหนดพื้นที่ในการให้ ลูกค้าเข้ารับบริการที่ สะดวกปลอดภัยในการ เดินทาง]	ด้านสถานที่จัดจำหน่าย [8.มีการจัดพื้นที่ในการจัด จำหน่ายที่เพียงพอต่อความ ต้องการผู้บริโภค]	ด้านสถานที่จัดจำหน่าย [9.สถานที่จอดรถที่ เพียงพอและสะดวก ให้บริการกับลูกค้า]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		3.92	3.94	3.83
Std. Deviation		.922	.914	.945

## 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด

## Statistics

		ด้านการส่งเสริมการตลาด [10.ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ เช่น อินเทอร์เน็ต วิทยุ เว็บไซต์]	ด้านการส่งเสริมการตลาด [11.การจัดกิจกรรมเพื่อให้ ลูกค้าร่วมสนุก]	ด้านการส่งเสริม การตลาด [12.มีจัด กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น การแจกแถม ส่วนลด]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		4.25	4.15	4.14
Std. Deviation		.924	.876	1.003

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความสำเร็จของชุมชนบ้านปากคลอง อำเภอบางสะพานน้อย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

1. ด้านการเงิน

Statistics

		ด้านการเงิน [1.ทุกคนมีรายได้จากการประกอบอาชีพ]	ด้านการเงิน [2.มีรายได้จากผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ ตลาด]	ด้านการเงิน [3.มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากพื้นฐาน ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		3.73	4.07	3.83
Std. Deviation		1.032	.920	.939

2. ด้านลูกค้า

Statistics

		ด้านลูกค้า [4.มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์]	ด้านลูกค้า [5.การออกแบบช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์]	ด้านลูกค้า [6.มีการนำเสนอเรื่องราว ความคิดร่วมยอดให้แก่ผลิตภัณฑ์]
N	Valid	230	230	230
	Missing	0	0	0
Mean		4.07	3.96	4.14
Std. Deviation		.836	.915	.866

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 3. ด้านกระบวนการจัดการภายใน

## Statistics

	ด้านกระบวนการจัดการภายใน [7.การแสดงข้อมูลสรรพคุณและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์]	ด้านกระบวนการจัดการภายใน [8.การให้ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค ที่เป็นจริง]	ด้านกระบวนการจัดการภายใน [9.จัดตั้งราคาให้มีความเหมาะสมกับปริมาณและคุณภาพของผลิตภัณฑ์]
N	Valid	230	230
	Missing	0	0
Mean		4.04	3.99
Std. Deviation		.855	.913

## 4. ด้านการเรียนรู้และการเติบโต

## Statistics

	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต [10.ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมด้านความรู้ และความสามารถหรือทักษะในการทำงาน]	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต [11.ความเหมาะสมของเทคโนโลยีที่นำมาปรับใช้ในการทำงาน]	ด้านการเรียนรู้และการเติบโต [12.ความพอใจของสมาชิกชุมชนบ้านปากคลองในการทำงานร่วมกัน]
N	Valid	230	230
	Missing	0	0
Mean		4.01	3.93
Std. Deviation		.901	.969

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Correlations ทนทางปัญญา

Correlations

		suma	sumb	sumc
suma	Pearson Correlation	1	.302**	.333**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	230	230	229
sumb	Pearson Correlation	.302**	1	.172**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009
	N	230	230	229
sumc	Pearson Correlation	.333**	.172**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	
	N	229	229	229

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Multiple Regression ทฤษฎีทางปัญญา

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sumc, sumb, suma <sup>b</sup>	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.505 <sup>a</sup>	.255	.245	.353

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.605	3	3.202	25.653	.000 <sup>b</sup>
	Residual	28.081	225	.125		
	Total	37.686	228			

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.267	.199		11.370	.000
	suma	.195	.042	.293	4.639	.000
	sumb	.141	.037	.230	3.806	.000
	sumc	.105	.038	.169	2.756	.006

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Correlations เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Correlations

		sumd	sume	sumf	sumg
sumd	Pearson	1	.365**	.265**	.300**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	230	229	230	230
sume	Pearson	.365**	1	.521**	.253**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	229	229	229	229
sumf	Pearson	.265**	.521**	1	.438**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	230	229	230	230
sumg	Pearson	.300**	.253**	.438**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	230	229	230	230

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Multiple Regression เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sumg, sume, sumd, sumf <sup>cb</sup>	.	Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 <sup>a</sup>	.350	.339	.331

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.202	4	3.300	30.195	.000 <sup>b</sup>
	Residual	24.484	224	.109		
	Total	37.686	228			

Correlations

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.997	.187		10.672	.000
	sumd	.085	.037	.136	2.298	.023
	sume	.149	.039	.250	3.810	.000
	sumf	.105	.038	.189	2.783	.006
	sumg	.162	.042	.238	3.877	.000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Correlations กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

Correlations

		sumh	sumi	sumj	sumk
sumh	Pearson				
	Correlation	1	.473**	.326**	.386**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	230	230	230	230
sumi	Pearson				
	Correlation	.473**	1	.411**	.340**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	230	230	230	230
sumj	Pearson				
	Correlation	.326**	.411**	1	.332**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	230	230	230	230
sumk	Pearson				
	Correlation	.386**	.340**	.332**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	230	230	230	230

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sumk, sumj, sumh, sumi <sup>b</sup>	.	Enter

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 <sup>a</sup>	.459	.450	.301

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.348	4	4.337	47.762	.000 <sup>t</sup>
	Residual	20.431	225	.091		
	Total	37.779	229			

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.376	.189		7.262	.000
	sumh	.228	.043	.308	5.287	.000
	sumi	.135	.044	.182	3.077	.002
	sumj	.165	.040	.232	4.183	.000
	sumk	.121	.033	.201	3.637	.000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## วิเคราะห์ Multiple Regression กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	sumk, sumj, sumh, sumi <sup>b</sup>		Enter

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 <sup>a</sup>	.459	.450	.301

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.348	4	4.337	47.762	.000 <sup>b</sup>
	Residual	20.431	225	.091		
	Total	37.779	229			

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.376	.189		7.262	.000
	sumh	.228	.043	.308	5.287	.000
	sumi	.135	.044	.182	3.077	.002
	sumj	.165	.040	.232	4.183	.000
	sumk	.121	.033	.201	3.637	.000

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติย่อผู้ศึกษา

ชื่อ-ชื่อสกุล นางสาวสุนทรพร ชาวกระเดียน  
 วัน เดือน ปีเกิด 26 ธันวาคม 2543  
 สถานที่อยู่ปัจจุบัน 19/7 หมู่ 6 ตำบลชุมโค อำเภอปะทิว จังหวัดชุมพร 86160  
 สถานที่ศึกษาปัจจุบัน สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
 วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2560

จบการศึกษาโรงเรียนอรุณวิทยา จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้