

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน
ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

MARKETING MIX FACTORS AND MANAGEMENT FACTORS OF
COMMUNITY ENTERPRISE AFFECTING THE OPERATIONAL EFFECTIVENESS
OF COMMUNITY ENTERPRISE IN LEBMUERNANG BANANA PROCESSING
GROUP IN CHUMPHON PROVINCE

ธัญวลัย สว่างฟ้า
TANWALAI SAWANGFAH

วิทยานิพนธ์นี้สำหรับการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

พ.ศ.2565

KMITL PRINCE OF CHUMPHON -2022-M-64-056

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

MARKETING MIX FACTORS AND MANAGEMENT FACTORS OF
COMMUNITY ENTERPRISE AFFECTING THE OPERATIONAL EFFECTIVENESS
OF COMMUNITY ENTERPRISE IN LEBMUERNANG BANANA PROCESSING
GROUP IN CHUMPHON PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENT
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN BUSSINESS ADMINISTRATION
KINGMONGKUT'S INTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

2022

KMITL PRINCE OF CHUMPHON -2022-M-64-056

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2022

KING MONGKUT'S INTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

PRINCE OF CHUMPHON CAMPUS

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ชื่อนักศึกษา

นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า

รหัสประจำตัว

60551101

ปริญญา

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชา

บริหารธุรกิจ

พ.ศ.

2565

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัลลิกา สุปงกุ

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นและหาค่า Cronbach Alpha Coefficient เท่ากับ 0.953 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และมีการวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติเชิงอนุมาน ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน และระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 3) ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

Thesis Title	Marketing Mix Factors and Management Factors of Community Enterprise Affecting the Operational Effectiveness of Community Enterprise in Lebmuernang Banana Processing Group in Chumphon Province
Student	Miss Tanwalai Sawangfah
Student ID	60551101
Degree	Master of Business
Program	Business Administration
Year	2022
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Mallika Subongkod

ABSTRACT

The objectives of the study were 1) to study the opinion level of marketing mix factors and management factors for community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon 2) to study the marketing mix factors affecting operational efficiency of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon and 3) to study the management factors of community enterprise affecting operational efficiency of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon. It sampled 385 chairman committee and members of community enterprises in Lebmuernang banana processing group in Chumphon. The Cronbach Alpha Coefficient of the questionnaire were 0.953. The descriptive statistics were mean, standard deviation and used multiple regression analysis for inferential statistics.

The analysis result revealed that first, the overall marketing mix, community enterprise management, and operational efficacy of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon were performed at a high level; second, all the marketing mix factors affected the operational efficiency of community enterprises in Lebmuernang banana processing group in Chumphon; and third, the management factors of community enterprise in the field of production, leadership, members' participation, and external interactions efficiency of community enterprises in Lebmuernang banana processing group in Chumphon were statistically significant at 0.05.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

ขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. มัลลิกา สุปงกฏ ที่กรุณาได้รับเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้วิจัย และเสียสละเวลาอันมีค่าในการให้ข้อมูล คำปรึกษา คำแนะนำ ตลอดจนถึงการตรวจแก้ไขความเรียบร้อยทุกขั้นตอนในงานวิจัยเล่มนี้ รวมทั้งยังเป็นผู้ให้กำลังใจ และขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจทุกท่าน สำหรับคำแนะนำ และชี้แนะแนวทางการทำวิจัย จนทำให้ผู้วิจัยจัดทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ให้กำลังใจ คำแนะนำ และให้การสนับสนุนในด้านการศึกษากับผู้วิจัย ตลอดจนการให้ทุนการศึกษาในการเล่าเรียน จนทำให้สามารถทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณประธานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการประสานงานกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ ในจังหวัดชุมพร ในการตอบแบบสอบถาม

ขอขอบคุณเพื่อน ๆ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต รุ่นที่ 5 ทุกท่านที่คอยให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ คำปรึกษา การช่วยแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ ในด้านการศึกษา ตลอดจนการให้กำลังใจ และเป็นแรงกระตุ้นในการทำวิจัยจนเสร็จสมบูรณ์ในที่สุด

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา และผู้ที่สนใจทั่วไปในการค้นคว้าเพื่อพัฒนาต่อยอดต่อไป ขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

ธัญวลัย สว่างฟ้า

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VIII
สารบัญภาพ.....	XII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาวิจัย.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	7
1.7 ขอบเขตการวิจัย.....	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	11
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด.....	11
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน.....	15
2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ.....	19
2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม.....	21
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงาน.....	23
2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน.....	26
2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร.....	28
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
2.9 สรุป.....	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	53
3.1 รูปแบบการวิจัย.....	53
3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง.....	53
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	59
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	60
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	63
4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะ เวลาในการเป็นสมาชิก.....	63
4.2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	66
4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	68
4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	73
4.5 ผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	79
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	84
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	90
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	91
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	92
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	102
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ และจดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ	108
ภาคผนวก ข การทดสอบดัชนีความสอดคล้อง (IOC).....	116

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ค แบบสอบถาม.....	124
ภาคผนวก ง ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์.....	133
ประวัติผู้เขียน.....	154



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และแจ้งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2559- 2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ.....	1
1.2 แสดงการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในชุมพร ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปีงบประมาณ 2563.....	3
2.1 แสดงจำนวนรายชื่อและจำนวนหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เทศบาล อบต. และขนาดพื้นที่ในจังหวัดชุมพร ปี 2563.....	30
2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย.....	41
3.1 แสดงกลุ่มตัวอย่าง.....	54
3.2 โครงสร้างแบบสอบถาม.....	56
4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	64
4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	64
4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	64
4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	65
4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	65
4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน.....	66
4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก.....	66
4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ.....	67
4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ.....	67
4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ.....	68
4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัย ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	68
4.12 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	69

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ VIII อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.13 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	70
4.14 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	71
4.15 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	72
4.16 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	73
4.17 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	74
4.18 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	75
4.19 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	76
4.20 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	77
4.21 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	78
4.22 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผล การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ IX อ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.23 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผล การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านการเงิน ในจังหวัดชุมพร.....	80
4.24 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผล การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านลูกค้าใน.....	81
4.25 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับ ประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กล้วยเล็บมือนางด้านการบริหารภายในในจังหวัดชุมพร.....	82
4.26 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับ ประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย เล็บมือนางด้านการเรียนรู้และพัฒนาในจังหวัดชุมพร.....	83
4.27 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด.....	84
4.28 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของส่วนประสมการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	85
4.29 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการวิสาหกิจชุมชน ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์ กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร.....	87
4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	88

สารบัญภาพ

ภาพที่

หน้า

1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....7



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และ XII ึ่งอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหาวิจัย

ในช่วงปี 2563 เศรษฐกิจประเทศไทยประสบกับภาวะหดตัว ซึ่งมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) มีมูลค่าเท่ากับ 15,703,021 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้า 1,195,069 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 6.1 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2563) เป็นการหดตัวในอัตราที่สูงใกล้เคียงกับช่วงวิกฤตต้มยำกุ้ง เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด 19 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2564) ดังตารางที่ 1.1 ซึ่งส่งผลกระทบในหลายด้าน อาทิ เช่น รายได้ลูกค้า สภาพคล่องทางการเงินลดลง ภาระสินค้าค้างสต็อก การลดการจ้างพนักงาน จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมเป็นอย่างมาก ทำให้ประชากรประสบกับภาวะยากจน และไม่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ภาคเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันส่งผลให้มีการปรับตัวและมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม มีจำนวนประชากรในภาคเกษตรไม่น้อยกว่า 20 ล้านคน หรือประมาณร้อยละ 30 ของคนไทยทั่วประเทศ จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ในเรื่องภาคการเกษตร มุ่งเน้นเกษตรแปรรูป สร้างความแตกต่าง และเพิ่มมูลค่าในผลิตภัณฑ์และสินค้าเกษตร รวมทั้งส่งเสริมผลิตภัณฑ์เกษตรคุณภาพสูงของไทยสู่ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ตารางที่ 1.1 แสดงมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2559-2563 จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ

	2559	2560	2561	2562	2563
มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จำแนกตามขนาดวิสาหกิจ (ล้านบาท)					
ประเทศ	14,590,337	15,488,664	16,368,705	16,898,090	15,703,021
วิสาหกิจขนาดใหญ่	8,922,618	9,310,113	9,757,884	9,757,884	9,299,178
MSME	4,785,814	5,261,196	5,653,669	5,921,091	5,376,066
วิสาหกิจขนาดย่อม	399,843	515,611	450,410	486,374	417,304
วิสาหกิจขนาดย่อม	2,099,247	2,237,306	2,467,118	2,561,780	2,290,099
วิสาหกิจขนาดกลาง	2,286,724	2,508,279	2,736,141	2,872,936	2,668,663
วิสาหกิจอื่น ๆ	881,905	917,355	957,152	992,934	1,027,777

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2564

จากที่กล่าวไปข้างต้น จึงได้มีการนำนโยบายการแก้ไขปัญหาคาความยากจนของประเทศ โดยใช้ “วิสาหกิจชุมชน” เป็นเครื่องมือในการในการแก้ไขปัญหาคาความยากจน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน เป็นการประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชน โดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังเป็น องค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจชุมชน สร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นหลักการนำไปสู่การ เป็นรากฐานเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง และรัฐบาลยัง เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนนั้น เป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ซึ่งวิสาหกิจชุมชนใน ปัจจุบันมีลักษณะที่ชุมชนเป็นเจ้าของกิจการเอง ซึ่งผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน อาจจะทำ วัตถุดิบและทรัพยากรอื่น ๆ บางส่วนมาจากแหล่งภายนอกได้ แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้ มากที่สุด มีการริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนซึ่งมี ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งฐานภูมิ ปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานทุนที่สำคัญ เป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น มีการดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรม ต่าง ๆ ทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กรอย่างเป็นระบบ และมีการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งการพึ่งตนเองคือเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน โดยวิสาหกิจชุมชนมี หลากหลายรูปแบบ อาทิ เช่น การผลิตพืช การผลิตปศุสัตว์ การผลิตประมง การแปรรูป/ผลิตภัณฑ์ อาหาร ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า เครื่องจักสาน ดอกไม้ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องปั้น สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ และการผลิตสินค้าอื่น (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2563)

จังหวัดชุมพร ประชาชนร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่ทำการเกษตรกรรม รวมร้อยละ 59 ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งเป็นรายได้หลักของประชากรในจังหวัดชุมพร ซึ่งจังหวัดชุมพร เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงในด้านการเป็นเมืองผลไม้มาช้านานชนิด โดยเฉพาะกล้วยเล็บมือนางที่มีชื่อเสียง ดัง คำขวัญประจำจังหวัดชุมพร คือ “ประตูภาคใต้ ไหว้เสด็จในกรมฯ ชมไร่กาแฟ แลหาดทรายรี ดีกล้วย เล็บมือ ขึ้นชื่อรังนก” จากการบอกเล่าของผู้บริโภคว่ากล้วยเล็บมือนางของจังหวัดชุมพร มีรสชาติ หอม หวาน อร่อยกว่ากล้วยเล็บมือนางที่ปลูกในพื้นที่จังหวัดอื่น ๆ เนื่องจากด้วยพันธุ์กล้วย ด้วย สภาพพื้นที่ สภาพภูมิอากาศ และจากการที่เกษตรกรจำนวนมากนิยมปลูกกล้วยเล็บมือนางถึง 7,000 ไร่ ส่งผลให้ผลผลิตล้นตลาด จึงนำกล้วยเล็บมือนางมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด เช่น กล้วยเล็บมือนางอบ กล้วยเล็บมือนางอบเคลือบคาราเมล กล้วยเล็บมือนางอบกรอบ กล้วยเล็บมือนาง อบเคลือบช็อกโกแลต ฯลฯ แหล่งเพาะปลูกที่สำคัญได้แก่ อำเภอหลังสวน อำเภอสวี และอำเภอท่า แซะ จังหวัดชุมพร แหล่งจำหน่ายที่พบกล้วยเล็บมือนางมาก คือ ถนนสายเอเชีย บริเวณโค้งพ่อตาหิน ช้าง ในช่วงประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร ของอำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร จะเห็นได้ว่าแหล่งเพาะปลูกกล้วย เล็บมือนางในจังหวัดชุมพรมีหลายพื้นที่ ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นเมืองหลวงของกล้วยชนิดนี้ แต่จากการ

ประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในชุมพร ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปีงบประมาณ 2563 พบว่าอยู่ในระดับดี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 47.48 ระดับปานกลาง จำนวน 115 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 34.12 ระดับต้องปรับปรุง จำนวน 62 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.40 (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563) ดังตารางที่ 1.2 จากการประเมินศักยภาพจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพรบางส่วนอยู่ในระดับที่พร้อมแข่งขันทางการค้าแล้ว คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีเพื่อการแปรรูป ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนดีเด่น ระดับจังหวัด ได้รางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 ปี 2561 (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและความเจริญของชุมชนและท้องถิ่น เนื่องจาก เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการบริหารจัดการที่ดี มีความเข้มแข็งพึ่งตนเองได้ และพัฒนาเป็นต้นแบบแหล่งเรียนรู้วิสาหกิจชุมชนให้วิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ หรือผู้ที่สนใจเข้ามาเรียนรู้ ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตไม่ว่าในระดับใด รวมถึงกระตุ้นให้เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรมีการเรียนรู้ร่วมกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่การเป็นผู้ประกอบการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป โดยมีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการในหลากหลายด้าน อาทิ ด้านผู้นำ ด้านโครงสร้างและกฎระเบียบ ด้านการเงินและบัญชี ด้านการบริหารการตลาด ด้านการจัดการความรู้ และข้อมูล ด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ด้านการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันยังมีวิสาหกิจชุมชนจำนวนหนึ่ง ที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมแข่งขันทางการค้า ทั้งในระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ ยังไม่ได้รับการยกระดับการพัฒนาเท่าที่ควรจะเป็น จึงมีความจำเป็นต้องอาศัยแนวคิดทฤษฎีในเรื่องส่วนประสมทางการตลาด และการจัดการวิสาหกิจชุมชน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยวัดจากมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ตารางที่ 1.2 แสดงการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ปีงบประมาณ 2563

สสท. 5 จ.สงขลา

ที่	สสท.	ระดับดี		ระดับปานกลาง		ระดับต้องปรับปรุง		รวม
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
1	กระบี่	172	31.44	311	56.86	64	11.70	547
2	ชุมพร	160	47.48	115	34.12	62	18.40	337
3	ตรัง	183	57.73	121	38.17	13	4.10	317
4	นครศรีธรรมราช	429	43.25	457	46.07	106	10.69	992
5	นราธิวาส	169	39.67	179	42.02	78	18.31	426
6	ปัตตานี	149	23.92	342	54.90	132	21.19	623
7	พังงา	90	33.71	151	56.55	26	9.74	267
8	พัทลุง	218	66.06	92	27.88	20	6.06	330

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 1.2 (ต่อ)

9	ภูเก็ต	90	50.56	64	35.96	24	13.48	178
10	ยะลา	86	30.82	101	36.20	92	32.97	279
11	ระนอง	78	66.10	24	20.34	16	13.56	118
12	สงขลา	281	45.54	257	41.65	79	12.80	617
13	สตูล	202	68.24	77	26.01	17	5.74	296
14	สุราษฎร์ธานี	237	44.80	235	44.42	57	10.78	529
รวม		2,544	46.38	2,526	40.08	786	13.54	5,856

ที่มา : กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประเภทกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่น การสร้างรายได้ การพัฒนาการบริหารจัดการ การพัฒนารูปแบบของวิสาหกิจชุมชน และเพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพให้คนในชุมชน อันจะทำให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นในระดับใด รวมไปถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผู้ประกอบการขนาดย่อมและขนาดกลางต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เป็นอย่างไร

1.2.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างไร

1.2.3 ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1.3.3 เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1.4.1 ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร มีดังนี้

1.4.1.1 ส่วนประสมทางการตลาด

1.4.1.1.1 ผลิตภัณฑ์

1.4.1.1.2 ราคา

1.4.1.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย

1.4.1.1.4 การส่งเสริมการตลาด

1.4.1.2 ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน

1.4.1.2.1 ด้านการผลิต

1.4.1.2.2 ด้านการตลาด

1.4.1.2.3 ด้านภาวะผู้นำ

1.4.1.2.4 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก

1.4.1.2.5 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

1.4.2 ตัวแปรตาม

1.4.2.1 ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1.4.2.1.1 ด้านการเงิน

1.4.2.1.2 ด้านลูกค้า

1.4.2.1.3 ด้านกระบวนการภายใน

1.4.2.1.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

1.5 สมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้ตั้งสมมติฐานเพื่อการวิจัยดังนี้

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1a} ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1b} ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1c} ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{1d} ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อได้รู้เห็นแล้วให้รีบไปซื้อบัตรประชาชนไว้
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2a} ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2b} ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาด ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2c} ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำ ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2d} ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางใน จังหวัดชุมพร

สมมติฐานการวิจัยที่ H_{2e} ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางใน จังหวัดชุมพร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารเกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ได้ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการศึกษาครั้งนี้เลือกวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้น และได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1.7.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เนื้อหาที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาด (Kotler, 2012) ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน (Fayol, 1961) และประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร (Kaplan and Norton, 1998)

1.7.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1.7.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ในที่นี้กำหนดโดยกำหนดความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 โดยมีระดับนัยสำคัญ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง คือ ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 385 ตัวอย่าง ใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของคอคแรน (W.G. Cochran)

1.7.4 ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่ เดือนธันวาคม 2562 ถึง เดือนมกราคม 2565

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 วิสาหกิจชุมชน นำข้อมูลไปใช้ในการบริหารจัดการ และพัฒนาประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

1.8.2 ภาครัฐ เป็นแนวทางในการกำหนดแบบแผน นโยบาย เพื่อสนับสนุน และส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้พร้อมแข่งขันทางด้านการค้า

1.8.3 นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษา เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

1.9 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.9.1 ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

1.9.1.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้า หรือบริการที่เราต้องการเสนอให้กับลูกค้า ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำให้เกิดรายได้ต่อองค์กร การวางแผนผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประเภทและขนาดของสินค้า คุณภาพของสินค้า ตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ และการระบุข้อมูลสินค้า

1.9.1.2 ราคา หมายถึง จำนวนเงินหรือสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความเหมาะสมของราคากับปริมาณสินค้า ความหลากหลายของระดับราคาสินค้า และการระบุราคาที่ชัดเจน

1.9.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่มีความสัมพันธ์กันในกระบวนการนำสินค้าหรือบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือผู้ใช้บริการ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น ท่าเล การจัดวางสินค้าอย่างเป็นหมวดหมู่ ระยะเวลาในการจัดส่งสินค้า

1.9.1.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง กิจกรรมการติดต่อสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึก และภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กร ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น การลด แลก แจก แถม การโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ และบริการหลังการขาย

1.9.2 การจัดการวิสาหกิจชุมชนชนกล้ายเลียบมือนาง หมายถึง การทำให้กลุ่มบุคคลในวิสาหกิจชุมชนเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กร ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

1.9.2.1 ด้านการผลิต หมายถึง ขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดระบบการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น กำลังการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ความพร้อมของอุปกรณ์ และเครื่องจักรต่าง ๆ

1.9.2.2 ด้านการตลาด หมายถึง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าและผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า การสำรวจความต้องการของลูกค้า การทำการตลาดในรูปแบบออนไลน์ และการมีตลาดรองรับ

1.9.2.3 ด้านภาวะผู้นำ หมายถึง กระบวนการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ใช้อิทธิพลของตนเพื่อเป็นการกระตุ้น ชี้นำ และผลักดันให้บุคคลอื่นหรือกลุ่มมีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเหมาะสมและปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความรู้ ความสามารถ ทัศนคติ วิสัยทัศน์ และการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

1.9.2.4 ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกในกลุ่มมีความสมัครใจในการมีส่วนร่วมในการคิด การตัดสินใจ การดำเนินงาน ตลอดจนการประเมินผลเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้

1.9.2.5 ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก หมายถึง การปฏิสัมพันธ์กับสถาบันต่างๆ เพื่อให้สถาบันเหล่านั้นเข้ามาช่วยเหลือในเรื่องเงินทุน และการพัฒนาความรู้ ทักษะแก่สมาชิก

1.9.3 ประสิทธิภาพการดำเนินงาน หมายถึง ผลงานที่องค์กรพึงประสงค์ หรือความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานที่เป็นไปหรือบรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร ซึ่งมีเกณฑ์การเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัดความมีประสิทธิภาพ ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา

1.9.3.1 ด้านการเงิน หมายถึง การพิจารณาด้านการเงินว่าองค์กรมีรายได้เพิ่มขึ้น การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด ตลอดจนการลดต้นทุนต่าง ๆ

1.9.3.2 ด้านลูกค้า หมายถึง การพิจารณาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าขององค์กร ในเรื่องของความจงรักภักดี ความพึงพอใจ ความเชื่อมั่น ภาพลักษณ์ขององค์กร และการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า

1.9.3.3 ด้านกระบวนการภายใน หมายถึง กระบวนการในการดำเนินงานเพื่อนำเสนอสิ่งที่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการต้องการ มุ่งเน้นการวัดผลความสำเร็จในการดำเนินงานเสร็จภายในระยะเวลา หรือสั้นกว่าระยะเวลาที่วางไว้ โดยเน้นเรื่องการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน การจัดส่งสินค้าตามระยะเวลาที่กำหนด การสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาสินค้าอย่างสม่ำเสมอ

1.9.3.4 ด้านการเรียนรู้และพัฒนา หมายถึง กระบวนการที่ก่อให้เกิดคุณค่ากับลูกค้าและผู้ใช้บริการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ โดยเน้นเรื่องการพัฒนาด้านเทคโนโลยี ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความเชี่ยวชาญในการดำเนินงาน ตลอดจนการสร้างขวัญและกำลังใจแก่สมาชิก

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎี และข้อมูลต่าง ๆ พร้อมทั้งเอกสารวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน
- 2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ
- 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงาน
- 2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
- 2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.8.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 2.8.2 งานวิจัยต่างประเทศ
- 2.9 สรุป

2.1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการพัฒนาวัตถุประสงค์ของการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด แนวคิด และทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดไว้ ดังนี้

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) (Kotler and Keller, 2012) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า อาจจะมีตัวตน หรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์และมีคุณค่า เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1.1 ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) และความแตกต่างทางการแข่งขัน (Competitive Differentiation)

1.2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)

1.3 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning)

1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

1.5 กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix)

1.6 สายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2. ราคา (Price) คือ จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง

2.1 คุณค่าที่รับรู้ในสายตาของลูกค้า ซึ่งต้องพิจารณาการยอมรับของลูกค้าในคุณค่าของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าผลิตภัณฑ์นั้น

2.2 ต้นทุนสินค้าและค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.3 การแข่งขัน

2.4 ปัจจัยอื่น ๆ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง การจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วย 2 ส่วน ดังนี้

3.1 ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ บทบาทของสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลาง ที่มีต่อตลาด

3.2 การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางท่อ ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา ขั้นตอนที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการแจกจ่ายตัวสินค้า คือ ขั้นตอนของการจัดเก็บรักษาสินค้า เพื่อรอการจำหน่ายให้ทันเวลาที่ผู้บริโภคต้องการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 5 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด ได้แก่

4.1 การขายโดยใช้พนักงาน (Personal Selling) เป็นการเสนอขายสินค้าแบบเผชิญหน้ากัน (Face-to-Face) พนักงานขายต้องเข้าพบปะกับผู้ซื้อโดยตรงเพื่อเสนอขายสินค้า ซึ่งเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

4.2 การโฆษณา (Advertising) เป็นกิจกรรมในการเสนอข่าวสารขององค์กร เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อสร้างการรับรู้แก่กลุ่มลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้จักสินค้าหรือบริการ การใช้สื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา อินเทอร์เน็ต (Internet) สื่อโฆษณาเหล่านี้จะสามารถเข้าถึงผู้บริโภคเป็นกลุ่มใหญ่ เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการกระจายตลาดกว้าง

4.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นกิจกรรมที่ทำหน้าที่ช่วยพนักงานขายและการโฆษณาในการขายสินค้า การส่งเสริมการขายเป็นการกระตุ้นผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในตัวสินค้า การส่งเสริมการขายจัดทำในรูปของการแสดงสินค้า การแจกของตัวอย่าง แจกคูปอง ของแถม การใช้แถมเพื่อแลกสินค้า การชิงโชคแจกรางวัลต่าง ๆ ฯลฯ

4.4 การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) มี 2 ความหมาย ดังนี้

4.4.1 การให้ข่าว เป็นการเสนอความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือตราสินค้าหรือบริษัทที่ไม่ต้องมีการจ่ายเงิน (ในทางปฏิบัติจริงอาจต้องมีการจ่ายเงิน) โดยผ่านการกระจายเสียงหรือสื่อสิ่งพิมพ์

4.4.2 การประชาสัมพันธ์ เป็นความพยายามในการสื่อสารที่มีการวางแผน โดยองค์กรหนึ่งเพื่อสร้างทัศนคติที่ดีต่อองค์การ ต่อผลิตภัณฑ์ หรือต่อนโยบายให้เกิดกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันองค์กรธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ได้เน้นที่การแสวงหากำไรเพียงอย่างเดียว ต้องเน้นที่วัตถุประสงค์ของการให้บริการแก่สังคมด้วย เพราะความอยู่รอดขององค์การธุรกิจจะขึ้นอยู่กับการยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในสังคม ถ้าหากกลุ่มผู้บริโภคต่อต้านหรือมีความคิดว่าองค์การธุรกิจแสวงหาผลประโยชน์ให้กับตนมากจนไม่คำนึงถึงสังคม หรือผู้บริโภค จะสร้างภาพพจน์ที่ไม่ดีขององค์การธุรกิจ

4.4.3 การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการทำการตลาดไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง โดยอาศัยสื่อใดสื่อหนึ่งที่สามารถเข้าถึงลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายได้

ในขณะที่ Wheelen L. Thomas and Hunger J David (2012) ได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดเอาไว้ว่า เป็นการรวมกันของตัวแปรที่สำคัญภายใต้การควบคุมขององค์กร ที่ทำให้เกิดความต้องการ และได้รับประโยชน์จากการแข่งขัน ตัวแปรเหล่านี้ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. ช่องทาง (Place)
3. ส่วนส่งเสริมการตลาด (Promotions)
4. ราคา (Price)

ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะมีองค์ประกอบย่อย ที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อปรับให้มีความเหมาะสมกับองค์กร

ทางด้าน ชาญชัย อาจินสมาจาร (2551) ได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดเอาไว้ว่า เป็นปัจจัยทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 4 ประการ คือ

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือความจำเป็นของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์สามารถเป็นได้ทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งต้องมีอรรถประโยชน์ (Utility) และ คุณค่า (Value)
2. ราคา (Price) คือ จำนวนเงิน หรือสิ่งแลกเปลี่ยนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้า ซึ่งผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ
3. การจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ และบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้า หรือบริการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และพฤติกรรมการซื้อ หรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อการติดต่อสื่อสาร

ส่วนทางด้าน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาดเอาไว้ว่า เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายหรือเป็นส่วนที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาด ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจเป็นสินค้ามีตัวตน หรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ประโยชน์ คุณภาพ รูปร่างลักษณะ บรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า ตลอดจนคุณสมบัติที่สามารถสนองความต้องการด้านสังคม ได้แก่ สินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์การ และบุคคล
2. ด้านราคา (price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน สำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง โดยเป็นราคาของสินค้าในรายการผลิตภัณฑ์รวมต้นทุน และส่วนลด มีระยะเวลาการชำระเงิน และระยะเวลาการให้สินเชื่อ
3. ด้านสถานที่หรือด้านการจัดจำหน่าย (place หรือ distribution) หมายถึง โครงสร้าง

ของช่องทาง ประกอบด้วย สถาบัน และกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์กรเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปยังตลาด สถาบัน คือ สถาบันการตลาด และกิจกรรม คือ กิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ ทศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ และเพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์ อาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย ซึ่งประกอบด้วยเครื่องมือที่สำคัญ คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์

อีกทั้ง หทัยทิพย์ แดงปทิว (2559) ได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาด เอาไว้ว่า เป็นตัวแปรทางการตลาดทางด้านบริการที่สามารถควบคุมได้ และใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ราคา (Price)
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotions)

นอกจากนี้ กฤษณ์ ชนะชัย (2561) ได้กล่าวถึงความหมายของส่วนประสมทางการตลาด เอาไว้ว่า เป็นการที่มีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ การจำหน่ายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม รวมถึงมีการกระจายผลิตภัณฑ์ด้วยความพยายามจูงใจให้เกิดความชอบในผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจของลูกค้า และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรได้ตั้งไว้ ประกอบด้วย ปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และ 4) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งการที่องค์กรจะประสบความสำเร็จนั้น จะต้องมีการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดที่มีความเหมาะสม

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน

การจัดการวิสาหกิจชุมชน คือกระบวนการทำงาน หรือกิจกรรมที่บุคคลในวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งการจัดการมีความสำคัญต่อวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากในทุก ๆ ขั้นตอนมีผลต่อความสำเร็จ ซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนเกิดผลกำไร และสามารถดำเนินงานต่อไปได้ จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของการจัดการแนวคิด และทฤษฎีการจัดการไว้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การจัดการ หมายถึง กระบวนการ 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม หรือเรียกว่า “POCCC” (Henri Fayol, 1964) ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. P = Planning หมายถึง การวางแผน ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหาร ที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้า หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อการทำงาน และกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงาน หรือวิถีทางที่จะปฏิบัติเอาไว้ สำหรับเป็นแนวทางของการดำเนินงานในอนาคต
2. O = Organizing หมายถึง การจัดองค์การ ซึ่งเป็นภาระหน้าที่ที่ผู้บริหารจะต้องจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของ และคน อยู่ในส่วนประกอบที่มีความเหมาะสม จึงจะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้
3. C = Commanding หมายถึง การบังคับบัญชาสั่งการ เป็นหน้าที่ในการสั่งงานต่าง ๆ ของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งกระทำให้งานสำเร็จผลได้ด้วยดี ซึ่งผู้บริหารจะต้องปฏิบัติตนเป็นตัวอย่างที่ดี และจะต้องมีความเข้าใจผู้ใต้บังคับบัญชา
4. C = Coordinating หมายถึง การประสานงาน เป็นภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงงานของทุกคนให้สามารถเข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน
5. C = Controlling หมายถึง การควบคุม เป็นภาระหน้าที่ในการที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้น สามารถเข้ากันได้กับแผนที่องค์การวางไว้

ในขณะที่ Gulick & Others (1973) ได้เสนอหลักการที่เกี่ยวกับการบริหารกระบวนการจัดการไว้ว่า คนที่เป็นผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่สำคัญอยู่ 7 ประการ คือ การวางแผนงาน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCORB” ซึ่งประกอบด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. P = Planning หมายถึง การวางแผนงาน เป็นการวางแผนโครงการต่าง ๆ ซึ่งเป็นการเตรียมการก่อนลงมือดำเนินการ เพื่อให้การดำเนินการสามารถบรรลุเป้าหมายที่องค์การกำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. O = Organizing หมายถึง การจัดองค์การ เป็นการกำหนดโครงสร้างขององค์การ โดยพิจารณาให้มีความเหมาะสมกับงาน ได้แก่ การแบ่งงาน (Division of Work) เป็น กรม กอง หรือแผนก โดยอาศัยปริมาณงาน คุณภาพงาน หรือจัดตามลักษณะเฉพาะของงาน (Specialization)
3. S = Staffing หมายถึง การจัดการเกี่ยวกับบุคคลในองค์การ เพื่อให้ได้บุคคลที่มีความสามารถ มาปฏิบัติงานให้มีความเหมาะสม (Competent Man for Competent Job) หรือ Put the Right Man on the Right Job รวมถึงการที่จะเสริมสร้าง และธำรงไว้ซึ่งสัมพันธภาพในการทำงานของพนักงานด้วย
4. D = Directing หมายถึง การอำนวยการ เป็นภารกิจในการใช้ศิลปะในการบริหารงาน ได้แก่ ภาวะผู้นำ (Leadership) มนุษย์สัมพันธ์ (Human Relations) การจูงใจ (Motivation) และการตัดสินใจ (Decision Making)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5. Co = Coordinating หมายถึง การประสานงาน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เพื่อช่วยแก้ปัญหาข้อขัดข้องในการปฏิบัติงาน ซึ่งการร่วมประสานงานเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในการบริหาร เพราะเป็นกิจวัตรประจำวันที่จะต้องพึงกระทำในการปฏิบัติงาน และเป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกระดับของงาน การประสานงานเป็นหน้าที่ของผู้บังคับบัญชาที่จะต้องจัดให้มีขึ้นในหน่วยงาน เพราะเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้เกิดความสำเร็จบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

6. R = Reporting หมายถึง การรายงานผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนถึงประชาสัมพันธ์ การ (Public Relations) ที่จะต้องแจ้งให้บุคคลภายนอกทราบด้วย ซึ่งการรายงานนี้มีความสัมพันธ์กับการติดต่อสื่อสาร (Communication)

7. B = Budgeting หมายถึง การงบประมาณ โดยศึกษาระบบ และวิธีในการบริหาร เกี่ยวกับงบประมาณ และการเงิน ตลอดจนการใช้วิธีการงบประมาณ และแผนงานเป็นเครื่องมือในการควบคุมงาน ซึ่งวิธีการบริหารงบประมาณโดยทั่วไป เรียกว่า “วงจรงบประมาณ” (Budget Cycle) ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ การเตรียมงบประมาณ และการเสนอขออนุมัติ (Executive Preparation and Submission) การพิจารณาให้ความเห็นชอบของฝ่ายนิติบัญญัติ (Legislation Authority) การดำเนินการ (Execution) และการตรวจสอบ (Audit)

ทางด้าน Koontz & Weihrich (1988) ได้กล่าวถึงความหมายของการจัดการเอาไว้ว่า เป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุ และสิ่งของ

ส่วนทางด้าน Ricky W. Griffin (1999) ได้กล่าวถึงความหมายของการจัดการเอาไว้ว่า เป็นชุดของหน้าที่ต่าง ๆ ที่กำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

นอกจากนี้ วาทีน ประชานันท์ (2557) ได้กล่าวไว้ว่า องค์กรทั้งอุตสาหกรรมการผลิตและบริการมีความจำเป็นต้องใช้ปัจจัยและทรัพยากรพื้นฐานในการจัดการ ซึ่งการจัดการจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ เป้าหมาย ปัจจัยการจัดการ และลักษณะของการจัดการ ซึ่งต้องมีการกำหนดอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. เป้าหมาย (Goal) คือ วัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดขึ้นอย่างแน่นอน ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการกำหนดทิศทางการปฏิบัติงานไว้อย่างชัดเจน ซึ่งหมายความว่าผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำในทุกขณะ โดยเป็นตัวแทนขององค์กรในการตัดสินใจ การประชาสัมพันธ์ การประสานงานภายในองค์กร การควบคุมดูแลองค์กร และการติดต่อสื่อสารกับบุคคลภายนอกองค์กร

2. ปัจจัยการจัดการ (Factor of Management) องค์กรมีความจำเป็นต้องใช้ปัจจัยหรือทรัพยากรการจัดการในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยหรือทรัพยากรการจัดการพื้นฐาน 4 ประการ

หรือ 4M's ได้แก่ คน เงิน วัสดุ และเครื่องจักร แต่ปัจจุบันการพัฒนาของวิทยาการใหม่ ๆ ถูกนำมาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับครูใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิผลในการทำงานและการผลิต ปัจจัยหรือทรัพยากรการจัดการจึงเพิ่มขึ้นอีก 3 ประการ ได้แก่ การจัดการ วิธีปฏิบัติ และขวัญกำลังใจ รวมเป็น 7 ประการ หรือ 7M's (สเกมนต์ สัมมาเพ็ชร, 2559) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 คน (Man) คือ ทรัพยากรบุคคล ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญขององค์กร ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จในการจัดการ

2.2 เงิน (Money) คือ ปัจจัยสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ขององค์กรให้ดำเนินการต่อไปได้

2.3 วัสดุ (Materials) คือ วัตถุดิบ ซึ่งปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต้องมีคุณภาพ และมีต้นทุนต่ำ เพราะมีผลกระทบต่อต้นทุนการผลิต

2.4 การจัดการ (Management) คือ หลักและวิธีการปฏิบัติงานที่ดีและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมขององค์กร

2.5 เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักรที่มีศักยภาพที่ดี ส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการผลิต

2.6 วิธีปฏิบัติ (Method) คือ เทคนิควิธีการปฏิบัติงานในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้งานประสบผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

2.7 ขวัญและกำลังใจ (Moral) คือ การสร้างขวัญกำลังใจให้ผู้ที่บังคับบัญชาร่วมมือกันปฏิบัติงาน เกิดความภูมิใจในการปฏิบัติงาน และอยู่ในองค์กรตลอดไป

3. ลักษณะของการจัดการ (Management) การจัดการเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ผู้บริหารต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร ซึ่งแบ่งลักษณะผู้นำออกเป็น 3 แบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 ผู้นำแบบประชาธิปไตย (Democratic Leaders) คือ ใช้การตัดสินใจของบุคลากรในองค์กรร่วมกัน ในการตัดสินใจ การรับฟังความคิดเห็นส่วนรวม มีการสื่อสารแบบ 2 ทาง ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน แต่บางครั้งก็อาจจะทำให้ผู้นำเกิดการตัดสินใจล่าช้า ซึ่งก่อให้เกิดผลดี

3.2 ผู้นำแบบใช้อำนาจ (Explorative - Authoritative) คือ ใช้อำนาจเผด็จการสูง ใ้ไว้วางใจผู้ใต้บังคับบัญชาเพียงเล็กน้อย มีการขู่เข็ญมากกว่าชมเชย เป็นการติดต่อสื่อสารแบบทางเดียวจากบนลงล่าง

3.3 ผู้นำแบบตามสบายหรือเสรีนิยม (Laissez - Faire Leaders) คือ ให้อิสระกับผู้ใต้บังคับบัญชาในการตัดสินใจแก้ปัญหา ไม่มีการกำหนดเป้าหมายที่แน่นอน ไม่มีหลักเกณฑ์ระเบียบ ข้อบังคับ อาจทำให้เกิดความไม่พอใจของผู้ร่วมงานได้ การทำงานของผู้นำลักษณะนี้เป็นการกระจายงานไปยังกลุ่ม

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้

ว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชน คือ กระบวนการทำให้กลุ่มบุคคลในวิสาหกิจชุมชนเข้ามาทำงานร่วมกัน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) เป้าหมาย 2) ปัจจัยการบริหาร และ 3) ลักษณะของการจัดการ ซึ่งมีความสำคัญในการจัดการภายในวิสาหกิจชุมชนให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์ที่วิสาหกิจชุมชนได้กำหนดไว้ โดยผ่านกระบวนการจัดการ 7 ประการ ได้แก่ 1) การวางแผน 2) การจัดหน่วยงาน 3) การจัดบุคลากร 4) การอำนวยการ 5) การประสานงาน 6) การรายงาน และ 7) การงบประมาณ

2.3 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำ เป็นความสามารถในการมีอิทธิพลต่อบุคคลในกลุ่ม เพื่อให้ดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของภาวะผู้นำ แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำไว้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ภาวะผู้นำ เป็นเรื่องของศิลปะของการใช้อิทธิพลหรือกระบวนการใช้อิทธิพลต่อบุคคลอื่น เพื่อให้เขามีความเต็มใจ และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จตามจุดหมายของกลุ่ม (Koontz & Weihrich, 1988)

ในขณะที่ Hersey & Blanc (1993) ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำ ประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ปัจจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้นำ (Leader) หมายถึง ตัวบุคคลที่นำกลุ่ม
2. ผู้ตาม (Followers) หมายถึง บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่รับอิทธิพลจากผู้นำ
3. สถานการณ์ (Situation) หมายถึง เหตุการณ์และสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ประการข้างต้นนี้ มีผลต่อรูปแบบของภาวะผู้นำที่แสดงออกมา ซึ่งภาวะผู้นำจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลสร้างอิทธิพล อันมีผลการกระทำ หรือพฤติกรรมความคิด จิตใจ ความรู้สึก ทำให้บุคคลเกิดพฤติกรรมไปในทางที่ผู้นำประสงค์ การสร้างอิทธิพลนั้นแสดงออกมาได้หลายรูปแบบ เช่น การข่มขู่ การบังคับ การจูงใจ การโน้มน้าวจิตใจ เป็นต้น แต่จากการศึกษาพบว่า การให้อิทธิพลในทางลบ เช่น การบังคับนั้นไม่ก่อให้เกิดผลดีในระยะยาว เพราะการบังคับข่มขู่เป็นการสร้างความกลัวและความกดดันในการทำงาน ซึ่งจะทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในการทำงานได้ นอกจากนี้ ผู้นำต้องสามารถชักจูงใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชากล้าแสดงออก กล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผล ผู้นำต้องพยายามเสริมสร้างบรรยากาศแห่งการสร้างสรรค์ การมีความคิดริเริ่มสิ่งแปลก ๆ ใหม่ ๆ เพราะปัญหาหนึ่ง ๆ นั้นมิใช่มีทางแก้ไขเพียงทางเดียว หากแต่มีหลายวิธีที่จะแก้ไขซึ่งต้องอาศัยการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ค้นหาวิธีที่ดีที่สุด ในส่วนของผู้ตาม (Followers) ผู้นำต้องแสวงหาความเชื่อถือไว้วางใจซึ่งกันและกันระหว่างผู้นำกับผู้ตาม ซึ่งผู้นำต้องไว้วางใจผู้ตามโดยการให้อำนาจบางส่วนในการดำเนินงาน ในการตัดสินใจ และที่สำคัญคือตัวผู้นำต้องมีความตั้งใจจริงที่จะทำงาน และรู้ให้มากกว่าสมาชิกในกลุ่มหรือผู้ตาม สามารถให้แนวทางและแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ให้ผู้ตามหรือสมาชิกในกลุ่มได้ ด้วยความสามารถดังกล่าวจะช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ตามในการที่จะปฏิบัติตาม

ทางด้าน DuBrin (1998) ได้กล่าวถึงความหมายของภาวะผู้นำเอาไว้ว่า เป็นบุคคลที่ทำให้องค์การเจริญก้าวหน้าและบรรลุผลสำเร็จโดยเป็นผู้ที่มีบทบาทแสดงความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชา หรือเป็นบุคคลที่ก่อให้เกิดความมั่นคงและช่วยเหลือผู้อื่น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม

ส่วนทางด้าน วาโร เฟ็งสวส์ดี (2554) ได้กล่าวไว้ว่า ภาวะผู้นำหรือความเป็นผู้นำตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถแบ่งทฤษฎีภาวะผู้นำได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1930-1940 เป็นระยะเริ่มแรกของการศึกษาภาวะผู้นำ โดยมีความเชื่อว่าภาวะผู้นำ เป็นสิ่งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด ดังนั้นงานวิจัยส่วนใหญ่จึงมุ่งตรวจสอบหาคุณลักษณะที่แตกต่างกันระหว่างผู้นำกับผู้ตาม หรือระหว่างผู้นำที่มีประสิทธิผลกับภาวะผู้นำที่ไม่มีประสิทธิผลในตัวเองทั้งด้านกายภาพ และด้านจิตวิทยา

2. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 1940 นักวิจัยเกี่ยวกับภาวะผู้นำส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนความสนใจจากทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ไปเป็นทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม ซึ่งเน้นศึกษาถึงสิ่งที่ผู้นำพูดและสิ่งที่ผู้นำทำ โดยพยายามมุ่งหาแบบพฤติกรรมที่ดีที่สุดในการเป็นผู้นำที่มีประสิทธิผล แนวคิดหลักของทฤษฎีนี้คือให้มองสิ่งที่ผู้นำปฏิบัติ และชี้ให้เห็นว่าทั้งผู้นำและผู้ตามต่างก็มีอิทธิพลซึ่งกันและกัน

3. ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ ทฤษฎีนี้เกิดขึ้นเนื่องจากการศึกษาภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะและเชิงพฤติกรรมที่ผ่านมา มุ่งหาแบบภาวะผู้นำที่ดีที่สุดที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกสถานการณ์ แต่พบว่าไม่มีแบบภาวะผู้นำที่ดีที่สุดที่สามารถนำไปใช้ได้ทุกสถานการณ์ ดังนั้นนับตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1960 เป็นต้นมา นักวิจัยส่วนใหญ่จึงหันมาศึกษาภาวะผู้นำตามสถานการณ์ โดยทฤษฎีนี้เป็นผลการผสมผสานของหลายทฤษฎี และปัจจัยที่สำคัญคือ ผู้นำ ผู้ตาม สถานการณ์องค์การ และลักษณะปัจจัยทางสิ่งแวดล้อม

4. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงบูรณาการ ตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 1970 เป็นต้นมา ทฤษฎีภาวะผู้นำเริ่มเปลี่ยนไปสู่ภาวะผู้นำเชิงบูรณาการ ซึ่งพยายามจะรวมทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม และทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์เข้าด้วยกัน เพื่ออธิบายถึงการมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ตาม

อีกทั้ง ศิริภัทร ดุษฎีวิวัฒน์ (2555) ได้กล่าวถึงความหมายของภาวะผู้นำเอาไว้ว่า เป็นพฤติกรรมผู้นำที่ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเกิดแรงจูงใจ และความพยายามที่จะปฏิบัติงานให้สำเร็จ ประกอบด้วย ผู้นำแบบชี้แนะ ผู้นำแบบสนับสนุน ผู้นำแบบมีส่วนร่วม และผู้นำแบบมุ่งเน้นความสำเร็จ

นอกจากนี้ เอมอร์ จันทบุลย์ (2560) ได้กล่าวถึงความหมายของภาวะผู้นำเอาไว้ว่า เป็นกระบวนการของการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ให้เข้าใจและเห็นพ้องกับสิ่งที่ต้องการทำให้สำเร็จ และวิธีการทำสิ่งนั้น และเป็นกระบวนการของการอำนวยความสะดวกบุคคล และกลุ่มคนให้สามารถทุ่มเทความพยายามเพื่อผลสำเร็จในวัตถุประสงค์ร่วมกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการภาวะผู้นำที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำ คือ การที่ผู้นำใช้อิทธิพลในการชักนำและโน้มน้าวให้สมาชิกในองค์กรดำเนินการกิจกรรมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ปัจจัย ดังนี้ 1) ผู้นำ 2) ผู้ตาม และ 3) สถานการณ์

2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะช่วยให้ผู้มีส่วนร่วมเกิดความรู้สึกความเป็นเจ้าของ และจะทำให้ผู้มีส่วนร่วม ยินยอมปฏิบัติตาม และรวมถึงตกลงยอมรับ ได้อย่างสมัครใจ จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม แนวคิด และ ทฤษฎีการมีส่วนร่วมไว้ ดังนี้

การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน พัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเอง (William Erwin, 1976)

ในขณะที่ Cohen & Uphoff (1981) ได้กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมเอาไว้ว่า เป็นสมาชิกของชุมชนต้องเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร
2. การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ
3. การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ

ในขณะเดียวกัน Putti (1987) ได้กล่าวถึงความหมายของมีส่วนร่วมเอาไว้ว่า เป็นพื้นฐานของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้การบริหารจัดการมีลักษณะกว้าง ซึ่งเป็นทางหนึ่งที่จะทำให้การมีส่วนร่วมขยายไปสู่การปฏิบัติงานในระดับล่างขององค์กร

ทางด้าน เอลิเยว บุรีภักดี และคณะ (2545) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การมีส่วนร่วมของชุมชน แบ่งได้ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1. การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ (Marginal Participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจไม่เท่าเทียมกันกล่าวคือ ฝ่ายหนึ่งรู้สึกด้อยอำนาจกว่า มีทรัพยากรหรือความรู้ด้อยกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น

2. การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Partial Participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากการกำหนดนโยบายของรัฐ โดยไม่รู้จักความต้องการของประชาชน ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นเพียงประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมบางส่วนบางเรื่องเท่านั้น

3. การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ (Full Participation) เป็นการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาด้วยความเท่าเทียมกันทุกฝ่าย จัดเป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างแท้จริงของประชาชนตามแนวความคิดและหลักการพัฒนาชุมชน เมื่อนำมาใช้ในการเรียนรู้จะสนับสนุนและส่งเสริมให้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการเรียนเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำมาใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนทางด้าน ยุพาพร รูปงาม (2545) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 5 ทฤษฎี ดังนี้

1. ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน (Mass Persuasion) คือ การใช้คำพูด หรือการเขียนเพื่อมุ่งให้เกิดความเชื่อถือ และการกระทำ ซึ่งการเกลี้ยกล่อมมีประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งในการปฏิบัติงาน ซึ่งผู้เกลี้ยกล่อมจะต้องมีศิลปะในการสร้างความสนใจในเรื่องที่จะเกลี้ยกล่อม โดยเฉพาะเรื่อง ความต้องการของคน ตามหลักทฤษฎีของ Maslow หรือที่เรียกว่า ลำดับชั้นความต้องการ (Hierarchy of needs) มีทั้งหมด 5 ระดับ ดังนี้

1.1 ความต้องการทางด้านสรีระวิทยา (physiological needs) เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ (survival needs) ได้แก่ ความต้องการทางด้านอาหาร ยา เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยของชีวิต (safety and security needs) ได้แก่ ความต้องการที่อยู่อาศัยอย่างมีความปลอดภัยจากการถูกทำร้ายร่างกาย หรือถูกขโมยทรัพย์สิน หรือความมั่นคงในการทำงาน และการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม

1.3 ความต้องการทางด้านสังคม (social needs) ได้แก่ ความต้องการความรัก ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

1.4 ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง (self-esteem needs) ได้แก่ ความภาคภูมิใจ ความต้องการดีเด่นในเรื่องที่จะให้ได้รับความยกย่องจากบุคคลอื่น ซึ่งความต้องการด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูง เกี่ยวกับความมั่นใจในตัวเองในเรื่องความสามารถ

1.5 ความต้องการความสำเร็จแห่งตน (self-actualization needs) เป็นความต้องการในระบบสูงสุด ที่อยากให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งตามความนึกคิดของตนเอง เพื่อจะพัฒนาตนเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ ซึ่งเป็นความต้องการของตัวบุคคลที่พยายามผลักดันตนเอง

2. ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ (National Morale) คือ คนเรามีความต้องการทางกายและใจถ้าคนมีขวัญดีพอ ผลของการทำงานจะสูง ตามไปด้วย แต่ถ้าขวัญไม่ดีผลงานก็ต่ำไปด้วย ทั้งนี้เนื่องจากว่า ขวัญเป็นสถานการณ์ทางจิตใจที่แสดงออกในรูปพฤติกรรมต่าง ๆ นั่นเอง การจะสร้างขวัญให้ดีต้องพยายามสร้างทัศนคติที่ดีต่อผู้ร่วมงาน เช่น การไม่เอาัดเอาเปรียบ การเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็น เป็นต้น และเมื่อใดก็ตามถ้าคนทำงานมีขวัญดี จะเกิดสำนึกในความรับผิดชอบ อันจะเกิดผลดีแก่หน่วยงานทั้งในส่วนที่เป็นขวัญส่วนบุคคล และขวัญของกลุ่ม

3. ทฤษฎีสร้างความรู้รักชาตินิยม (Nationalism) คือ การสร้างความรู้รักชาตินิยมให้เกิดขึ้น โดยความรู้สึกเป็นตัวของตัวเองที่จะอุทิศ หรือเน้นค่านิยมเรื่องผลประโยชน์ส่วนรวมของชาติ มีความพอใจในชาติของตัวเอง พอใจเกียรติภูมิ จงรักภักดี ผูกพันต่อท้องถิ่น

4. ทฤษฎีการสร้างผู้นำ (Leadership) คือ “การสร้างผู้นำจะช่วยจูงใจให้ประชาชนทำงานด้วยความเต็มใจเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทั้งนี้เพราะผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญของการรวมกลุ่มคน จูงใจไปยังเป้าประสงค์โดยทั่วไปแล้วผู้นำอาจจะมีทั้งผู้นำที่ดีเรียกว่า ผู้นำปฏิฐาน (positive leader)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผู้นำพลวัต คือ เคลื่อนไหวทำงานอยู่เสมอ (dynamic leader) และผู้นำไม่มีกิจ ไม่มีผลงาน สร้างสรรค์ ที่เรียกว่า ผู้นำนินเส (negative leader) ผลของการให้ทฤษฎีการสร้างผู้นำ จึงทำให้เกิดการระดมความร่วมมือปฏิบัติงานอย่างมีขวัญกำลังใจ งานมีคุณภาพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และร่วมรับผิดชอบ ดังนั้น การสร้างผู้นำที่ดี ย่อมจะนำไปสู่ การมีส่วนร่วมใน กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยดีนั่นเอง

5. ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร (Administration and Method) คือ การใช้ระบบบริหารในการระดมความร่วมมือเป็นวิธีหนึ่งที่ย่างเพราะใช้กฎหมาย ระเบียบ แบบแผน เป็นเครื่องมือในการดำเนินการ แต่อย่างใดก็ตามผลของ ความร่วมมือยังไม่มีระบบใดที่ดีที่สุดในเรื่องการใช้บริหาร เพราะธรรมชาติของคน ถ้าทำงานตามความสมัครใจ อย่างตั้งใจไม่มีใครบังคับ ก็จะทำงานด้วยความรัก แต่ถ้าไม่ควบคุมเลย ก็ไม่เป็นไปตามนโยบายและความจำเป็นของรัฐ เพราะการใช้ระบบบริหาร เป็นการให้ปฏิบัติตามนโยบายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเพิ่มความคาดหวังผลประโยชน์

อีกทั้ง โกวิท พวงงาม (2545) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชนในการพัฒนา ควรจะมี 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาแต่ละท้องถิ่น
2. การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม
3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและการปฏิบัติงาน
4. การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

นอกจากนี้ อีกทั้ง สัญญา เคนาภูมิ (2551) ได้กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมเอาไว้ว่า เป็นการที่สมาชิกได้มีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติตามโครงการ ร่วมติดตามประเมินผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่พึงประสงค์ ทั้งนี้ การมีส่วนร่วม ต้องมาจากความสมัครใจ ความพึงพอใจ และได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากชุมชนโดยส่วนรวมร่วมกัน

ในทำนองเดียวกัน เมตต์ เมตต์การุณจิต (2553) ได้กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมเอาไว้ว่า เป็นการเปิดโอกาสให้บุคคล หรือกลุ่มบุคคลเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรม ไม่ว่าจะผ่านทางตรงหรือทางอ้อม ในลักษณะของการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ และร่วมติดตามผล

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วม คือ การเปิดโอกาสให้คณะบุคคลในองค์กรร่วมมือกันตัดสินใจดำเนินกิจกรรม ติดตามตรวจสอบ และประเมินผลร่วมกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน 2) ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของคนในชาติ 3) ทฤษฎีสร้างความรู้สึกร่วมกัน 4) ทฤษฎีการสร้างผู้นำ และ 5) ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบทางการบริหาร

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงาน

ประสิทธิผลการดำเนินงาน เป็นผลสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์กรที่สามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ภายในระยะเวลาที่กำหนดไว้ จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการศึกษา
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความหมายของประสิทธิผล ประสิทธิภาพองค์กร แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานไว้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

Schein (1970) ได้กล่าวถึงความหมายของประสิทธิผลเอาไว้ว่า เป็นสมรรถนะขององค์กรในการอยู่รอด ปรับตัว รักษาสภาพ และเติบโต โดยบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

ในขณะที่ Ford & Others (1988) ได้กล่าวถึงความหมายของประสิทธิผลเอาไว้ว่า เป็นระดับความสามารถในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้

ในขณะเดียวกัน Kaplan & Norton (1998) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การวัดประสิทธิผลองค์กร รูปแบบใหม่จะต้องพิจารณาตัวชี้วัดใน 4 มุมมอง อันได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ทางด้าน ธงชัย สันติวงษ์ (2537) ได้กล่าวเอาไว้ว่า ประสิทธิภาพมีความสำคัญเป็นอย่างมาก ในศาสตร์ทางการบริหารและองค์กร นับว่าเป็นการตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่า การบริหารองค์กรประสบความสำเร็จหรือไม่เพียงใด องค์กรจะอยู่รอด และมีความมั่นคงจะขึ้นอยู่กับประสิทธิผลองค์กร ดังนั้น จึงมีความสำคัญต่อองค์กร ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ช่วยตรวจสอบวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์กร การจัดตั้งองค์กรย่อมกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายไว้อย่างชัดเจน เพื่อดำเนินงานให้เป็นไปตามความต้องการหรือไม่
2. ประเมินผลการดำเนินงานกับแผนงานที่กำหนด การดำเนินงานในแต่ละกิจกรรมย่อมต้องมีการวางแผน กำหนดหน้าที่ ความรับผิดชอบ การจัดสรรทรัพยากร การใช้อำนาจหน้าที่ การบริหารการปฏิบัติงาน ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน
3. ประเมินผลสำเร็จกับวัตถุประสงค์ เปรียบเทียบผลงานที่ดำเนินการได้ตามแผนงาน กับวัตถุประสงค์ขององค์กรที่คาดหวัง ถ้าผลงานบรรลุผลตามวัตถุประสงค์และความคาดหวังขององค์กรแสดงว่าองค์กรมีประสิทธิภาพ โดยประสิทธิผลอาจพิจารณาเป็น 2 ระดับ คือ ประสิทธิภาพของบุคคล และประสิทธิผลขององค์กร

ส่วนทางด้าน ชูหนิง หลิน (2557) ได้กล่าวถึงความหมายของประสิทธิผลเอาไว้ว่า เป็นผลสำเร็จจากการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งประสิทธิผลมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานตลอดจนการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อีกทั้ง มนูญ สมุทรชีวะ (2558) ได้กล่าวเอาไว้ว่า การประเมินประสิทธิผลการดำเนินงาน เป็นหน้าที่ในการจัดการของผู้บริหารในการนำไปใช้ประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรเพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนา โดยได้แบ่งวิธีการประเมินเป็น 3 วิธี ดังนี้

1. การประเมินขณะปฏิบัติงาน (Ongoing Evaluation) เป็นการตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานต่าง ๆ เป็นไปตามแผนที่องค์กรวางไว้หรือไม่ มีความก้าวหน้าเพียงไร และจะต้องมีการปรับเปลี่ยนหรือแก้ไขเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่

2. การประเมินเมื่อเสร็จงาน (Terminal Evaluation) เป็นการกระทำเมื่อการปฏิบัติงานเสร็จสิ้นสุดลงเพื่อพิจารณาว่าการปฏิบัติงานให้ผลเป็นอย่างไร ตอบสนองหรือบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร

3. การประเมินเมื่อเกิดผลสมบูรณ์ (Expose Evaluation) เป็นการกระทำหลังจากที่ปฏิบัติงานเสร็จ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลายาว เพื่อต้องการสรุปผลการปฏิบัติงานนั้นว่าได้ผลประโยชน์จริงหรือไม่ เพียงไร การประเมินลักษณะนี้คล้ายกับกับการติดตามผลในการปฏิบัติงาน

นอกจากนี้ ลักษณะ ศิริวรรณ (2560) ได้กล่าวเอาไว้ว่า เกณฑ์การวัดความมีประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 มุมมอง ตามแนวคิดการบริหารแบบสมดุล (Balance Scorecard หรือ BSC) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ด้านการเงิน (Financial Perspective) หมายถึง การพิจารณาผลการดำเนินงานขององค์กร มุมมองนี้มีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวชี้วัดว่า กลยุทธ์ที่องค์กรได้กำหนดขึ้นมานั้น มีความเหมาะสมหรือก่อให้เกิดผลดีต่อองค์กรหรือไม่ ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 3 ด้าน ได้แก่

1.1 การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth)

1.2 การลดลงของต้นทุน (Cost Reduction) หรือ ผลผลิตเพิ่มขึ้น (Productivity Improvement)

1.3 ประสิทธิภาพในการใช้สินทรัพย์ (Asset Utilization)

2. ด้านลูกค้า (Customer Perspective) หมายถึง การพิจารณาการแบ่งกลุ่มลูกค้าหรือตลาด ซึ่งข้อมูลจากลูกค้าสามารถทำให้องค์กรปรับกลยุทธ์ในการปฏิบัติงานให้เท่าทันคู่แข่ง โดยองค์กรต้องทำการวิเคราะห์ให้ชัดเจนว่าลูกค้าหลักคือใคร และจะนำเสนออะไรให้ลูกค้าหลักพึงพอใจมากที่สุด ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 4 ด้าน ได้แก่

2.1 ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share)

2.2 การรักษาลูกค้าเก่า (Customer Retention)

2.3 การเพิ่มลูกค้าใหม่ (Customer Acquisition)

2.4 ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

3. ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) หมายถึง การพิจารณากระบวนการภายในที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าและการบรรลุเป้าหมายทางการเงิน ประกอบด้วยกระบวนการ 3 ด้าน ได้แก่

3.1 นวัตกรรม (Innovation)

3.2 กระบวนการ (Operation)

3.3 การบริการหลังการขาย (Post sale Service)

4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) หมายถึง การพิจารณาของการเรียนรู้ และการพัฒนาในอนาคต ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1 บุคลากรภายในองค์กร (People)

4.2 ระบบข้อมูลสารสนเทศ (Information System)

4.3 ระเบียบวิธีการปฏิบัติขององค์กร (Organization Procedures)

รวมถึง แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ และคณะ (2561) ได้กล่าวถึงความหมายของประสิทธิภาพเอาไว้ว่า เป็นการที่ผู้นำได้ใช้ความสามารถทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุเป้าหมาย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการประสิทธิผลการดำเนินงานที่กล่าวมาข้างต้นนี้สรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงาน คือ การปฏิบัติงานขององค์กรให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ทั้งนี้เกิดจากประสิทธิภาพของผู้นำองค์กรที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานเพื่อโน้มน้าวให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานให้เกิดผลตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ ซึ่งมีวิธีการประเมิน 3 วิธี ได้แก่ 1) การประเมินขณะปฏิบัติงาน 2) การประเมินเมื่อเสร็จงาน และ 3) การประเมินเมื่อเกิดผลสมบูรณ์ โดยวัดประสิทธิผลได้จากแนวคิดการบริหารแบบสมดุล 4 มุมมอง คือ 1) ด้านการเงิน 2) ด้านลูกค้า 3) ด้านกระบวนการภายใน และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

2.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญการแก้ไขปัญหาภาพรวมของเศรษฐกิจในประเทศ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน และสร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ จากการศึกษาค้นคว้าได้มีนักวิชาการหลายท่าน ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน แนวคิด และข้อมูลทั่วไปไว้ ดังนี้

วิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งตามลักษณะการประกอบการออกเป็น 2 ประเภท (ทัศนีย์ เชาววิเศษ, 2555) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้องกินต้องใช้ประจำวัน มีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปี ของแต่ละครัวเรือน แต่ชาวบ้านทั่วไปไม่ได้อยู่ใกล้เมือง หรือไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

ในขณะที่ ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ได้กล่าวเอาไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นรูปนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและ

ระหว่างชุมชน และกล่าวอีกว่า ตลาดของวิสาหกิจชุมชน สามารถแบ่งออกได้ตามตลาดและสถานที่ของกลุ่มลูกค้าที่วิสาหกิจชุมชนส่งสินค้าออกไปจำหน่าย โดยสามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท ดังนี้

1. ตลาดพอเพียง คือ ตลาดในท้องถิ่น โดยเป็นการผลิตสินค้าเพื่อขายหรือการบริโภคในครัวเรือน ครอบครัว ชุมชน เครือข่ายในท้องถิ่น
2. ตลาดผูกพัน คือ รูปแบบของตลาดที่มีข้อตกลงซื้อขายกัน ในระยะเวลา และปริมาณที่กำหนด ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีตลาดรองรับที่แน่นอน เพราะผลิตตามคำสั่งซื้อ และข้อตกลงที่มีกันไว้แล้วระหว่างผู้ผลิตกับผู้ซื้อ
3. ตลาดบริโภค คือ การผลิตเพื่อขายสินค้า และบริการในตลาดกว้างทั่วไป โดยเป็น ตลาดเพื่อการแข่งขัน

ในขณะเดียวกัน วรรณพงศ์ ช่วยรักษา (2560) ได้กล่าวถึงความหมายของวิสาหกิจชุมชนเอาไว้ว่า เป็นกิจการที่มีการรวมกลุ่มกันของบุคคลในชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทุนทางสังคมของชุมชนในการดำเนินกิจการ เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ของชุมชนฐานรากให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับ ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ (2560) ได้กล่าวถึงความหมายของวิสาหกิจชุมชนเอาไว้ว่า เป็นการที่คณะบุคคลในชุมชนร่วมมือกันทำสิ่งใด ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน และการจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะเดียวกับสหกรณ์ แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์

ทางด้าน กรมสรรพากร (2560) ได้กล่าวถึงความหมายของวิสาหกิจชุมชนเอาไว้ว่า เป็นธุรกิจชุมชนประเภทหนึ่งประกอบกิจการโดยคณะบุคคลที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน รวมตัวกันประกอบกิจการ บนพื้นฐานของการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน ซึ่งรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย บุคคลธรรมดา ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญ หรือคณะบุคคลที่มีชนิดบุคคล และนิติบุคคล ได้แก่ ห้างหุ้นส่วนสามัญนิติบุคคล ห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทจำกัด และบริษัทมหาชนจำกัด

ส่วนทางด้าน กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย (2560) ได้กล่าวว่า วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะที่สำคัญอยู่ 7 ประการ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ
2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน
3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน
4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล
5. ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ
6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ
7. พึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกทั้ง ชมพูนุท ศรีพงษ์ และคณะ (2562) ได้กล่าวถึงประโยชน์วิสาหกิจชุมชนเอาไว้ว่า วิสาหกิจชุมชนมีประโยชน์หลายประการ ตั้งแต่ระดับตนเอง ครอบครัว ชุมชน ไปจนถึงระดับประเทศ เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนี้

1. การรวมตัวกันของเกษตรกรในการประกอบธุรกิจในระดับชุมชน มีความมั่นคง และได้รับการรับรองตามกฎหมาย
2. เกิดการจัดระเบียบในการสนับสนุน ทำให้ภาครัฐสนับสนุนได้ตรงตามความต้องการที่แท้จริง
3. ได้พัฒนาเป็นผู้ประกอบการ รวมถึงการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากศักยภาพของชุมชนในเรื่องของทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น
4. ระบบเศรษฐกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความพร้อมที่จะพัฒนาสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการวิสาหกิจชุมชนที่กล่าวมาข้างต้นนี้สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบกิจการของชุมชน โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน รวมตัวกันประกอบกิจการ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุน ทรัพยากร และองค์ความรู้ที่มีอยู่ ประกอบกับการใช้เทคโนโลยีในการผลิตสินค้า หรือบริการที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน มีด้วยกัน 2 ประเภท ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก และวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเป็นการเน้นการพึ่งพาตนเองและครอบครัวเป็นหลัก โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นผสมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและองค์ความรู้ที่มีอยู่ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีการดำเนินการบูรณาการกิจกรรมต่าง ๆ ภายในวิสาหกิจชุมชน อย่างเป็นระบบ และมีการเรียนรู้และพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่วิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็ง เป็นรากฐานที่มั่นคง และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจในประเทศ และพร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคตต่อไป

2.7 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร

ชุมพรเป็นเมืองเก่าแก่เมืองหนึ่ง ตั้งขึ้นเมื่อใดไม่มีหลักฐานแน่นอน แต่จากหลักฐานในกฎหมายตราสามดวงในรัชสมัยของสมเด็จพระบรมไตรโลกนาถ (สมัยกรุงศรีอยุธยา) สันนิษฐานไว้ว่า เมืองชุมพรมีอายุ ตราบจนถึงปัจจุบันกว่า 600 ปีแล้ว สำหรับชื่อ “เมืองชุมพร” สันนิษฐานว่า มาจากคำว่า “ชุมนุหมพล” เนื่องจากเป็นเมืองหน้าด่าน การเดินทางไม่ว่าจะมาจากฝ่ายเหนือหรือฝ่ายใต้ เข้ามาตั้งค่ายชุมนุหมพลกันที่นี่ จึงเรียกจุดนี้ว่า “ชุมนุหมพล” แต่ด้วย เหตุที่คนภาคใต้ชอบพูดสั้น ๆ จึงตัดคำกลางออกเหลือเพียง “ชุมพล” และต่อมาเพี้ยนเป็น “ชุมพร” อีกประการหนึ่งในการเดินทางไปรบทัพจับศึกของแม่ทัพนายกองสมัยโบราณ เมื่อจะเคลื่อนพลต้องทำพิธีบวงสรวงสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขอให้

ได้รับชัยชนะในการสู้รบเป็นการบำรุงขวัญทหารในสถานที่ชุมนุหมเพื่อรับพร เช่นนี้ ตรงกับความหมาย “ชุมนุหม พร” หรือ “ประชุมพร” ซึ่งทั้งสองคำนี้อาจเป็นต้นเหตุของคำว่า “ชุมพร” เช่นเดียวกัน แต่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะได้อาจมาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่นเช่นเดียวกับชื่อท้องที่ทั่ว ๆ ไป เพราะที่ตั้งเมืองเดิมบนฝั่งแม่น้ำชุมพร มีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย ต้นมะเดื่อชุมพร จึงเป็นสัญลักษณ์ประจำเมืองอยู่ในตราจังหวัดจนถึงปัจจุบัน แต่อีกทางหนึ่งสันนิษฐานว่า น่าจะได้อาจมาจากชื่อพันธุ์ไม้ธรรมชาติในท้องถิ่นเช่นเดียวกับชื่อท้องที่ทั่ว ๆ ไป เพราะที่ตั้งเมืองเดิมบนฝั่งแม่น้ำชุมพร มีต้นมะเดื่อชุมพรขึ้นอยู่มากมาย ต้นมะเดื่อชุมพร จึงเป็นสัญลักษณ์ประจำเมืองอยู่ในตราจังหวัดจนถึงปัจจุบัน

จังหวัดชุมพรตั้งอยู่ตอนบนสุดของภาคใต้ ระหว่างเส้นละติจูดที่ 10 องศา 29 ลิปดาเหนือ และเส้นลองจิจูดที่ 99 องศา 11 ลิปดาตะวันออก ห่างจากกรุงเทพมหานคร ตามเส้นทางรถยนต์ ประมาณ 498 กิโลเมตร และเส้นทางรถไฟสายใต้ ประมาณ 476 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 3.75 ล้านไร่ หรือ 6,010.849 ตารางกิโลเมตร มีพื้นที่มากเป็นอันดับ 4 ของภาคใต้ ชุมพรเป็นจังหวัดแรกของภาคใต้ ตอนบนฝั่งอ่าวไทย มีรูปพื้นที่เรียวยาวตามแนวเหนือ-ใต้ มีความยาวประมาณ 222 กิโลเมตร

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดชุมพร แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะใหญ่ ๆ คือ พื้นที่ราบตอนกลาง พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล และพื้นที่ทางทิศตะวันตก เป็นที่สูงและภูเขา ทิวเขาที่สำคัญ คือ ทิวเขาตะนาวศรี ซึ่งเป็นพรมแดนทางธรรมชาติระหว่างประเทศ ถัดจากแนวที่สูงมาทางด้านตะวันออก เป็นที่ราบตอนกลางซึ่งมีลักษณะเป็นที่ราบลูกคลื่นและที่ราบลุ่ม เป็นเขตเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัด สำหรับพื้นที่ทางตะวันออกเป็นที่ราบชายฝั่งทะเลยาวประมาณ 222 กิโลเมตร ลักษณะชายหาดของจังหวัดชุมพรค่อนข้างเรียบมีความโค้งเว้าน้อย ความกว้างของจังหวัด โดยเฉลี่ย 36 กิโลเมตร

สภาพภูมิอากาศของจังหวัดชุมพรเป็นเขตที่ได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นเหตุให้มีฤดูกาลเพียง 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงกลางเดือนพฤษภาคม เป็นช่วงเปลี่ยนมรสุม หลังจากมรสุมตะวันออกเฉียงเหนืออ่อนกำลังลง และฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนธันวาคม ซึ่งเป็นช่วงที่ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จากทะเลอันดามัน เป็นมวลอากาศที่มีความชื้นสูง และเปลี่ยนเป็นลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจึงทำให้เกิดฝนตกชุกตลอดพื้นที่จังหวัด

การปกครองและประชากร จังหวัดชุมพร แบ่งการปกครองออกเป็น 8 อำเภอ 70 ตำบล 743 หมู่บ้าน โดยมีอำเภอดังนี้ อำเภอเมืองชุมพร อำเภอท่าแซะ อำเภอทุ่งตะโก อำเภอปะทิว อำเภอพะโต๊ะ อำเภอละแม อำเภอสวี และ อำเภอหลังสวน ดังตารางที่ 2.1

การปกครองท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลเมือง 2 แห่ง เทศบาล ตำบล 25 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 51 แห่ง ประชากรของจังหวัด ณ วันสิ้นปี พ.ศ. 2562 มีทั้งสิ้น 511,249 คน เป็นชาย 252,791 คน เป็นหญิง 258,458 คน (สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร, 2563)

ตารางที่ 2.1 แสดงจำนวนรายชื่อและจำนวนหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ เทศบาล อบต. และขนาดพื้นที่ ในจังหวัดชุมพร ปี 2563

ลำดับ	ชื่ออำเภอ	เนื้อที่ (ตร.กม.)	จำนวน เทศบาล	จำนวน อบต.	จำนวน ตำบล	จำนวน หมู่บ้าน
1	เมืองชุมพร	675.103	10	9	17	160
2	ท่าแซะ	1,531.220	2	10	10	117
3	ปะทิว	672.412	6	4	7	75
4	หลังสวน	727.285	2	10	13	148
5	ละแม	296.140	1	4	4	47
6	พะโต๊ะ	1,017.330	1	4	4	46
7	สวี	799.578	1	10	11	115
8	ทุ่งตะโก	291.785	2	2	4	35
รวม	8	6,010.853	25	53	70	743

ที่มา: สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร. 2563

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ริเริ่มขึ้นจากเกษตรกรในจังหวัดชุมพรนิยมปลูกกล้วยเล็บมือนางเพื่อใช้บริโภคในครัวเรือน หลังเกิดจากเหตุการณ์พายุเกย์ในปี 2532 ได้มีการส่งเสริมให้มีการปลูกกล้วยเล็บมือนาง เนื่องจากเป็นพืชที่ปลูกง่าย โตเร็ว ให้ผลผลิตสูง และใช้ระยะเวลาในการปลูกไม่นานก็ออกผลผลิต หลังจากนั้นจึงทำให้กล้วยเล็บมือนางเป็นที่รู้จักมากขึ้น และนิยมรับประทานมาจนถึงปัจจุบัน จนกล้วยเล็บมือนางเป็นผลิตผลทางการเกษตรที่ขึ้นชื่อของจังหวัดชุมพร จากการที่มีเกษตรกรปลูกและจำหน่ายกล้วยเล็บมือนางจำนวนมาก จึงทำให้กล้วยเล็บมือนางล้นตลาด จึงได้เกิดแนวคิดในการนำกล้วยเล็บมือนางมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เนื่องจากกล้วยเล็บมือนาง มีรสชาติหอมหวาน มีกลิ่นหอม เนื้อสีเหลืองทอง เปลือกบาง ผลเล็ก ปลายผลเรียว อร่อย และมีเอกลักษณ์กว่ากล้วยเล็บมือนางที่ปลูกขึ้นในพื้นที่อื่น เนื่องด้วยจังหวัดชุมพร มีเพียงฤดูร้อนและฤดูฝน ลักษณะดินเป็นดินร่วนปนดินเหนียว มีความอุดมสมบูรณ์ เต็มไปด้วยแร่ธาตุที่สำคัญ ซึ่งการนำมาแปรรูปผลิตภัณฑ์นั้น จะได้เนื้อกล้วยที่เหนียวนุ่ม หอมหวาน สามารถเก็บได้เป็นเวลานาน ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากกล้วยเล็บมือนางมีหลากหลายชนิด เช่น กล้วยเล็บมือนางอบแห้ง กล้วยเล็บมือนางทอดกรอบ กล้วยเล็บมือนางอบซ็อกโกแลต และอื่นๆ ซึ่งได้มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด สามารถนำไปเป็นของฝากได้ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางเป็นสินค้าประจำจังหวัด สามารถสร้างรายได้และเป็นอาชีพเสริมให้กับเกษตรกร

ตามข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้วจำแนกตามประเภทกิจการในจังหวัดชุมพร ตัดยอดข้อมูลผลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2563 คือ จังหวัดชุมพรมีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 436 แห่ง รวมสมาชิก 13,194 ราย ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. ด้านการผลิตสินค้า แบ่งออกเป็น 18 ประเภท ได้แก่ 1. การผลิตพืช 2. การผลิตปศุสัตว์ 3. การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร 4. การผลิตปัจจัยการผลิต 5. ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า 6. เครื่องจักสาน 7. การผลิตประมง 8. เครื่องดื่ม 9. ผลิตภัณฑ์สมุนไพร 10. เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์ 11. ของชำร่วย/ของที่ระลึก 12. ดอกไม้ประดิษฐ์ 13. เครื่องปั้น 14. เครื่องประดับ/อัญมณี 15. สิ่งประดิษฐ์จากโลหะ 16. เครื่องหนัง 17. เครื่องจักรกล และ 18. การผลิตสินค้าอื่น ๆ

2. ด้านการให้บริการ แบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1. ร้านค้าชุมชน 2. ออมทรัพย์ชุมชน 3. ห้องเที่ยว 4. สุขภาพ และ 5. ซ่อมเครื่องจักรกล และ 6. บริการอื่น ๆ

จากรายงานภาพรวมผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตในจังหวัดชุมพร ทั้งหมด 337 แห่ง ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ประจำปีงบประมาณ 2563 ณ วันที่ 30 กันยายน 2563 (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2563) แบ่งออกเป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับดี จำนวน 160 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 47.48
2. ระดับปานกลาง จำนวน 115 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 34.12
3. ระดับต้องปรับปรุง จำนวน 62 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 18.40

จากการศึกษาเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพรที่กล่าวมาข้างต้นนี้ สรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชนจังหวัดชุมพร ขึ้นชื่อเรื่องกล้วยเล็บมือนาง จากการเกษตรกรรมจำนวนมากนิยมปลูกกล้วยเล็บมือนางถึง 7,000 ไร่ ส่งผลให้ผลผลิตล้นตลาด จึงนำกล้วยเล็บมือนางมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด และจากการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนพบว่าบางส่วนอยู่ในระดับที่พร้อมแข่งขันทางการค้าแล้ว แต่ในขณะเดียวกันยังมีวิสาหกิจชุมชนจำนวนหนึ่ง ที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่พร้อมแข่งขันทางการค้า ทั้งภายในประเทศ และระหว่างประเทศ

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.8.1 งานวิจัยในประเทศ

ศิริอมร กาวีระ (2560) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข 2) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อน้ำพริกและความพึงพอใจของผู้บริโภค และ 3) สร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการผสมผสานระหว่างการวิจัย เชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ กรณีการวิจัย เชิงคุณภาพ ใช้วิธีรวบรวมข้อมูลสภาพการดำเนินงานด้านการตลาด

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดและวิเคราะห์ SWOT จากสมาชิกกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ไข เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสรุปความ เพื่อการสังเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เนื้อหา กรณีการวิจัยเชิงปริมาณใช้วิธีรวบรวมข้อมูลพฤติกรรม การซื้อน้ำพริกและความพึงพอใจ ของผู้บริโภคจากผู้บริโภคน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไขจำนวน 333 คน จากหมู่บ้านจำนวน 13 หมู่บ้าน ในเทศบาลตำบลทุ่งกระเซาะ อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินงานทั่วไปของกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไขยังไม่เติบโตตามที่คาดหวังไว้ แต่สามารถที่จะดำเนินการต่อไปได้ และสร้างรายได้ให้กับกลุ่มสมาชิก ผู้ประกอบการยังไม่มี ความเข้าใจ และยังไม่ให้ความสำคัญทางด้านการตลาดเท่าที่ควร 2) พฤติกรรม การซื้อของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคซื้อน้ำพริกแกลงมากที่สุด แต่ชอบน้ำพริกปลาย่างมากที่สุด ซื้อน้ำพริกสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยซื้อจากร้านค้าในหมู่บ้าน ซื้อเพราะรสชาติอร่อย ปัจจัยหลักที่เลือกซื้อน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไขคือ ส่วนประกอบของน้ำพริกที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำพริกกลุ่มเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก พบว่า ทั้งภาพรวมและรายด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก อันดับแรกคือด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านราคา ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด และ 3) แนวทางในการดำเนินงานด้านการตลาดมีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามชัดเจน ใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต จัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ ด้านราคา (Price) กำหนดราคาตามท้องตลาดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Distribution) ต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และทำการกระจายสินค้าให้เพิ่มขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ทำการการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาดเชิงกิจกรรม ด้านบุคลากร (People) ทีมงานต้องมีความมุ่งมั่น มีความรู้ด้านการบริหารจัดการและการตลาด นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการ และเปิดรับข้อมูลข่าวสาร องค์ความรู้ต่าง ๆ

คุณฐิติ นาคเรือง และคณะ (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 82 คน คณะกรรมการ จำนวน 101 คน และสมาชิกกลุ่ม จำนวน 71 คน รวมเป็นจำนวน 254 คน ผลการศึกษาพบว่า ด้านการบริหารการเงิน ด้านการบริหารการตลาด และด้านคุณลักษณะของสมาชิก มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลาตามลำดับ ดังนั้นในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดี ควรให้ความสำคัญกับการบริหารการเงินเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายอย่างสม่ำเสมอ การควบคุมต้นทุนการผลิตให้ลดลง และการบริหารการตลาดควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ดังนั้นการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน นอกจากการศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการแล้ว การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ควรพัฒนาควบคู่กันไป เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ (2560) ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหารจังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษากระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน 2) ศึกษาปัญหา อุปสรรค และ 3) แนวทางแก้ไขปัญหาในการบริหารงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร ใน จังหวัดสุราษฎร์ธานี เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 172 คน คือ คณะกรรมการบริหารและสมาชิก แห่งละ 2 คน และเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างวิจัยเชิง คุณภาพ จำนวน 10 คน คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและส่วตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบ สัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1) ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหารกับประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับปาน กลางทุกด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การรายงาน การวางแผน การประสานงาน การ บริหารงานบุคคล การจัดองค์การ การอำนวยการ และการจัดงบประมาณ ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชน พบว่าด้านการวางแผน และการ รายงานส่งผลต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 2) ปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน คือ คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้การจัดทำแผนการดำเนินงาน โครงสร้างการ บริหารงานที่ยังไม่ชัดเจน และปัญหาเงินทุนไม่เพียงพอในการขยายกิจการและขาดตลาดรองรับ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม และ 3) แนวทางแก้ไขปัญหามหาวิทยาลัยของรัฐที่รับผิดชอบดูแลกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่ม จัดหาเงินทุนดอกเบี้ยต่ำและการจัดระบบ การตลาดรองรับสินค้าของกลุ่ม

ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจ ชุมชน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจ ชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งวิสาหกิจชุมชนในประเทศ และวิสาหกิจชุมชนต่างประเทศ จากการ สังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งหมด 16 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยแห่ง ความสำเร็จที่ค้นพบเรียงตามระดับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) ปัจจัยด้าน ภาวะผู้นำ 2) ความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน 3) ระบบการบริหารจัดการที่ดี 4) เงินทุน 5) การสนับสนุนจากภาครัฐ 6) ทักษะ ความสามารถในการผลิต รวมถึงนวัตกรรมการผลิต และการพัฒนา 7) การสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้าง เครือข่าย) 8) ผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ 9) การมีตลาดรองรับที่แน่นอน 10) การทำบัญชีรายรับ- รายจ่าย และความโปร่งใส 11) ระบบการสื่อสาร 12) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ สวยงาม ตรงความต้องการ ของผู้บริโภค 13) ความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมือ 14) การใช้ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่น 15) การปฏิบัติทางกฎและข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม

จิรภา คุ่มสุวรรณ และปาณิสรา คงปัญญา (2561) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ของวิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ การ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน 2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนและ 3) เพื่อเปรียบเทียบสภาพทั่วไปกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ กลุ่มตัวอย่างได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเพชรบูรณ์ประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ จำนวน 234 คน สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการจัดคนเข้าทำงาน ด้านการสั่งการ ด้านการประสานงาน ด้านการรายงาน ด้านการจัดทำงบประมาณ 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) เปรียบเทียบสภาพทั่วไปกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามจำนวนสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รายได้เฉลี่ยของกลุ่ม จำนวนเงินทุนของกลุ่ม ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม พบว่ารายได้เฉลี่ยของกลุ่ม จำนวนเงินทุนของกลุ่ม ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นจำนวนสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์ (2563) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาในการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติอนุมานได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษา พบว่าสภาพปัจจุบันปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) จากการสัมภาษณ์คือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านเงินทุนชุมชน ในด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มต้องการจะนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ แต่การจ่ายค่าวางสินค้าขายในโมเดิร์นเทรดสูงทำให้ไม่สามารถนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในห้างธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ได้ในด้านเงินทุนชุมชนสมาชิกกลุ่มจะนำข้าวมาจำหน่ายพร้อม ๆ กันในช่วงเดือนพฤศจิกายนถึงมกราคมแต่กลุ่มสามารถรับซื้อได้เพียงร้อยละ 50 เนื่องจากมีปัญหาสภาพคล่องทางการเงิน สำหรับกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) จากการพิจารณากลยุทธ์ส่วนประสม

ทางการตลาดเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้านดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านราคาโดยรวม

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อยู่ในระดับมาก และระดับปานกลางเท่ากัน ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โดยรวมอยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมการขายโดยรวมอยู่ในระดับน้อย และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) พบว่ากลยุทธ์ทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนกลยุทธ์ด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์)

รัชนิ รูปลหล่อ (2563) ศึกษาเรื่อง การจัดการทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อนบ้านหนองคาง การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการจัดการทางการตลาด และระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อนบ้านหนองคาง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้นำ ตัวแทนกลุ่ม และสมาชิกจำนวน 48 ราย ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การตีความ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการจัดการทางการตลาด และการผลิตแบบมีพันธะสัญญา ทำให้ผลผลิตของสมาชิกมีตลาดรองรับที่แน่นอน และราคามีเสถียรภาพ ระดับความสำคัญของการจัดการส่วนประสมทางการตลาดพบว่าการจัดการด้านผลิตภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ด้านราคามีความสำคัญมาก การจัดจำหน่ายมีความสำคัญมาก และการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญน้อย

รัชดา ภัคดียิ่ง (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงาน 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน และ 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น ที่ผ่านการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในระดับดี จำนวนทั้งสิ้น 192 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า 1) สภาพการดำเนินงาน ด้านการจัดการสินค้า/บริการ และการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมาก รองลงมาด้านการบริหารจัดการ ด้านผู้นำ ด้านการจัดการด้านการตลาด ด้านระบบการเงินและการจัดสรรรายได้ ด้านการบริหารสมาชิกและการมีส่วนร่วม ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร

และการสร้างเครือข่าย ตามลำดับ 2) เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบให้สำหรับใช้ในการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เขียนได้เห็นว่าประโยชน์ในการศึกษาไม่มากนัก จึงได้จัดทำเอกสารฉบับนี้ขึ้น เพื่อเป็นเอกสารประกอบการเรียนการสอน และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น 8 ปัจจัย และ 3) เสนอแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนใน จังหวัดขอนแก่น ควรดำเนินการใน 8 ด้านดังนี้ 1) ด้านการบริหารจัดการ 2) ด้านคุณภาพและ มาตรฐาน 3) ด้านภาวะผู้นำ 4) ด้านการบริหารการตลาด 5) ด้านเครือข่าย 6) ด้านการมีส่วนร่วมของ สมาชิก 7) ด้านบัญชี/การเงิน และ 8) ด้านการจัดการความรู้

รัตนา ดีเลิศ และ ผกาพรรณ อันตระกูล (2564) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจ ชุมชนไม้กวาดบ้านเนินสะเดาหมู่ที่ 10 ตำบลหนองตาว อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ การ วิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนไม้กวาด 2) เพื่อศึกษาแนวคิด และวิธีการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนไม้กวาดบ้าน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่าง การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ประชากร กลุ่มเป้าหมายที่ได้จากการคัดเลือกแบบเจาะจง บ้านเนินสะเดา หมู่ที่ 10 ตำบลหนองตาว อำเภอ บรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 55 ราย กลุ่มตัวอย่างเจาะจงเลือกจากผู้นำชุมชน และ ตัวแทนสมาชิกกลุ่มอาชีพไม้กวาดจำนวน 15 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และ แบบสอบถาม จัดเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการใช้สถิติค่าเฉลี่ยและร้อยละ ผล การศึกษาพบว่า 1) ด้านการบริหารองค์กรมีการวางแผนการดำเนินงาน มีการกำหนดโครงสร้าง แบ่ง หน้าที่ในความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการร่วมมือและความสามัคคีระหว่างสมาชิกกลุ่ม 2) ด้านการผลิต มีการวางแผนการผลิตและแผนการจำหน่ายในรูปแบบการค้าปลีก การค้าส่ง การสร้าง เครือข่ายไม้กวาด 3) การตลาด มีการจัดจำหน่ายทั้งตลาดภายนอกและตลาดภายในชุมชน มี ประชาสัมพันธ์สินค้าให้กับผู้บริโภคให้ได้รับทราบโดยผ่านสื่อต่าง ๆ 4) การเงินและการบัญชี มีการ จัดทำบัญชีอย่างมีระบบ มีคณะกรรมการทำงาน มีหลักฐานรายรับ รายจ่ายเป็น 5) ด้านสวัสดิการ จัดสรรผลกำไรประจำปีให้กับสมาชิกในกลุ่ม จัดสวัสดิการให้กับสมาชิกในกลุ่ม เช่น เงินช่วยเหลือค่า ปลงศพ เงินกู้ เป็นต้น

วรินทร์ธร ธรสาสรสมบัติ (2564) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีคุณภาพของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการบริหารงานอย่างมีคุณภาพ (BSC) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก มะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และ 2) เพื่อเสนอกลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีดุลย ภาพ (BSC) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวิธีการ สัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งหมด 24 คน ประกอบด้วย หัวหน้าวิสาหกิจชุมชน และ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว จาก 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว

อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้ตามรอยพระราชดำริ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิต เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ในการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองเท้า วิสาหกิจชุมชนชนชนมไทยโบราณและจักสานก้านมะพร้าวบางช้าง และกลุ่มจักสานก้านมะพร้าวน้ำตาลท่าคา ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ รวบรวม ตัดทอนประเด็นที่เกี่ยวข้องและหาข้อสรุป เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสม ผลการศึกษา พบว่า ผลการวิจัยพบว่าการบริหารงานอย่างมีคุณภาพ (BSC) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1) ด้านลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจะเป็นลูกค้านอกท้องถิ่น ส่วนใหญ่จะเดินทางมาเที่ยวหรือพักผ่อน แล้วจึงเข้ามาเลือกซื้อสินค้าเพื่อซื้อเป็นที่ระลึก สำหรับลูกค้าในท้องถิ่นจะซื้อเพื่อใช้ในครัวเรือน โดยจะกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากราคาไม่แพง 2) ด้านการเงิน อัตรารายได้ในรอบปีของกลุ่มเป้าหมาย ของกลุ่มศูนย์เรียนรู้ตามรอยพระราชดำริ มีอัตราเพิ่มของรายได้อยู่ระหว่าง 45,000-80,000 บาท เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย ส่วนกลุ่มอื่น ๆ อยู่ระหว่าง 15,000-30,000 บาท เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างจำกัด 3) ด้านกระบวนการภายใน มีการกำหนดโครงสร้างในรูปแบบหัวหน้าวิสาหกิจชุมชน คณะกรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน โดยรูปแบบจะดำเนินงานโดยประธาน รองประธาน และเลขา ซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน เนื่องจากไม่ได้กำหนดบทบาทหน้าที่ และ 4) ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต ไม่มีความรู้ในการต่อยอดสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และไม่มีทนายทที่ช่วยสืบทอดต่อไป และผลการวิจัยกลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีคุณภาพ (BSC) ของกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงครามพบว่า 1) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ 2) กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลาย 3) กลยุทธ์การให้บริการที่ดี และสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย 4) กลยุทธ์การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 5) กลยุทธ์การขนส่งที่มีคุณภาพ ควรเลือกใช้บริการขนส่งภาคเอกชน เข้ามามีส่วนช่วย เพื่อการขนส่งที่ครบถ้วน และรวดเร็ว 6) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก ควรเลือกใช้สื่อประชาสัมพันธ์สินค้าวิสาหกิจชุมชนให้มีความเหมาะสมกับยุคสมัย และทำอย่างต่อเนื่อง และ 7) กลยุทธ์การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้สูงสุด ควรพัฒนาคนที่มีความรู้ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในวิชาชีพเกี่ยวกับสินค้าวิสาหกิจชุมชน

2.8.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Anne Ngima Kinyua. (2014) ศึกษาเรื่อง Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises in the Jua Kali Sector In Nakuru Town, Kenya การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม การศึกษาใช้การออกแบบการวิจัยเชิงสำรวจ และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นอย่างง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากผู้ตอบแบบสอบถาม 262 คนโดยใช้แบบสอบถามที่มีโครงสร้าง ข้อมูลที่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วิเคราะห์ที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน และนำเสนอผ่านตัวเลขตารางและเปอร์เซ็นต์ ผลการศึกษาพบว่า การเข้าถึงแหล่งการเงินที่มีศักยภาพจะส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทักษะในการจัดการพบว่ามีผลกระทบทางบวกและอย่างมีนัยสำคัญต่อประสิทธิภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปัจจัยสภาพแวดล้อมมหภาค พบว่ามีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ และโครงสร้างพื้นฐานไม่ได้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานขอวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษายังระบุด้วยว่าการดำเนินงานเพิ่มขึ้น ทำให้ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น การเข้าถึงทางแหล่งการเงินผ่านข้อเสนอและเงื่อนไขการปล่อยสินเชื่อที่ดีขึ้น และความต้องการหลักประกัน มุ่งเน้นไปที่การได้รับทักษะการจัดการที่เหมาะสม เช่น ทักษะด้านการเงิน การตลาด ผู้ประกอบการและเสริมสร้างสภาพแวดล้อมในระดับมหภาคอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร

Grisna Anggadwita and Qaanita Yuuha Mustafid. (2014) ศึกษาเรื่อง Identification of Factors Influencing the Performance of Small Medium Enterprises (SMEs) การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสนอกรอบแนวคิดในการวัดประสิทธิภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งมีหลายปัจจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการ ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมและความยั่งยืน วิธีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยทำการสำรวจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจในอินโดนีเซีย การเพิ่มจำนวนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทำให้การแข่งขันทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ต้องหากลยุทธ์เพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ และสามารถขยายธุรกิจได้ ซึ่งจากการวัดผลการปฏิบัติงานสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ยังไม่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายนัก เช่น การวัดประสิทธิภาพ ผลจากการศึกษาครั้งนี้ เป็นกรอบแนวคิดในการวัดผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการวัดผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Che Mohd Zulkifli Che Omar and Nurdiana Mohd Nor Azmi. (2015) ศึกษาเรื่อง Factors Affecting the Success of Bumiputera Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย และปัจจัยที่นำไปสู่การเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ซึ่งในยุคโลกาภิวัตน์ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสามารถสร้างโอกาสในการจ้างงานสำหรับชุมชนในชนบท และในเมือง เป็นการเพิ่มรายได้ของชาติ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย ได้แก่ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จุดอ่อนด้านการจัดการความล้มเหลวด้านการตลาด และปัญหาการได้รับเงินสนับสนุนจากภายนอก ปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ปัญหาในการทำตลาดผลิตภัณฑ์ในซูเปอร์มาร์เก็ต และการขาดแคลนวัตถุดิบ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเหล่านี้

Mark Turner and Others. (2016) ศึกษาเรื่อง Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทของรัฐบาลไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจ ผ่านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) 2) สำรวจการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และ 3) ประเมินผลของนโยบายส่งเสริมการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้รับการพิจารณาในแง่ของผลกระทบต่อนโยบายในอนาคต ผลการศึกษาพบว่า 1) รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืนและมั่นคง ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2) ความร่วมมือที่ระหว่างรัฐ และภาคเอกชนเป็นสิ่งที่สำคัญในการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และ 3) การบูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ควรได้รับการปรับปรุงเพื่อให้มีแนวทางแบบครบวงจร และการให้ความสำคัญกับคุณภาพของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนในอนาคต

Mir Shahid Satar and Shibu John. (2016) ศึกษาเรื่อง A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุและวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของกิจการเพื่อสังคมที่ดำเนินงานในสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แตกต่างกันในอินเดีย ซึ่งกิจการเพื่อสังคมเป็นแนวความคิดที่เติบโตอย่างรวดเร็วไปทั่วโลก กิจการเพื่อสังคมเกิดขึ้นเนื่องจากศักยภาพในการแก้ปัญหาทางสังคม ส่งผลให้เศรษฐกิจและสังคมทั่วโลกเติบโตอย่างยั่งยืน แต่อย่างไรก็ตามบทบาทของกิจการเพื่อสังคมในการพัฒนาเศรษฐกิจมีความความไม่แน่นอนทางทฤษฎี จึงทำให้บุคคลต่างๆ ไม่ทราบถึงการทำงานและการจัดการของกิจการเพื่อสังคม ผลจากการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญ 13 ประการ ที่เอื้อต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม ได้แก่ 1. ทักษะการวางแผนธุรกิจ 2. การปฐมนิเทศผู้ประกอบการ 3. ความเป็นผู้นำ 4. เครือข่าย 5. นวัตกรรมทางการเงิน 6. การวางแผน 7. การตลาดกิจการเพื่อสังคม 8. ส่วนร่วมของชุมชน 9. ทุนมนุษย์ 10. วัฒนธรรมองค์กร 11. การประเมินผลกระทบทางสังคม 12. นวัตกรรม และ 13. การสนับสนุนจากรัฐบาล

Peter Jenner. (2016) ศึกษาเรื่อง The role of the intermediary in social enterprise sustainability: an international comparative study การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการวิจัยระหว่างประเทศในปัจจุบันกับข้อค้นพบในอดีตในเรื่องการตรวจสอบบทบาทของผู้นำที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนากิจการเพื่อสังคมที่ยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการแบบผสมผสาน ผสมผสานกับการสำรวจ และการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยศึกษาเกี่ยวกับผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม

จำนวน 93 ราย จากสกอตแลนด์และออสเตรเลีย ผลการศึกษาพบว่า ผู้นำองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร รวมถึงบทบาทด้านการเงิน เครือข่ายการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และการสนับสนุนการพัฒนาผู้ผลิตในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมสำหรับชุมชน

Young-Chool Choi and Hak-Sil Kim (2018) ศึกษาเรื่อง Success Factors of the Local Food Movement and their Implications: The Case of Wanju-gun, Republic of Korea การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ระบุปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการผลิตอาหารพื้นเมือง และเพื่อศึกษาเกี่ยวกับมาตรการในการขยายนโยบายการส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นเมืองในพื้นที่อื่นๆ จากการรวบรวมข้อมูลกระบวนการผลิตอาหารในพื้นที่เมืองของ รวมทั้งข้อมูลจากเว็บไซต์ และการรายงานข่าว ได้นำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จของกระบวนการผลิตอาหารในพื้นที่เมือง ซึ่งมีนโยบายส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายอาหารพื้นเมือง เพื่อแก้ไขปัญหาชุมชนในชนบทที่กำลังประสบปัญหาอยู่ นโยบายดังกล่าวไม่เพียงมุ่งเน้นการสร้างผลกำไรให้กับเกษตรกรเท่านั้น แต่ยังเป็นการฟื้นฟูชุมชนในพื้นที่ชนบทและฟื้นฟูฐานการดำรงชีวิตของบุคคลในพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่า ภายในจังหวัด Jeollabuk-do ได้รับการยกย่องให้เป็นชุมชนตัวอย่างที่ประสบความสำเร็จในเรื่องของการดำเนินนโยบายมากที่สุด ได้มีการส่งเสริมการผลิตอาหารพื้นเมืองให้เป็นธุรกิจหลักและยังส่งเสริมด้านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การปฏิรูปการเกษตรในท้องถิ่นสู่ระบบการผลิตที่มีปริมาณมากขึ้น การให้ความรู้แก่เกษตรกร และการนำเข้าสู่ตลาดด้านการผลิตอาหารพื้นเมือง

2.9 สรุป

จากการศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร สามารถสรุปแนวคิด และทฤษฎี ดังแสดงในตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Kotler & Keller	2012	ส่วนประสมทางการตลาด	1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด
Wheelen L. Thomas and Hunger J David	2012	ส่วนประสมทางการตลาด	1. ผลิตภัณฑ์ 2. ช่องทาง 3. ส่วนส่งเสริมการตลาด 4. ราคา
ชาญชัย อาจินสมาจาร	2551	ส่วนประสมทางการตลาด	1. ผลิตภัณฑ์ ต้องมีสรรพประโยชน์ และ คุณค่า 2. ราคา เปรียบเทียบระหว่างคุณค่า ของผลิตภัณฑ์กับราคาของผลิตภัณฑ์ 3. การจัดจำหน่าย ประกอบด้วยสถาบัน และกิจกรรม 4. การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ	2552	ส่วนประสมทางการตลาด	เครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมายหรือเป็นส่วนที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาด
หทัยทิพย์ แดงปิว	2559		ตัวแปรทางการตลาดทางด้านบริการที่สามารถควบคุมได้ และใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
กฤษฎี ชนะชัย	2561	ส่วนประสมทางการตลาด	การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ จำหน่ายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม รวมถึงมีการกระจายผลิตภัณฑ์ด้วยความพยายามสูงใจให้เกิดความชอบในผลิตภัณฑ์
Fayol	1961	การจัดการ	กระบวนการ 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม หรือเรียกว่า “POCCC”
Gulick & Others	1973	การจัดการ	หน้าที่สำคัญ 7 ประการ คือ การวางแผนงาน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ หรือ เรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCORB”
Koontz & Weihrich	1988	การจัดการ	การดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัยปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ คน เงิน วัสดุ และสิ่งของ
Ricky W. Griffin	1999	การจัดการ	เป็นชุดของหน้าที่ต่าง ๆ ที่กำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
วาทีน ประชนันท์	2557	การจัดการ	1. เป้าหมาย 2. ปัจจัยการจัดการ 3. ลักษณะของการจัดการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Fayol	1961	การจัดการ	กระบวนการ 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชา การประสานงาน และการควบคุม หรือเรียกว่า “POCCC”
Gulick & Lyndall	1973	การจัดการ	หน้าที่สำคัญ 7 ประการ คือ การวางแผนงาน การจัดองค์การ การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และการงบประมาณ หรือ เรียกสั้น ๆ ว่า “POSDCORB”
เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร	2559	การจัดการ	1. คน 2. เงิน 3. วัสดุ 4. การจัดการ 5. เครื่องจักร 6. วิธีปฏิบัติ 7. ขวัญและกำลังใจ
Hersey & Blanc	1993	ภาวะผู้นำ	1. ผู้นำ 2. ผู้ตาม 3. สถานการณ์
DuBrin	1998	ภาวะผู้นำ	บุคคลที่ทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้า และบรรลุผลสำเร็จโดยเป็นผู้ที่มีบทบาทแสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใต้บังคับบัญชา
Koontz & Weihrich	1988	ภาวะผู้นำ	ศิลปะของการใช้อิทธิพลต่อบุคคลอื่น เพื่อให้เขามีความเต็มใจ และกระตือรือร้นในการปฏิบัติงานจนประสบความสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
วาร์โร เฟ็งสวัสตี้	2554	ภาวะผู้นำ	1. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ 2. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม 3. ทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ 4. ทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงบูรณาการ
เอมอร์ จันทบุลย์	2560	ภาวะผู้นำ	กระบวนการของการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ให้เข้าใจและเห็นพ้องกับสิ่งที่ต้องการทำให้สำเร็จ เพื่อผลสำเร็จในวัตถุประสงค์ร่วมกัน
William Erwin	1976	การมีส่วนร่วม	กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงาน
Cohen & Uphoff	1981	การมีส่วนร่วม	1. การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร 2. การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ 3. การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน 4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ
Putti	1987	การมีส่วนร่วม	พื้นฐานของกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้การบริหารจัดการมีลักษณะกว้าง
เฉลียว บุรีภักดี และคณะ	2545	การมีส่วนร่วมของชุมชน	1. การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ 2. การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน 3. การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
ยุพาพร รุปงาม	2545	การมีส่วนร่วม	1. ทฤษฎีการเกลี้ยกล่อมมวลชน 2. ทฤษฎีการระดมสร้างขวัญของ คนในชาติ 3. ทฤษฎีสร้างความรู้สึกร่วมกัน 4. ทฤษฎีการสร้างผู้นำ 5. ทฤษฎีการใช้วิธีและระบบ ทางการบริหาร
โกวิทย์ พวงงาม	2545	การมีส่วนร่วม	1. การมีส่วนร่วมในการค้นหา ปัญหาและสาเหตุของปัญหาแต่ละ ท้องถิ่น 2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน ดำเนินกิจกรรม 3. การมีส่วนร่วมในการลงทุน และการปฏิบัติงาน 4. การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผลงาน
สัญญา เคนาภูมิ	2551	การมีส่วนร่วม	การที่สมาชิกได้มีโอกาสร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมวางแผน ร่วม ปฏิบัติตามโครงการ ร่วมติดตาม ประเมินผลเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
เมตต์ เมตต์การุณจิต	2553	การมีส่วนร่วม	การเปิดโอกาสให้บุคคล มีส่วน ร่วมในกิจกรรม ในลักษณะของ การร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วม ตัดสินใจ และร่วมติดตามผล
Schein	1970	ประสิทธิภาพ	สมรรถนะขององค์กรในการอยู่ รอด ปรับตัว รักษาสภาพ และ เติบโต
Ford & Others	1988	ประสิทธิภาพ	ระดับความสามารถในการผลิตที่ ก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่ องค์กรกำหนดไว้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Kaplan & Norton	1998	ประสิทธิผล	1. มุมมองด้านการเงิน 2. มุมมองด้านลูกค้า 3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน 4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา
ธงชัย สันติวงษ์	2537	ประสิทธิผล	1. ช่วยตรวจสอบวัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์การ 2. ประเมินผลการดำเนินงานกับแผนงานที่กำหนด 3. ประเมินผลสำเร็จกับวัตถุประสงค์
ชูหนิง หลิน	2557	ประสิทธิผล	ผลสำเร็จจากการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้
มนูญ สมุทรชีวะ	2558	การประเมินประสิทธิผล การดำเนินงาน	1. การประเมินขณะปฏิบัติงาน 2. การประเมินเมื่อเสร็จงาน 3. การประเมินเมื่อเกิดผลสมบูรณ์
ลักขณา ศิริวรรณ	2560	เกณฑ์การวัดความมี ประสิทธิผลการดำเนินงาน	1. ด้านการเงิน 2. ด้านลูกค้า 3. ด้านกระบวนการภายใน 4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา
แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ และคณะ	2561	ประสิทธิผล	การที่ผู้นำได้ใช้ความสามารถ ทำงานที่ได้รับมอบหมายให้บรรลุ เป้าหมาย
ทัศนีย์ เชาว์วิเศษ	2555	ลักษณะวิสาหกิจชุมชน	1. วิสาหกิจชุมชนขั้นพื้นฐาน 2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า
ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร	2556	ตลาดวิสาหกิจชุมชน	1. ตลาดพอเพียง 2. ตลาดผูกพัน 3. ตลาดบริโภค

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
วรรณพงศ์ ช่วยรักษา	2560	วิสาหกิจชุมชน	กิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มกันของบุคคลในชุมชน เพื่อสร้างโอกาสและรายได้ของชุมชนฐานรากให้สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน
ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ	2560	วิสาหกิจชุมชน	การที่บุคคลในชุมชนร่วมมือกันทำสิ่งใด ๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน และการจัดการตลาด
กรมสรรพากร	2560	รูปแบบวิสาหกิจชุมชน	1. บุคคลธรรมดา 2. นิติบุคคล
กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย	2560	ลักษณะสำคัญของวิสาหกิจชุมชน	1. ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ 2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน 3. ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน 4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานภูมิปัญญาสากล 5. ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ 6. มีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ 7. พึ่งตนเองของครอบครัวและชุมชนเป้าหมาย
ชมพูนุท ศรีพงษ์ และคณะ	2562	ประโยชน์วิสาหกิจชุมชน	เป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
ศิริอมร กาวีระ	2560	แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก	1. ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค 2. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาให้โดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะ 3. ด้านราคา กำหนดราคาโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง 4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน 5. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น
ดุชนันท์ นาคเรือง และคณะ	2560	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา	ด้านการบริหารการเงิน การตลาด และด้านคุณลักษณะของสมาชิก มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน
ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ	2560	กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการบริหาร กับ ประสิทธิภาพ มีความสัมพันธ์ทางบวก
ทักษิญา สง่าโยธิน	2560	ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ ความสามัคคีในกลุ่ม ระบบการบริหารจัดการที่ดี เงินทุน การสนับสนุนจากภาครัฐ ความสามารถในการผลิต การสนับสนุนจากภายนอก ผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ การมีตลาดรองรับที่แน่นอน การทำบัญชี ระบบการสื่อสาร ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ ความพร้อมของเครื่องมือ การใช้ทรัพยากร และกฎข้อบังคับทางสิ่งแวดล้อม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
จิรภา คุ่มสุวรรณ และปาณิสรา คงปัญญา	2561	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์	ปัจจัยด้านการบริหารจัดการส่งผลต่อวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านการวางแผน การจัดการกลุ่ม การจัดคนเข้าทำงาน การสั่งการ การประสานงาน การรายงาน และการจัดทำงบประมาณ
ชูเกียรติ พงศ์พนา พิพัฒน์	2563	กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์)	กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ยกเว้นด้านราคาไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จ
รัชณี รูปหล่อ	2563	การจัดการทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อนบ้านหนองคาง	ความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการจัดการทางการตลาด และการผลิตแบบมีพันธะสัญญา
รัชดา ภักดิ์ยิ่ง	2563	การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น	ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านบริหารจัดการ ด้านคุณภาพและมาตรฐาน ด้านภาวะผู้นำ ด้านการบริหารการตลาด ด้านเครือข่าย ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ด้านบัญชี/การเงิน และด้านการจัดการความรู้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
รัตนา ดีเลิศ และ ผกาพรรณ อันตระกูล	2564	ปัจจัยความสำเร็จของ วิสาหกิจชุมชนไม้กวาด บ้านเนินสะเดาหมู่ที่ 10 ตำบลหนองตาตู อำเภอ บรรพตพิสัย จังหวัด นครสวรรค์	ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจ ชุมชน ได้แก่ ด้านการบริหาร องค์กร ด้านการผลิต ด้าน การตลาด ด้านการเงินและการ บัญชี และด้านสวัสดิการ
วรินทร์ธร ธราสรสมบัติ	2564	กลยุทธ์การบริหารงาน อย่างมีคุณภาพของ วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก มะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีดุลย ภาพ ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐาน การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย การให้บริการที่ดี การนำระบบ เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วน ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การขนส่งที่มีคุณภาพ การ ประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร
Anne Ngima Kinyua	2014	Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises in the Jua Kali Sector In Nakuru Town, Kenya	การเข้าถึงแหล่งการเงินที่มี ศักยภาพ ทักษะในการจัดการที่ เหมาะสม การเสริมสร้างสภาพ สิ่งแวดล้อมระดับมหภาค ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพขององค์กร
Grisna Anggadwita and Qaanita Yuuha Mustafid	2014	Identification of Factors Influencing the Performance of Small Medium Enterprises (SMEs)	ปัจจัยที่มีความสำคัญกับการวัดผล ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ได้แก่ ผู้ประกอบการ ความสามารถของ ทรัพยากรมนุษย์ นวัตกรรมและ ความยั่งยืน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Che Mohd Zulkifli Che Omar and Nurdiana Mohd Nor Azmi	2015	Factors Affecting the Success of Bumiputera Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ การจัดการ การตลาด เงินสนับสนุนจากภายนอก แรงงานที่มีทักษะ การทำตลาดของผลิตภัณฑ์ ความเพียงพอของวัตถุดิบ
Mark Turner and Others	2016	Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development	รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมถึงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน
Mir Shahid Satar and Shibu John	2016	A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises	ปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคม ได้แก่ ทักษะการวางแผนธุรกิจ การปฐมนิเทศผู้ประกอบการ ความเป็นผู้นำ เครือข่าย นวัตกรรมทางการเงิน การวางแผน การตลาดเพื่อสังคม ส่วนร่วมของชุมชน ทูมมนุษย์ วัฒนธรรมองค์กร การประเมินผล กระบวนการสังคม นวัตกรรม และการสนับสนุนจากรัฐบาล
Peter Jenner	2016	The role of the intermediary in social enterprise sustainability: an international comparative study	ผู้นำ บทบาททางการเงิน เครือข่ายการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ การสนับสนุนการพัฒนาผู้ผลิตในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ข้อสรุปแนวคิด และทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย (ต่อ)

ชื่อผู้เขียน	ปีที่เขียน	ทฤษฎีและงานวิจัย	ข้อค้นพบ
Young-Chool Choi and Hak-Sil Kim	2018	Success Factors of the Local Food Movement and their Implications: The Case of Wanju-gun, Republic of Korea	การปฏิรูปการเกษตรในท้องถิ่นสู่ ระบบการผลิตให้มีปริมาณมากขึ้น การให้ความรู้แก่เกษตรกร และ การนำเอาผลผลิตเข้าสู่ตลาดด้าน การผลิตอาหารพื้นเมือง ส่งผลต่อ ความสำเร็จของการผลิตอาหาร พื้นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Infinite Population) ดังนั้นสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของคอคแรน (W.G. Cochran) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน

$$\text{จากสูตร } n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P = แทนสัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการสุ่ม 0.50

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Z = แทนระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05)

$$\begin{aligned}\text{แทนค่าในสูตร } n &= \frac{(0.05)(1-0.05)(1.96)^2}{(0.05)^2} \\ &= 384.16 \\ &\approx 385\end{aligned}$$

ดังนั้นขนาดกลุ่มตัวอย่างคือ 385 ราย

3.2.3 การสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามตำแหน่งงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 3.1 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

สถานที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงาน		
	ประธาน	คณะกรรมการ	สมาชิก
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีเพื่อการแปรรูป	1	4	44
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรพ้อตาหินช้าง	1	4	44
วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตเกษตรตำบลนากระตาม	1	4	44
วิสาหกิจชุมชนกล้วยเล็บมือนางนพเก้า	1	4	43
วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร	1	4	43
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพสตรีชั้นเงิน	1	4	43
กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแหลมยางนา	1	3	43
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านสวนทรัพย์	1	3	43
	8	30	347
รวมทั้งสิ้น	385 ราย		

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.1 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรต่าง ๆ ที่นำมาศึกษาในวิจัยเรื่องนี้มาสร้างเป็นแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร โดยเครื่องมือวิจัยจะประกอบได้ด้วย ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือน ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ โดยลักษณะแบบสอบถามจะเป็นการตรวจสอบรายการ (Check-List)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งจะประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และ ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ซึ่งจะประกอบด้วย 4 ด้าน ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับ ปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร โดยลักษณะแบบสอบถามปลายเปิด

ตารางที่ 3.2 โครงสร้างแบบสอบถาม

ส่วน	จำนวนข้อ	ข้อที่	มาตรวัด	สถิติที่ใช้
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 1) เพศ 2) อายุ 3) สถานภาพ 4) ระดับการศึกษา 5) รายได้สุทธิต่อเดือน 6) ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน 7) ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก	7	1-7	Nominal Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) - ค่าความถี่ (Frequency) - ค่าร้อยละ (Percentage)
ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน 1) ประเภทของธุรกิจ 2) ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ 3) กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	3	8-10	Nominal Scale	
ส่วนที่ 3 ปัจจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการตลาด	19	1-19	Interval Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) - การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Aritmetic Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
ส่วนที่ 4 ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน 1) ด้านการผลิต 2) ด้านการตลาด 3) ด้านภาวะผู้นำ 4) ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก 5) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	21	20-40	Interval Scale	2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 3.2 โครงสร้างแบบสอบถาม (ต่อ)

ส่วน	จำนวนข้อ	ข้อที่	มาตรวัด	สถิติที่ใช้
ส่วนที่ 5 ประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	17	41-57	Interval Scale	1. สถิติเชิงพรรณนา (Discriptive Statistic) - การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Aritmetic Mean) - ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
1) ด้านการเงิน				2. การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)
2) ด้านลูกค้า				หาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดแบบช่วง (Interval Scale)
3) ด้านกระบวนการภายใน				
4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา				
ส่วนที่ 6 ปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ				
รวม	67			

3.3.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือของการศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการศึกษา และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎี ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จิตวิทยาของนักท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยว จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือ งานวิจัย วิทยานิพนธ์ และเอกสารทางวิชาการอื่นๆ ที่ เพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาทำการสร้างแบบสอบถามในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 กำหนดสาระสำคัญ และขอบเขตของคำถามที่จะใช้ในแบบสอบถาม ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การทำวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง ที่ผ่านการตรวจสอบจากอาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ และประธานกรรมการที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามไปทำการตรวจสอบคุณภาพ ด้วยวิธีการหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

1) ค่าความเที่ยงตรง (Validity)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามฉบับร่างไปทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีเนื้อหาที่ถูกต้อง มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัย และมีภาษาที่เหมาะสม ด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence : IOC) ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขอความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่านที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เป็นผู้ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและมาตรวัดในข้อคำถาม ให้มีความครอบคลุมในประเด็นที่ต้องการศึกษาวิจัย จากนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน ที่ได้แนะนำเอาไว้ โดยใช้วิธีการพิจารณาดัชนีความสอดคล้อง IOC ซึ่งข้อคำถามใดที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.66-1.00 จะสามารถนำข้อคำถามนั้นไปใช้จริงในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ส่วนคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.66 จะทำการปรับปรุงแก้ไข หรืออาจจะทำการตัดข้อคำถามนั้นออกไปจากแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การพิจารณาคำถามในแต่ละของผู้ทรงคุณวุฒิเอาไว้ดังนี้

- ให้คะแนน +1 ถ้าคำถามนั้นมีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดอย่างแน่นอน
- ให้คะแนน 0 ถ้ายังไม่แน่นอนว่าคำถามนั้นมีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด
- ให้คะแนน -1 ถ้าคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องและตรงกับเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดอย่างแน่นอน

จากนั้นผู้วิจัยจึงจะนำค่าที่ได้มาคำนวณตามสูตรของ Rovineli and Hambleton (1977) โดยมีสูตรคำนวณ ดังนี้

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

โดยที่ IOC แทน ดัชนีความสอดคล้อง

$\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรงของเนื้อหาแล้วไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ต้องการศึกษาในงานวิจัยนี้

จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าข้อคำถามต่างๆ ในแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายตรงตามเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัตถุประสงค์ที่ต้องการเก็บข้อมูลหรือไม่ จากนั้นผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้แบบสอบถามนั้นมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะทำการใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างข้อคำถามกับคะแนนรวมของทุกคำถามในแบบสอบถาม (Corrected Item Total Correlation) ตั้งแต่ 0.8 ขึ้นไปเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับว่าข้อคำถามดังกล่าวเป็นข้อคำถามที่ดี และคัดเลือกมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม อย่างไรก็ตามได้มีการพิจารณาจากเกณฑ์การประเมินความเที่ยงตรงสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบัค (Cronbach Alpha Coefficient) ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α)	การแปลความหมายระดับความเที่ยง
มากกว่า 0.9	ดีมาก
มากกว่า 0.8	ดี
มากกว่า 0.7	พอใช้
มากกว่า 0.6	ค่อนข้างพอใช้
มากกว่า 0.5	ต่ำ
น้อยกว่า หรือ เท่ากับ 0.5	ไม่สามารถรับได้

โดยงานวิจัยเรื่องนี้ ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.953 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 จึงถือว่าคำถามทั้งหมดผ่านเกณฑ์สามารถนำไปใช้ในแบบสอบถามได้

ขั้นตอนที่ 5 นำไปปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำแบบสอบถามนั้นไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ได้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 วิธี ดังนี้

วิธีที่ 1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการใชแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จำนวน 385 ราย

วิธีที่ 2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่มีการศึกษาไว้แล้ว จากสื่อต่าง ๆ อันได้แก่ หนังสือ บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ทางด้านงานวิจัย เป็นต้น

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการคำนวณ และบรรยายเชิงพรรณนา ซึ่งมีรายละเอียดการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร วิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่อทำการอธิบายลักษณะของสิ่งที่ต้องการจะศึกษาในกลุ่มแต่ละกลุ่ม โดยไม่อ้างอิงไปยังกลุ่มอื่น ๆ สถิติที่ใช้ในส่วนนี้ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ ค่าความถี่ (Frequency)

ขั้นตอนที่ 2 ทำการพยากรณ์ระดับการส่งผลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร และ ทำการพยากรณ์ระดับการส่งผลของปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร โดยใช้ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาระดับการมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทแบบช่วง (Interval Scale)

3.5.1 เกณฑ์การให้คะแนนระดับความคิดเห็นในแบบสอบถาม

แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัยนี้มีลักษณะให้คะแนนเป็นค่าความคิดเห็น 5 ระดับ เป็นการวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Rating Scale) โดยมีระดับความคิดเห็นดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง ระดับเห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนน 4 หมายถึง ระดับเห็นด้วยมาก

ระดับคะแนน 3 หมายถึง ระดับเห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนน 2 หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนน 1 หมายถึง ระดับเห็นด้วยน้อยที่สุด

3.5.2 เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนในแบบสอบถาม

ระดับความสำคัญของ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้จัดเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด จากนั้นหาค่าเฉลี่ย โดยกำหนดความหมาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.5.3 การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

เบี่ยงเบนมาตรฐาน ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การแปลความหมายด้วยเทคนิค 27% ของ จุง เทห์ ฟาน (Jung The Fen อ้างอิงใน ประคอง กรรณสูตร, 2542) ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าน้อยกว่า 1.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวน้อย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่าระหว่าง 1.00 – 2.00 หมายถึง ข้อมูลค่อนข้างมีการกระจาย

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีค่ามากกว่า 2.00 หมายถึง ข้อมูลมีการกระจายตัวมาก

3.5.4 การพิจารณาความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) คือค่าที่ใช้ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวกับตัวแปรตาม ที่มีการวัดระดับแบบช่วง (Interval Scale) โดยสามารถแปลความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณจากโปรแกรมสำเร็จรูปได้ดังนี้

1) B Coefficients เป็นค่าสัมประสิทธิ์ในสมการ $Y = a + bX_1 + cX_2 + dX_3$ ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ซึ่งเป็นผลที่ต้องการในงานวิจัย ถ้าหากค่า B Coefficients เป็นเครื่องหมายบวก จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงบวก และถ้าหากค่า B Coefficients เป็นเครื่องหมายลบ จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในเชิงลบ หรือ ความเป็นตรงกันข้ามกัน

2) Beta แสดงให้เห็นถึงตัวแปรอิสระตัวใด มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมากหรือน้อยกว่ากัน ถ้าหากค่า Beta ของตัวแปรอิสระใดมีค่ามากกว่าโดยไม่สนใจเครื่องหมาย แปลว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นจะมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามมาก

3) R-Square เป็นค่าที่แสดงให้เห็นถึง สมการที่ได้จะมีความแม่นยำกี่เปอร์เซ็นต์

4) Std. Error เป็นค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยของแต่ละตัวแปรอิสระ

5) Tolerance และ VIF หากมีค่า Tolerance ที่เข้าใกล้ 0 และ ค่า VIF มีค่าเกินกว่า 10 หมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองสูง ดังนั้นควรจะต้องตัดตัวแปรที่มีค่า VIF สูงสุดออก แล้วทำการวิเคราะห์ใหม่

6) Significant หรือ ค่า Sig ในตาราง ANOVA มีค่าต่ำกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า สมการนั้นมีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามค่า Sig. ในตาราง Coefficients สามารถเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บอกถึงตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามหรือไม่ หากค่า Sig. มีค่าต่ำกว่า 0.05 จะหมายความว่าตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ หากค่า Sig. มีค่ามากกว่า 0.05 จะหมายความว่าตัวแปรอิสระไม่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญ และสามารถตัดออกจากสมการคำตอบได้

7) t เป็นค่าสถิติที่ของการทดสอบ t ใช้ในการทดสอบว่าตัวแปรอิสระตัวใดควรนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ได้บ้าง ถ้าหากว่าค่า t มีค่าสูงอย่างมีนัยสำคัญ จะหมายความว่า สามารถนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ได้ และถ้าหากค่า $t > 2.58$ จะหมายความว่า มีความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติ 0.01 (sig**) และถ้าหากค่า $t > 1.96$ จะหมายความว่า มีความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (sig*)



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในเขตจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 5 ผลการศึกษาระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตอนที่ 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ ตำแหน่งงาน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

n=385

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	114	29.61
หญิง	271	70.39
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน คิดเป็นร้อยละ 70.39 และเป็นเพศชาย จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

n=385

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30 ปี	56	14.55
31-40 ปี	125	32.47
41-50 ปี	141	36.62
50 ปีขึ้นไป	63	16.36
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.62 รองลงมา อายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 32.47 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 16.36 และอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.55 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ

n=385

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	97	25.19
สมรส	254	65.97
หม้าย/หย่าร้าง	34	8.83
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 65.97 รองลงมา คือ สถานภาพโสด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.19 และสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.83 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา

n=385

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	316	82.08
ระดับปริญญาตรี	66	17.14
สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.78
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 82.08 รองลงมา คือ ระดับปริญญาตรี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

n=385

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	267	69.35
15,000 – 30,000 บาท	89	23.12
30,001 – 45,000 บาท	28	7.27
45,001 – 60,000 บาท	1	0.26
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 267 คน คิดเป็นร้อยละ 69.35 รองลงมา คือ ระหว่าง 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 23.12 ระหว่าง 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.27 และระหว่าง 45,001 – 60,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.26 ตามลำดับ

ตารางตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน

n=385

ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ประธานกลุ่ม	8	2.08
คณะกรรมการ	30	7.79
สมาชิก	347	90.13
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน เป็นสมาชิก จำนวน 347 คน คิดเป็นร้อยละ 90.13 รองลงมา คือ คณะกรรมการ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.79 และประธานกลุ่ม จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.08 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

n=385

ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ปี	15	3.90
3-5 ปี	74	19.22
5-10 ปี	214	55.58
10 ปี ขึ้นไป	82	21.30
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 5-10 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 55.58 รองลงมา คือ 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.30 ระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 19.22 และต่ำกว่า 3 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.90 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ มีรายละเอียดดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทของธุรกิจ

n=385

ประเภทของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
การผลิตสินค้า	132	34.29
การค้าส่งและค้าปลีก	253	65.71
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในประเภทของธุรกิจการค้าส่งและค้าปลีก จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 65.71 และประเภทการผลิตสินค้า จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.29

ตารางที่ 4.9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

n=385

ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 3 ปี	0	0.00
3-5 ปี	35	9.09
5-10 ปี	164	42.60
10 ปี ขึ้นไป	186	48.31
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ 10 ปี ขึ้นไป จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.31 รองลงมา คือ ระหว่าง 5-10 ปี จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.60 และระหว่าง 3-5 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.09 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

n=385

กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	14	3.64
ข้าราชการ	77	20.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.75
พนักงานบริษัท	44	11.43
นักท่องเที่ยว	224	58.18
รวม	385	100.00

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ คือ นักท่องเที่ยว จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 58.18 รองลงมา คือ ข้าราชการ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พนักงานบริษัท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 และนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.64 ตามลำดับ

4.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.73	0.308	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.73	0.293	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.76	0.281	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.70	0.292	มากที่สุด
ภาพรวม	4.73	0.252	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.252) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.281) รองลงมา คือ ด้านราคา ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.293) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.308) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.292) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ด้านผลิตภัณฑ์	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	ความถี่	ความถี่	ความถี่	ความถี่	ความถี่			
1. ประเภทและขนาดของสินค้าหลากหลาย	303 (78.7)	76 (19.7)	6 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.456	มากที่สุด
2. สินค้ามีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ	311 (80.8)	69 (17.9)	5 (1.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.79	0.435	มากที่สุด
3. การออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์	272 (70.6)	109 (28.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70	0.483	มากที่สุด
4. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	276 (71.7)	105 (27.3)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71	0.478	มากที่สุด
5. การระบุข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด	283 (73.5)	90 (23.4)	12 (3.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70	0.521	มากที่สุด
ภาพรวม						4.73	0.308	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.308) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสินค้ามีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.435) รองลงมา คือ ประเภทและขนาดของสินค้าหลากหลาย ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.456) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.71$, S.D.=0.478) การออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.483) และการระบุข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.521) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านราคา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า	320 (83.1)	65 (16.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.83	0.375	มากที่สุด
2. ราคาสินค้าถูกเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน	284 (73.8)	93 (24.2)	8 (2.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72	0.495	มากที่สุด
3. การระบุราคาที่ชัดเจนของสินค้า	253 (65.7)	130 (33.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65	0.488	มากที่สุด
4. สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก	279 (72.5)	97 (25.2)	9 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.70	0.507	มากที่สุด
ภาพรวม						4.73	0.293	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.293) เมื่อพิจารณาเรียงเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.375) รองลงมา คือ ราคาสินค้าถูกเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.495) สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.507) และการระบุราคาที่ชัดเจนของสินค้า ($\bar{X}=4.65$, S.D.=0.488) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย	303 (78.7)	75 (19.5)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.463	มากที่สุด
2. สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวก	309 (80.3)	74 (19.2)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.80	0.415	มากที่สุด
3. การจัดวางสินค้าในร้านเป็นหมวดหมู่	257 (66.8)	124 (32.2)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66	0.497	มากที่สุด
4. สินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย	296 (76.9)	88 (22.9)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.430	มากที่สุด
5. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	310 (80.5)	72 (18.7)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.80	0.421	มากที่สุด
ภาพรวม						4.76	0.281	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.281) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวก และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$, S.D.=0.415 และ $\bar{X}=4.80$, S.D.=0.421 ตามลำดับ) รองลงมา คือ สินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.430) ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.463) และการจัดวางสินค้าในร้านเป็นหมวดหมู่ ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.497) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการส่งเสริม การตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. การให้ส่วนลดและ ของแถม	301 (78.2)	80 (20.8)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.445	มากที่สุด
2. การโฆษณาสินค้า ผ่านทางสื่อต่าง ๆ	262 (68.1)	116 (30.1)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66	0.511	มากที่สุด
3. ความรวดเร็วในการ ให้บริการของพนักงาน ขาย	280 (72.7)	103 (26.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72	0.460	มากที่สุด
4. การให้คำแนะนำ และตอบคำถาม เพิ่มเติมได้	294 (76.4)	88 (22.9)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.76	0.448	มากที่สุด
5. มีการบริการหลัง การขาย	246 (63.9)	129 (33.5)	10 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61	0.538	มากที่สุด
ภาพรวม						4.70	0.292	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$, S.D.=0.292) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยการให้ส่วนลดและของแถม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.445) รองลงมา คือ การให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้ ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.448) ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.460) การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.511) และมีการบริการหลังการขาย ($\bar{X}=4.61$, S.D.=0.538) ตามลำดับ

4.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.16 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการผลิต	4.74	0.286	มากที่สุด
2. ด้านการตลาด	4.74	0.240	มากที่สุด
3. ด้านภาวะผู้นำ	4.82	0.293	มากที่สุด
4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก	4.69	0.326	มากที่สุด
5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	4.72	0.320	มากที่สุด
ภาพรวม	4.74	0.228	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.228) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.82$, S.D.=0.293) รองลงมา คือ ด้านการผลิต ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.286) ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.240) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.320) และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ($\bar{X}=4.69$, S.D.=0.326) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการผลิต	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. วัตถุประสงค์เพียงพอต่อความต้องการในการผลิต	313 (81.3)	70 (18.2)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.81	0.408	มากที่สุด
2. กำลังการผลิตมีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า	268 (69.6)	115 (29.9)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.69	0.474	มากที่สุด
3. การตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต	280 (72.7)	103 (26.8)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72	0.460	มากที่สุด
4. ความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต	287 (74.5)	96 (24.9)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.74	0.451	มากที่สุด
ภาพรวม						4.74	0.286	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการผลิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.286) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยวัตถุประสงค์เพียงพอต่อความต้องการในการผลิต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.81$, S.D.=0.408) รองลงมา คือ ความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.451) การตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.460) และกำลังการผลิตมีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า ($\bar{X}=4.69$, S.D.=0.474) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.18 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการตลาด	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการผลิต	311 (80.8)	65 (16.9)	9 (2.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.78	0.465	มากที่สุด
2. มีการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย	288 (74.8)	91 (23.6)	6 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.73	0.477	มากที่สุด
3. มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน	289 (75.1)	94 (24.4)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.448	มากที่สุด
4. มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า	287 (74.5)	85 (22.1)	13 (3.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.71	0.523	มากที่สุด
5. ทราบกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน	290 (75.3)	91 (23.6)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.74	0.461	มากที่สุด
ภาพรวม						4.74	0.240	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.240) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการผลิต มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$, S.D.=0.465) รองลงมา คือ มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.448) ทราบกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.461) มีการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.477) และมีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า ($\bar{X}=4.71$, S.D.=0.523) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านภาวะผู้นำ	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ	327 (84.9)	56 (14.5)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.84	0.377	มากที่สุด
2. ผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้	310 (80.5)	71 (18.4)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.79	0.429	มากที่สุด
3. ผู้นำมีทัศนคติที่ดีและมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล	316 (82.1)	67 (17.4)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.82	0.402	มากที่สุด
4. ผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น	320 (83.1)	65 (16.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.83	0.375	มากที่สุด
ภาพรวม						4.82	0.293	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาวะผู้นำที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.82$, S.D.=0.293) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.84$, S.D.=0.377) รองลงมา คือ ผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.375) ผู้นำมีทัศนคติที่ดี และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล ($\bar{X}=4.82$, S.D.=0.402) และผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้ ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.429) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการมีส่วนร่วม ของสมาชิก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน	294 (76.4)	87 (22.6)	4 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.455	มากที่สุด
2. สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและลงทุน	246 (63.9)	128 (33.2)	11 (2.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.61	0.544	มากที่สุด
3. สมาชิกมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน	254 (66.0)	121 (31.4)	10 (2.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.63	0.534	มากที่สุด
4. สมาชิกมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม	296 (76.9)	84 (21.8)	4 (1.0)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.75	0.472	มากที่สุด
ภาพรวม						4.69	0.326	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$, S.D.=0.326) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่าทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยสมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน และสมาชิกมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.455 และ $\bar{X}=4.75$, S.D.=0.472) รองลงมา คือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน ($\bar{X}=4.63$, S.D.=0.534) และสมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและลงทุน ($\bar{X}=4.61$, S.D.=0.544) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ กับภายนอก	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา	298 (77.4)	81 (21.0)	5 (1.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.76	0.476	มากที่สุด
2. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการแหล่งเงินทุน	256 (66.5)	122 (31.7)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.65	0.515	มากที่สุด
3. การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย และออกบูธ	298 (77.4)	85 (22.1)	1 (0.3)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.77	0.448	มากที่สุด
4. การสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน	286 (74.3)	92 (23.9)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.72	0.486	มากที่สุด
ภาพรวม						4.72	0.320	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.320) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายและออกบูธ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.448) รองลงมา คือ การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา ($\bar{X}=4.76$, S.D.=0.476) การสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.486) และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการแหล่งเงินทุน ($\bar{X}=4.65$, S.D.=0.515) ตามลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.5 ผลการศึกษาระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผลการศึกษาระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

n=385

ประสิทธิผลการดำเนินงาน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิผล
1. ด้านการเงิน	4.73	0.282	มากที่สุด
2. ด้านลูกค้า	4.75	0.285	มากที่สุด
3. ด้านกระบวนการภายใน	4.78	0.261	มากที่สุด
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	4.72	0.311	มากที่สุด
ภาพรวม	4.74	0.242	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.242) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$, S.D.=0.261) รองลงมา คือ ด้านลูกค้า ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.285) ด้านการเงิน ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.282) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.311) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านการเงิน ในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการเงิน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การดำเนินงานเกิดความผิดพลาดและการสูญเสียทรัพยากรน้อยมาก	290 (75.3)	94 (24.4)	1 (0.3)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.439	มากที่สุด
2. การลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก	289 (75.1)	96 (24.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.433	มากที่สุด
3. การสร้างรายได้จากการเสาะหาตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ	246 (63.9)	131 (34.0)	8 (2.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.62	0.528	มากที่สุด
4. การใช้ทรัพยากรขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด	314 (81.6)	67 (17.4)	3 (0.8)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.80	0.436	มากที่สุด
ภาพรวม						4.73	0.282	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านการเงิน ในจังหวัดชุมพรในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, S.D.=0.282) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยการใช้ทรัพยากรขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$, S.D.=0.436) รองลงมา คือ การลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.433) การดำเนินงานเกิดความผิดพลาดและการสูญเสียทรัพยากรน้อยมาก ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.439) และการสร้างรายได้จากการเสาะหาตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ ($\bar{X}=4.62$, S.D.=0.528) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านลูกค้าในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านลูกค้า	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ลูกค้ามีความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ	306 (79.5)	76 (19.7)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.79	0.429	มากที่สุด
2. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น	297 (77.1)	86 (22.3)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.436	มากที่สุด
3. สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า	263 (68.3)	119 (30.9)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.68	0.485	มากที่สุด
4. การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข	298 (77.4)	87 (22.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.77	0.419	มากที่สุด
ภาพรวม						4.75	0.285	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านลูกค้าในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.285) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยลูกค้ามีความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.429) รองลงมา คือ การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.419) ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น ($\bar{X}=4.77$, S.D.=0.436) และสินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า ($\bar{X}=4.68$, S.D.=0.485) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านกระบวนการภายในในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านกระบวนการภายใน	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน	322 (83.6)	63 (16.4)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.84	0.370	มากที่สุด
2. การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด	306 (79.5)	76 (19.7)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.79	0.429	มากที่สุด
3. การสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ	287 (74.5)	98 (25.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.436	มากที่สุด
4. การพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอยู่เสมอ	290 (75.3)	88 (22.9)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.74	0.481	มากที่สุด
ภาพรวม						4.78	0.261	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านกระบวนการภายในในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$, S.D.=0.261) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยการแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.84$, S.D.=0.370) รองลงมา คือ การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.429) การสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.436) และการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอยู่เสมอ ($\bar{X}=4.74$, S.D.=0.481) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านการเรียนรู้และพัฒนาในจังหวัดชุมพร

n=385

ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับประสิทธิผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน	312 (81.0)	67 (17.4)	6 (1.6)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.79	0.441	มากที่สุด
2. การกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโดยการให้รางวัลหรือผลตอบแทน	256 (66.5)	127 (33.0)	2 (0.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.66	0.485	มากที่สุด
3. สมาชิกมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน	295 (76.6)	83 (21.6)	7 (1.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.475	มากที่สุด
4. สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน	290 (75.3)	92 (23.9)	3 (0.8)	0 (0.0)	0 (0.0)	4.75	0.454	มากที่สุด
5. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	265 (68.8)	106 (27.5)	13 (3.4)	1 (0.3)	0 (0.0)	4.65	0.558	มากที่สุด
ภาพรวม						4.72	0.311	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางด้านการเรียนรู้และพัฒนาในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, S.D.=0.311) เมื่อพิจารณารายเป็นรายข้อพบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับมากที่สุด โดยการจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.441) รองลงมา คือ สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.454) สมาชิกมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน ($\bar{X}=4.75$, S.D.=0.475) การกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโดยการให้รางวัลหรือผลตอบแทน ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.485) และการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=4.65$, S.D.=0.558)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่ออนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ส่วนร่วมในการดำเนินงานโดยการให้รางวัลหรือผลตอบแทน ($\bar{X}=4.66$, S.D.=0.485) และการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิกเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}=4.65$, S.D.=0.558) ตามลำดับ

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

4.6.1 การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้งหมด

การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) ของตัวแปรอิสระทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) ด้านราคา (X_2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) ด้านการผลิต (X_5) ด้านการตลาด (X_6) ด้านภาวะผู้นำ (X_7) ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก (X_8) และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (X_9)

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่ศึกษาทั้งหมด

ตัวแปร	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	X_6	X_7	X_8	X_9	VIF
$\bar{X}$	4.73	4.73	4.76	4.70	4.74	4.74	4.82	4.69	4.72	
S.D.	0.308	0.293	0.281	0.292	0.286	0.240	0.293	0.326	0.320	
X_1										2.396
X_2	.665**									2.244
X_3	.682**	.644**								3.016
X_4	.576**	.621**	.688**							2.479
X_5	.594**	.579**	.704**	.637**						3.055
X_6	.451**	.407**	.432**	.425**	.380**					1.366
X_7	.533**	.549**	.652**	.632**	.691**	.399**				2.325
X_8	.450**	.379**	.444**	.479**	.511**	.312**	.430**			1.558
X_9	.510**	.508**	.593**	.596**	.702**	.390**	.594**	.539**		2.330

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4.27 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณเพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอยู่ระหว่าง 0.312 – 0.704 ซึ่งค่าไม่เกิน 0.80 (Cooper and Schindler, 2006) แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ ไม่มีความสัมพันธ์

กันเอง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาพร้อมกับค่า Variance Inflation Factor (VIF) เพื่อทดสอบเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อใช้ในการศึกษาเท่านั้น เมื่อผู้เผยแพร่เห็นประโยชน์ในการใช้ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Multicollinearity พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 1.366 – 3.055 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ดังนั้น ตัวแปรอิสระจึงไม่มีความสัมพันธ์กัน (Lee et al., 2000)

4.6.2 การทดสอบสมมติฐาน

4.6.2.1 สมมติฐานการวิจัยที่ 1 (H_{1a} - H_{1d}) ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.28 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

ส่วนประสมการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	1.0678*	0.138		7.756	0.000
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.122*	0.035	0.155	3.432	0.001
2. ด้านราคา	0.093*	0.037	0.112	2.523	0.012
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.319*	0.042	0.370	7.681	0.000
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.243*	0.036	0.293	6.676	0.000
R = 0.810 R ² = 0.657 Adj R ² = 0.653 F = 181.740 Sig = 0.000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.28 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของส่วนประสมการตลาดส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.122$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1a} ส่วนประสมการตลาดด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.093$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1b} ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.319, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1c} ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.243, p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{1d}

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระส่วนประสมการตลาด ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 65.7 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= 1.067 + 0.122 X_1 + 0.093 X_2 + 0.319 X_3 + 0.243 X_4 \\ \hat{Z} &= 0.155 X_1 + 0.112 X_2 + 0.370 X_3 + 0.293 X_4\end{aligned}$$

4.6.2.2 สมมติฐานการวิจัยที่ 2 (H_{2a} - H_{2e}) การจัดการวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ตารางที่ 4.29 แสดงการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการวิสาหกิจชุมชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

การจัดการวิสาหกิจ ชุมชน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Constant	0.855*	0.149		5.753	0.000
1. ด้านการผลิต	0.299*	0.037	0.352	8.080	0.000
2. ด้านการตลาด	0.030	0.030	0.030	0.992	0.322
3. ด้านภาวะผู้นำ	0.180*	0.032	0.218	5.638	0.000
4. ด้านการมีส่วนร่วม ของสมาชิก	0.086*	0.024	0.115	3.511	0.001
5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ กับภายนอก	0.225*	0.031	0.297	7.349	0.000
R = 0.853 R ² = 0.727 Adj R ² = 0.723 F = 201.670 Sig = 0.000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 การวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการวิสาหกิจชุมชนส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร เพื่อทดสอบสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ พบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.299$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2a} การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดไม่ได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.030$, $p > 0.05$) ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐาน H_{2b} การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.180$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2c} การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.086$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2d} การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.225$, $p < 0.05$) ดังนั้นจึงยอมรับสมมติฐาน H_{2e}

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทั้งนี้ตัวแปรอิสระการจัดการวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 72.7 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.855 + 0.299 X_5 + 0.030 X_6 + 0.180 X_7 + 0.086 X_8 + 0.225 X_9$$

$$\hat{Z} = 0.352 X_5 + 0.030 X_6 + 0.218 X_7 + 0.115 X_8 + 0.297 X_9$$

4.6.3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ สรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
H1a	ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H1b	ส่วนประสมการตลาดด้านราคาส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H1c	ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H1d	ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน

ตารางที่ 4.30 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

สมมติฐานที่	คำอธิบาย	ผลการทดสอบ
H2a	การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2b	การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ปฏิเสธสมมติฐาน
H2c	การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2d	การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน
H2e	การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับ ภายนอกส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัด ชุมพร	ยอมรับสมมติฐาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 2) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 3) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร โดยมีกลุ่มตัวอย่างการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จำนวน 385 ราย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้สุทธิต่อเดือน ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน และระยะเวลาในการเป็นสมาชิก ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ (Check-List) ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ประเภทของธุรกิจ ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ และกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ ลักษณะแบบสอบถามเป็นการตรวจสอบรายการ (Check-List) ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ส่วนที่ 5 เป็นคำถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ และส่วนที่ 6 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหาความคิดเห็น และข้อเสนอแนะของประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ลักษณะแบบสอบถามปลายเปิด โดยแบบสอบถามดังกล่าวมีการทดสอบความเชื่อมั่นด้วยวิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.953 ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลและรายงานผลการวิจัยด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เชิงอนุมาน (Inferential Statistic) เพื่อใช้ในการทดสอบสมมติฐานประกอบด้วย สถิติวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาระดับการมีอิทธิพลระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวและตัวแปรตามที่มีระดับการวัดประเภทแบบช่วง (Interval Scale) โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 271 คน (ร้อยละ 70.39) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 36.62) สถานภาพสมรส (ร้อยละ 65.97) มีการศึกษาระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 82.08) มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท (ร้อยละ 69.35) มีตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชนเป็นสมาชิก (ร้อยละ 90.13) และมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 5-10 ปี (ร้อยละ 55.58)

5.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในประเภทของธุรกิจการค้าส่งและค้าปลีก (ร้อยละ 65.71) มีระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ 10 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 48.31) และกลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจคือนักท่องเที่ยว (ร้อยละ 58.18)

5.1.3 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.76$, $SD=0.281$) รองลงมาคือด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, $SD=0.308$) ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.73$, $SD=0.293$) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$, $SD=0.292$) ตามลำดับ

5.1.4 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.82$, $SD=0.293$) รองลงมาคือด้านการผลิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, $SD=0.286$) ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.74$, $SD=0.240$) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, $SD=0.320$) และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.69$, $SD=0.326$) ตามลำดับ

5.1.5 ผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าประสิทธิภาพการดำเนินงาน ด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.78$, $SD=0.261$) รองลงมา คือ ด้านลูกค้า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$, $SD=0.285$) ด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

($\bar{X}=4.73$, $SD=0.282$) และด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.72$, $SD=0.311$) ตามลำดับ

5.1.6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น Multicollinearity โดยใช้วิธี Correlation Analysis ของปัจจัยส่วนประสมการตลาด พบว่า การศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามสามารถทำได้ เนื่องจากตัวแปรต้นส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 (0.576 – 0.688) และยังมีค่า VIF น้อยกว่า 10 (2.244 – 3.016) จึงถือว่าตัวแปรต้นปัจจัยส่วนประสมการตลาดในแต่ละด้านไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

5.1.7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ส่วนประสมการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และส่วนประสมการตลาดด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

5.1.8 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น Multicollinearity โดยใช้วิธี Correlation Analysis ของปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน พบว่า การศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามสามารถทำได้ เนื่องจากตัวแปรต้นการจัดการวิสาหกิจชุมชนในแต่ละด้านมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.80 (0.312 – 0.702) และยังมีค่า VIF น้อยกว่า 10 (1.366 – 3.055) จึงถือว่าตัวแปรต้นปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนในแต่ละด้านไม่มีความสัมพันธ์กันเอง

5.1.9 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ การจัดการวิสาหกิจชุมชน ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร พบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสมมติฐาน ตลอดจนข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.1 ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน และ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1) จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ซึ่งต่างมีความสำคัญมาก สามารถอธิบายได้ว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการพัฒนาวัตถุประสงค์ของการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางการตลาดในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kottler and Keller (2012) และ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ที่ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ และขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอมร กาวีระ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ได้พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีคะแนนเฉลี่ยของส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับสูง สำหรับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จะเห็นได้ว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เห็นได้ชัดในแต่ละด้านจะมีปัจจัยย่อยที่ผู้บริหารการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรควรให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าจะต้องมีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ และประเภทและขนาดของสินค้าจะต้องมีความหลากหลาย มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีการออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และการระบุข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด (2) ปัจจัยด้านราคา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า และราคาสินค้าถูกเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายจะต้องตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก และมีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย มีความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย และการจัดวางสินค้าในร้านจะต้องเป็นหมวดหมู่และ (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้ส่วนลดและของแถม และการให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้ รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ

2) จากการศึกษาปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าทุกด้านมีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก และด้านการมีส่วนร่วม เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ของสมาชิก ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่าการจัดการวิสาหกิจชุมชน เป็นกระบวนการต่าง ๆ หรือ กิจกรรมที่คณะบุคคลในวิสาหกิจชุมชนร่วมกันปฏิบัติงาน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการจัดการวิสาหกิจชุมชนมีความสำคัญมาก เนื่องจากในทุก ๆ ขั้นตอนมีผลต่อความสำเร็จ เกิดผลกำไร และสามารถดำรงต่อไปได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Fayol (1961) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การจัดการนั้นประกอบไปด้วย กระบวนการ 5 ขั้นตอนที่สำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การบังคับบัญชาสั่งการ การประสานงาน และการควบคุม นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับแนวคิดของ วาทิน ประชานนท์ (2557) ที่ได้กล่าวไว้ว่า องค์การทั้งในภาคการผลิตและบริการมีความจำเป็นต้องใช้ปัจจัยและทรัพยากรพื้นฐานในการจัดการ ซึ่งการจัดการจะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ในด้านของเป้าหมาย ปัจจัยการจัดการ และลักษณะของการจัดการ ซึ่งต้องมีการกำหนดอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรภา คุ่มสุวรรณ และปาณิสรา คงปัญญา (2561) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบูรณ์ ได้พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ด้านการวางแผน ด้านการจัดการกลุ่ม ด้านการจัดคนเข้าทำงาน ด้านการสั่งการ ด้านการประสานงาน ด้านการรายงาน และด้านการจัดทำงบประมาณมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่เห็นได้ชัดเด่นชัดและผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการผลิต คือ วัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต และมีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต การตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต (2) ปัจจัยด้านการตลาด คือ มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการผลิต และจะต้องมีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน และมีการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย (3) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ คือ ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ และผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น (4) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก คือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน และสมาชิกมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม รวมถึงมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน (5) ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก คือ การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย และออกบูธ การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา และการสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน

3) จากการศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ สามารถอธิบายได้ว่า ประสิทธิผลการดำเนินงาน เป็นผลสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์กรที่สามารถทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

ภายในระยะเวลาที่กำหนด สอดคล้องกับแนวคิดของ Schein (1970) ได้กล่าวว่า ประสิทธิภาพ เป็นเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมรรถนะขององค์กรในการอยู่รอด ปรับตัว รักษาสภาพ และเติบโต โดยบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ มีระดับความสามารถในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ลักษณะ ศิริวรรณ (2560) ได้กล่าวว่า เกณฑ์การวัดความมีประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 มุมมอง ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินทร์ธร ธาราสรสมบัติ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ได้พบว่า กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีคุณภาพ (BSC) ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับมาตรฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย การให้บริการที่ดี การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนา การขนส่งที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์เชิงรุก และการพัฒนาศักยภาพของบุคคลากรให้มีความรู้ความสามารถ ทั้งนี้ ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่เห็นได้ชัดเจน คือ (1) ด้านการเงิน คือ มีการใช้ทรัพย์สินขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด มีการลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก และการดำเนินงานเกิดความผิดพลาดและการสูญเสียทรัพยากรน้อยมาก (2) ด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข และลูกค้าพึงพอใจในสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น (3) ด้านกระบวนการภายใน คือ การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด และการสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา คือ การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน และสมาชิกมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน

5.2.2 ผลการศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1) ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางมีอรรถประโยชน์ และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า เนื่องจากประเภทและขนาดของผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย มีคุณภาพ และมาตรฐานรองรับ มีการออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และมีการระบุข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางสามารถขายได้ สร้างผลกำไร และผลการดำเนินงานที่ดีให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ และมีคุณค่าในสายตาลูกค้า จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ซึ่งต้องคำนึงถึง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ความแตกต่างทางการแข่งขัน องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสาย

ผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอมร กาวิระ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ได้พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ การรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม การใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต และจัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีต้นทุนต่ำ

2) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรมีราคาผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า มีราคาถูกเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันของร้านอื่น สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก และมีวิธีการชำระเงินที่หลากหลาย ซึ่งจะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางมีคุณค่าสูงกว่าราคาที่ลูกค้ายอมจ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ Kottler and Keller (2012) และ ชาญชัย อาจีนสมาจาร (2551) ได้กล่าวว่า ราคา เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้สินค้า ซึ่งลูกค้าเปรียบเทียบกับระหว่างคุณค่า และราคาของสินค้า ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอมร กาวีระ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ได้พบว่า ปัจจัยด้านราคา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข โดยมีการกำหนดราคาตามท้องตลาดโดยเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

3) ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร มีช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยการขายสินค้าผ่านคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และมีการกระจายสินค้าด้วยวิธีการขนส่งที่เหมาะสมต่อการแจกจ่ายสินค้า มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวก และสินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย ที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง สามารถจำหน่าย สร้างผลกำไร และผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลางที่มีต่อตลาด และเป็นการศึกษาถึงการแจกจ่าย หรือการกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภค การเลือกวิธีการขนส่งที่เหมาะสมต่อการแจกจ่ายสินค้า ได้แก่ การขนส่งทางอากาศ ทางรถยนต์ หรือทางรถไฟ เป็นต้น ซึ่งผู้บริหารการตลาดจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอมร กาวีระ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้าน

การตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ได้พบว่า ปัจจัยด้านช่อง
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ทางการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข โดยมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน และทำการกระจายสินค้าเพิ่มขึ้น

4) ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพรมีการดำเนินการที่ได้มีการประยุกต์แนวคิดทางด้านการส่งเสริมการตลาด ด้วยการให้ส่วนลดและของแถม และการให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้ รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่สร้างแรงจูงใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง สามารถจำหน่ายสร้างผลกำไร และผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2012) ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 5 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริอมร กาวีระ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก ได้พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข โดยทำการส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น รวมทั้งการโฆษณา และประชาสัมพันธ์

5.2.3 ผลการศึกษา ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

1) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตเป็นขั้นตอนและกระบวนการต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดระบบการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต กำลังการผลิตมีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า มีการตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต และเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิตมีความพร้อมอยู่เสมอ สอดคล้องกับแนวคิดของ Fayol (1961) ได้กล่าวว่า การจัดการองค์การ เป็นหน้าที่ของผู้บริหารจะต้องจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของ และคน อยู่ในส่วนที่เหมาะสม จึงจะช่วยให้งานขององค์กรบรรลุผลสำเร็จได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี นาคเรือง และคณะ (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา ได้พบว่า การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ดังนั้นการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน การสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ควรพัฒนา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3) การจัดกาารวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการที่ผู้นำ ชี้นำให้บุคคลในวิสาหกิจชุมชนมีความเต็มใจและความกระตือรือร้นในการดำเนินงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ สามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้ มีทัศนคติที่ดี มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็น สอดคล้องกับแนวคิดของ Hersey & Blanc (1993) และ Koontz & Weihrich (1998) ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำ ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ปัจจัย ได้แก่ ผู้นำ ผู้ตาม และสถานการณ์ ซึ่งเป็นเรื่องของศิลปะของการใช้อิทธิพลหรือกระบวนการใช้อิทธิพลต่อบุคคลอื่น เพื่อให้เขามีความเต็มใจและกระตือรือร้นในการทำงานจนประสบความสำเร็จตามจุดมุ่งหมายของกลุ่ม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

4) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกส่งผลต่อประสิทธิภาพดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า กระบวนการที่สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน ตัดสินใจและลงทุน การติดตามและประเมินผลงาน และมีส่วนได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่วิสาหกิจชุมชนตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen & Uphoff (1981) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของสมาชิกของชุมชนที่เกี่ยวข้องใน 4 มิติ ได้แก่ การมีส่วนร่วมการตัดสินใจว่าควรทำอะไรและทำอย่างไร การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา รวมทั้งลงมือปฏิบัติตามที่ได้ตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมในการประเมินผลโครงการ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทักษญา สง่าโยธิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้พบว่า ปัจจัยด้านความสามัคคีในกลุ่ม การมีส่วนร่วม และความผูกพัน ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

5) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลต่อประสิทธิภาพ

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีเอกสารนี้เป็นเอกสารที่ส่งมอบไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถอธิบายได้ว่า การที่วิสาหกิจชุมชนมีปฏิสัมพันธ์กับสถาบันต่าง ๆ เพื่อให้สถาบันเหล่านั้นช่วยเหลือในเรื่องการให้ความรู้และคำปรึกษา แหล่งเงินทุน การประสานงาน กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่ายและออกบูธ ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่าง ชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ Gulick & Lyndall (1973) ได้กล่าวว่า การบริหารกระบวนการจัดการ คนที่เป็นผู้บริหารจะต้องทำหน้าที่สำคัญ 7 ประการ ได้แก่ การ วางแผนงาน การจัดองค์การ การจัดการเกี่ยวกับตัวบุคคลในองค์การ การอำนวยการ การ ประสานงาน การรายงานผลการปฏิบัติงาน และ การงบประมาณ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ ทักษิณา สง่าโยธิน (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ได้ พบว่า ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากภายนอกที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน (การสร้าง เครือข่าย) ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยข้างต้น “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจ ชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร” ผู้วิจัยจึงขอเสนอแนะตามผลวิจัยดังต่อไปนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาด พบว่า ส่วนประสมการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นผู้บริหาร ด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ควรให้การ ส่งเสริมและสนับสนุนส่วนประสมการตลาดโดยนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุ วัตถุประสงค์ทางการตลาดในการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะ องค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูป ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม การตลาด โดย

1.1) ด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญ กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างอรรถประโยชน์และคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคทั้งในด้านของ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม การระบุ รายละเอียดของข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด และเห็นว่าภาครัฐควรให้การส่งเสริมในเรื่องขององค์ ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง

1.2) ด้านราคา การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาควรให้ความสำคัญกับการสร้าง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่รับรู้ในสายตาของผู้บริโภคด้วยการกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและ

ปริมาณของสินค้า ราคาจะต้องไม่แพงเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกันของผู้ผลิตรายอื่น และจะต้องระบุราคาสินค้าให้เห็นได้อย่างชัดเจน

1.3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การกำหนดกลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญกับการกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าโดยการส่งเสริมการให้มีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น โดยอาจจะผ่านเฟซบุ๊ก ไลน์ และอินสตราแกรม เพื่อผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย และมีการจัดส่งให้ถึงบ้าน โดยที่ลูกค้าไม่ต้องมาหน้าร้านลดความเสี่ยงการติดเชื้อโควิด

1.4) ด้านการส่งเสริมการตลาด การกำหนดกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาดควรให้ความสำคัญกับการกระตุ้นความสนใจ หรือการซื้อของผู้บริโภค ด้วยการจัดให้มีโปรโมชั่นลด แลก แจก แถม เป็นช่วง ๆ และการจัดโปรโมชั่นควรดำเนินการผ่านทางช่องทางออนไลน์ด้วย เนื่องจากปัจจุบันตลาดออนไลน์กำลังเป็นที่นิยม สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ในจำนวนที่มากขึ้น

2) ผลการศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชน พบว่า การจัดการในด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ดังนั้นผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการวิสาหกิจโดยผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร ให้เหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านการผลิต และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก โดย

2.1) ด้านการผลิต ควรสนับสนุนและส่งเสริมวัตถุดิบให้มีความเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต เนื่องจากปัจจุบันมีการปลูกกล้วยเล็บมือนางลดลง ประชากรส่วนใหญ่หันไปปลูกพืชเศรษฐกิจอื่น จึงเกิดปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบเป็นบางครั้ง จึงควรวางแผนการจัดหาวัตถุดิบจากแหล่งพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม และให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนหันมาปลูกกล้วยเล็บมือนางให้มากขึ้น และในส่วนของความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต ควรได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐในการสนับสนุนในเรื่องของเงินทุน และแหล่งเงินทุน ในการจัดหาอุปกรณ์ เครื่องจักรต่าง ๆ ในการผลิต เนื่องจากปัจจุบันทุนทั้งหมดเป็นเงินทุนส่วนตัวและเงินกองกลางของสมาชิกในกลุ่มซึ่งยังไม่เพียงพอ

2.2) ด้านภาวะผู้นำ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจจะต้องพัฒนาในเรื่องของความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ ความสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่ม และที่สำคัญคือผู้นำจะต้องมีทัศนคติที่ดีและมีวิสัยทัศน์กว้างไกล นอกจากนี้ผู้นำจะต้องเปิดโอกาสให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวางด้วย

2.3) ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ควรสนับสนุนและส่งเสริมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน การตัดสินใจและลงทุน การติดตามและประเมินผลงาน รวมถึงการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจควรจัดให้มีกิจกรรมการให้รางวัลแก่สมาชิก เพื่อเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4) ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ภาครัฐควรให้การส่งเสริมด้วยการสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดให้มีการอบรมเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญของสมาชิก ซึ่งในรูปแบบหนึ่งอาจจะทำได้ด้วยการส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนความรู้ จัดกิจกรรมระหว่างวิสาหกิจชุมชนประเภทเดียวกัน เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ และสามารถนำมาพัฒนาภายในกลุ่มต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ซึ่งมีตัวแปรอิสระ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ดังนั้น ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เช่น ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลอีกบ้าง

2) งานวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดให้มีการสนทนากลุ่ม (Focus group) ในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาความต้องการของสมาชิกและสภาพปัญหาที่แท้จริงจากการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นช่องทางที่จะได้ข้อมูลมาสนับสนุน เพื่อให้การวางแผนการผลิต การตลาด และการจัดการ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมสรรพากร. 2560. “คู่มือภาษีสำหรับวิสาหกิจชุมชน.” [Online]. Available : http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/porkor/taxused/community_091160.pdf//2560.
- กรณีการ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. 2560. “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง.” วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่. 10(2) : 5.
- กฤษฎี ชนะชัย. 2561. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางจากสารสกัดใบบัวบกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563. “ผลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน.” [Online]. Available : <http://www.sceb.doe.go.th/Documents/STC/311063.pdf>
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. 2563. “ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน.” [Online]. Available : http://www.sceb.doe.go.th/Documents/SSV/Evaluation%20CE/Evaluation%20CE_2563_4.pdf
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. 2561. “รายชื่อวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด.” [Online]. Available : https://smce.doe.go.th/smce1/award/report.php?award_type_id=&level=province&year=2561®ion_id=&province_id=86
- แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์ และนิคม เจียรจินดา. 2561. สมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานกับคุณภาพการให้บริการขององค์การ. วารสารเกษมบัณฑิต. (ฉบับพิเศษ).
- โกวิท พวงงาม. 2545. ความรู้ ทักษะ และการปฏิบัติของประชาชนในการมีส่วนร่วมต่อการบริหารงานแบบกระจายอำนาจ. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- จิรภา คัมสุวรรณ และคณะ. 2561. “ปัจจัยด้านการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชน ประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์.” วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. 8(1) : 68-79.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เฉลียว บุรีภักดี และคณะ. 2545. **ชุดวิชาการวิจัยชุมชน**. นนทบุรี : เอส. อาร์. พรินติ้ง แมสโปรดักส์.

ชมพูนุท ศรีพงษ์, วัลย์ลดา พรหมเวียง, ปิยะดา มณีนิล และสัสดี กำแพงดี. 2562. “การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านกองทัพภาคที่ 4 กองทัพบกไทย ในจังหวัดชายแดนภาคใต้.” **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต**. 15(1) : 231-257.

ชาญชัย อาจินสมาจาร. 2551. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.

ชูเกียรติ พงศ์พนาพิพัฒน์. 2563. “กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศูนย์ข้าวชุมชนบ้านอุ่มแสง (เกษตรทิพย์).” **วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น**. 4(3) : 1-14.

ชูหิณห์ หลิน. 2557. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานชาวจีนในบริษัทชั้นไฮน์ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล จำกัด.” การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ดุชนันท์ นาคเรือง, สุธิดา วัฒนยืนยง และนุชนภา เลขาวิจิตร. 2560. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา.” **วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 9(17) : 69-76.

ทักษิญา สง่าโยธิน. 2560. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน.” **วารสารวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์บูรพาปริทัศน์**. 12(2) : 11-24.

ทัศนีย์ เขาววิเศษ. 2555. “แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสนามคลีมะม่วงส่งออก ตำบลสนามคลี อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี.” **วิทยานิพนธ์เกษตรศาสตร์มหาบัณฑิต (ส่งเสริมและพัฒนาการเกษตร)**, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ธงชัย สันติวงษ์. 2537. **พฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. 2556. “แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา.” **ภาคีวารสารศึกษาศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์**.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2563. “**รายงานภาวะเศรษฐกิจไทย 2563**.” [Online]. Available : <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AnnualReport/AnnualReport/AannualReport2563.pdf>

ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ. 2560. “กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปและผลิตอาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี.” **วารสารวิทยาการจัดการ**. 4(2) : 176-178.

มนูญ สมุทรชีวะ. 2558. “ประสิทธิผลในการดำเนินงานตามภารกิจที่ได้รับการถ่ายโอนของเทศบาล : กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเขาสมิง อำเภอเขาสมิง จังหวัดตราด.” ภาคนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

เมตต์ เมตต์การุณจิต. 2553. **การบริหารจัดการศึกษาแบบมีส่วนร่วม: ประชาชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และราชการ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บุ๊คพอยท์.

ยุพาพร รุ่งงาม. 2545. “การมีส่วนร่วมของข้าราชการสำนักงบประมาณในการปฏิรูประบบราชการ.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

รัชดา ภักดียิ่ง. 2563. “การพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น.” **Journal of Buddhist Education and Research : JBER**. 6(1) : 175-189.

รัชนี รูปหล่อ. 2563. “การจัดการทางการตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกเมล่อนบ้านหนองคาง.” **ว.มทรส. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)**. 5(2) : 167-178.

รัตนา ดีเลิศ และ ผกาพรรณ อันตระกูล. 2564. “ปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนไม้กวาดบ้านเนินสะเดาหมู่ที่ 10 ตำบลหนองตาว อำเภอบรรพตพิสัยจังหวัดนครสวรรค์.” **วารสาร มจร การพัฒนาสังคม**. 6(1) : 69-79.

ลักขณา ศิริวรรณ. 2560. “กรอบแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่อผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติราชการจากมุมมองพฤติกรรมองค์กรและนโยบายสาธารณะ.” **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 8 (2) : 37-52.

วรรณพงศ์ ช่วยรักษา. 2560. “แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษากลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายย้อมคราม บ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร.” งานนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต คณะการจัดการและท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.

วรินทร์ธร ธรสาสรสมบัติ. 2564. “กลยุทธ์การบริหารงานอย่างมีคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากมะพร้าว อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม.” **Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University**. 8(2) : 213-

วาทิน ประชนันท์. 2557. “การบริหารจัดการธุรกิจดนตรีของบริษัทปราชญ์มิวสิกรูป (PMG).”

วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมศึกษาและพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วโร เพ็งสวัสดิ์. 2554. “แนวทางการศึกษาภาวะผู้นำ.” วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 3(5) : 28-40.

ศิริภัทร คุชฌีวิวัฒน์. 2555. “ภาวะผู้นำที่มีผลต่อขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานธนาคาร ออมสิน สำนักงานใหญ่.” สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร

ศิริอมร กาวีระ. 2560. “แนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดกลุ่มน้ำพริกเกษตรกรบ้านแม่ไข อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก.” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 11(10) : 244-254.

สัญญา เคนาภูมิ. 2551. “ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนใน 4 จังหวัดชายแดนลุ่มน้ำโขง.”

วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.

สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัดชุมพร. 2563. “รายงานสถานการณ์ทางสังคมจังหวัดชุมพร ประจำปีงบประมาณ 2563.” [Online]. Available : http://chumphon.m-society.go.th/wp-content/uploads/2020/09/situation_63.pdf.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2564 “รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 2564.” [Online]. Available : https://www.sme.go.th/upload/mod_download/download-20210825103035.pdf

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2563. “ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ (ฉบับย่อ).” [Online]. Available : https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlanOct2018.pdf

เสกมนต์ สัมมาเพ็ชร. 2559. “ทรัพยากรการบริหารกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่พัฒนาสถาบันบำบัดพิเศษกลาง กรุงเทพมหานคร.” สารนิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หทัยทิพย์ แดงปทิว. 2559. “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ทักษะคิดและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อผิวขาวของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.” การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

เอมอร จันทบุลย์. 2560. “ภาวะผู้นำและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษา ไตเซล กรุ๊ป (ประเทศไทย).” งานวิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยี ไทย-ญี่ปุ่น.

Anne Ngima Kinyua. 2018. “Factors Affecting the Performance of Small and Medium Enterprises in the Jua Kali Sector In Nakuru Town, Kenya.” **Journal of Business and Management**. 16(1) : 80-93

Che Mohd Zulkifli Che Omar and Nurdiana Mohd Nor Azmi. 2015. “Factors Affecting the Success of Bumiputera Entrepreneurs in Small and Medium Enterprises (SMEs) in Malaysia.” **International Journal of Management Science and Business Administration**. 1(9) : 40-45.

Cohen , J.M. and Uphoff, N.T. 1981. **Rural Development Participation : Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation**. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.

Dubrin, J.A. 1998. **Leadership Research Findings, Practice, and Skills**. Boston, MA. : Houghton Mifflin.

Ford, R. C., Amandi, B. R., and Heaton, C. P. 1988. **Organization theory : An integration approach**. New York : Harper and Row.

Grisna Anggadwita and Qaanita Yuuha Mustafid. 2014. “Procedia - Social and Behavioral Sciences.” 415-423. In **The 5th Indonesia International Conference**. Indonesia : School of Business and Management, Bandung Institute of Technology (ITB).

Gulick, Luther and Lyndall Urwick. 1973. **The Science of Administration**. New York : Columbia University.

Henri Fayol. 1964. **General and Industrial Administration**. London : Pittman and Sons.

Hersey, P. and Blanchard. K.H. 1993. **Management of Organizational Behavior : Utilizing Human Resources**. 6 th ed. Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- Kaplan, Robert S. and Norton, David P. 1998. "The balanced Scorecard-Measures that Drive Performance." Harvard Business Review on Measuring Corporate Performance.
- Koontz, H. and Weihrich.H. 1988. **Management**. New York : McGraw – Hill.
- Kotler, Keller. 2012. **Marketing management : The millennium**. 14th ed. New Jersey : Prentice-Hall Inc.
- Mark Turner, Sineenat Sermcheep, Seksan Anantasirijkiat and Piti Srisangnam. 2016. "Small and medium-sized enterprises in Thailand: government policy and economic development." **Asia Pacific Journal of Public Administration**. 38(4) : 251-269.
- Mir Shahid Satar and Shibu John. 2016. "A conceptual model of critical success factors for Indian social enterprises." **World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development**. 12(2) : 113-138.
- Peter Jenner. 2016. "The role of the intermediary in social enterprise sustainability: an international comparative study." **Journal of New Business Ideas and Trends**. 14(1) : 23-40.
- Putti, J.M. 1987. **Management : A Function Approach**. Singapore : McGraw-Hill.
- Ricky W. Griffin. 1999. **Management**. 6 th ed. Boston : Houghton Griffin.
- Schein, E. H. 1970. **Organizational Psychology**. 2nd ed. NJ : Prentice-Hall Inc.
- Wheelen, L., Thomas, and Hunger, J., David. 2012. **Strategic Management and Business Policy : Toward Global Sustainability**. 13th ed. Pearson Education.
- William Erwin. 1976. **Participation Management : Concept Theory and Implementation**. Atlanta G. : Georgia State University.
- Young-Chool Choi and Hak-Sil Kim. 2018. "Success Factors of the Local Food Movement and their Implications: The Case of Wanju-gun, Republic of Korea." **Procedia Economics and Finance**. 23 : 1168-1189.



ภาคผนวก ก.
 รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ
 จดหมายที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ชื่อ-สกุล	คุณสมบัติ	ตำแหน่ง
1. ผศ.ดร.ชัยญญาภักดิ์ หล้าแหล่ง	นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ ประธานหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง วิทยาเขต ชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัด ชุมพร
2. ดร.กิตติ แก้วเขียว	นักวิชาการด้านบริหารธุรกิจ	อาจารย์ ประจำหลักสูตร บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบัน เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ ทหารลาดกระบัง วิทยาเขต ชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัด ชุมพร
3. ดร.ภฤศญา ปิยนุสรณ์	นักวิชาการด้านวิทยาการ จัดการ	อาจารย์ ประจำหลักสูตร วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัย ศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 60551101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. มัลลิกา สูงภักดิ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

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

ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง ให้คะแนน 1

ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง ให้คะแนน 0

ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษานี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ชัยวัฒน์ กล้วยน้ำ

หน่วยงาน อาจารย์ประจำสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวธัญลีย์ สว่างฟ้า รหัสประจำตัว ๖๐๕๕๑๑๐๑
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย
เล็บมือนางในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ☐ ดำเนินการต่อ
☒ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ข้อ 8 รูปแบบองค์กรธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจชุมชน ไม่ใช่วิสาหกิจขนาดกลาง (SME) ซึ่งมีทุนจดทะเบียนหรือมีทรัพย์สินตั้งแต่ 50 - 200 ล้านบาท

ข้อ 11 จำนวนสมาชิก 7 คนก็จัดทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชนได้แล้ว (ช่วงห่างเยอะในเมื่อ วิสาหกิจชุมชนไม่ใช่ SME)

ข้อ 37 คำถามไม่เคลียร์ และไปซ้ำซ้อนกับตัวแปรตาม

ข้อ 38 และ 40 ข้อคำถามซ้ำซ้อนกับตัวแปรการส่งเสริมการตลาด

ลงชื่อ.....

(ผศ.ดร.ชัยญักษ์ หล้าแหล่ง)

วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร” โดย นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 60551101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. มัลลิกา สิบงกฏ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

- 1) ตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา การเรียบเรียง ลำดับ ข้อความ ชัดเจน
- 2) ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับคำถามในแบบสัมภาษณ์ โดยกรุณาให้คะแนน

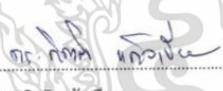
ถ้าเห็นว่าย่สอดคล้อง	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษานี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น 

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.กิตติ แก้วเขียว

หน่วยงาน อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวอัญชลีย์ สว่างฟ้า รหัสประจำตัว ๖๐๕๕๑๑๐๑
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร”

ขอคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓)

- ☐ ดำเนินการต่อ
☒ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข

ฉบับแก้ไขครั้งที่ ๑ / วันที่ ๑๐/๑๐/๖๐

ลงชื่อ.....
(ดร.กิตติ แก้วเขียว)
วันที่.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อประกอบการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เรื่อง **“ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร”** โดย นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า นักศึกษาปริญญาโท รหัสนักศึกษา 60551101 หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร โดยมี ดร. มัลลิกา สิบงกฎ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้สร้างขึ้นสำหรับสอบถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการดังนี้

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

ถ้าเห็นว่าย่อดคล้อย	ให้คะแนน	1
ถ้าไม่แน่ใจว่าย่อดคล้อย	ให้คะแนน	0
ถ้าเห็นว่าย่อดคล้อย	ให้คะแนน	-1

โดยใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง () ที่ตรงกับความเห็นของท่าน

โดยความคิดเห็นของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการเสียสละเวลาในการตรวจแบบสอบถามครั้งนี้

(นางสาวธัญวลัย สว่างฟ้า)

นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ลายเซ็น

ผู้ทรงคุณวุฒิ ดร.ภคฤา บิณสรณ์

หน่วยงาน อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การประเมินเครื่องมือเพื่อการวิจัย
เพื่อประกอบการจัดเตรียมวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาลูกสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

นักศึกษา นางสาวธัญลัษณ์ สว่างฟ้า รหัสประจำตัว ๖๐๕๕๑๑๐๑
หัวข้อวิทยานิพนธ์ “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย
เล็บมือนางในจังหวัดชุมพร”

ข้อคิดเห็นโดยสรุปของท่าน (กรุณาทำเครื่องหมาย✓)

☐ ดำเนินการต่อ

☒ ดำเนินการต่อโดยมีการแก้ไข



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1. ค่าความตรง (Validity) โดยใช้เทคนิค IOC

การหาค่าความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity)

(การทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์)

(Testability of Item Variable Congruence Index)

เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
1. เพื่อศึกษา สภาพปัจจุบัน ของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่ม แปรรูป ผลิตภัณฑ์ กล้วย เล็บมือนางใน จังหวัดชุมพร	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม						
	1. เพศ	1	1	1	3	1.00	ใช้ได้
	2. อายุ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	3. สถานภาพ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	4. ระดับการศึกษา	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	5. รายได้สุทธิต่อเดือน	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	6. ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย เล็บมือนาง						
	8. รูปแบบองค์กรธุรกิจ	-1	1	-1	0	0	ตัดทิ้ง
	9. ประเภทของธุรกิจ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	10. ระยะเวลาในการดำเนินงานของ ธุรกิจ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	11. จำนวนสมาชิก	-1	1	-1	0	0	ตัดทิ้ง
	12. กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
2. เพื่อศึกษา	ด้านผลิตภัณฑ์						
ปัจจัยส่วน	13. ประเภทและขนาดของสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประสมทาง	หลากหลาย						
การตลาดที่	14. สินค้ามีคุณภาพ และได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ส่งผลต่อ	มาตรฐานรองรับ						
ประสิทธิผล	15. การออกแบบตราผลิตภัณฑ์ที่	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
การ	เป็นเอกลักษณ์						
ดำเนินงาน	16. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ของวิสาหกิจ	17. การระบุข้อมูลสินค้าอย่าง						
ชุมชนกลุ่ม	ละเอียด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
แปรรูป	ด้านราคา						
ผลิตภัณฑ์	18. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและ						
กล้วย	ปริมาณของสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
เล็บมือนางใน	19. ราคาสินค้าถูกเมื่อเทียบกับ						
จังหวัดชุมพร	สินค้าประเภทเดียวกันของร้านอื่น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	20. การระบุราคาที่ชัดเจนของสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	21. สินค้ามีหลายระดับราคาให้						
	เลือก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	22. วิธีการชำระเงินที่หลากหลาย	1	-1	0	0	0	ตัดทิ้ง
	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						
	23. ความหลากหลายของช่อง						
	ทางการจัดจำหน่าย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	24. สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่						
	เดินทางมาได้สะดวก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	25. การจัดวางสินค้าในร้านเป็น						
	หมวดหมู่	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	26. สินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	27. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านการส่งเสริมการตลาด						
	28. การให้ส่วนลดและของแถม	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
2. เพื่อศึกษา	ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)						
ปัจจัยส่วน	29. การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประสมทาง	ต่าง ๆ						
การตลาดที่	30. ความรวดเร็วในการให้บริการ	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
ส่งผลต่อ	ของพนักงานขาย						
ประสิทธิผล	31. การให้คำแนะนำและตอบ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
การ	คำถามเพิ่มเติมได้						
ดำเนินงาน	32. มีการบริการหลังการขาย	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ของวิสาหกิจ							
ชุมชนฯ (ต่อ)							
3. เพื่อศึกษา	ด้านการผลิต						
ปัจจัยการ	33. วัตถุดิบเพียงพอต่อความ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
จัดการ	ต้องการในการผลิต						
วิสาหกิจ	34. กำลังการผลิตมีความเหมาะสม	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ชุมชนที่ส่งผล	ตามความต้องการของลูกค้า						
ต่อ	35. การตรวจสอบคุณภาพของ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประสิทธิผล	ผลผลิต						
การ	36. ความพร้อมของอุปกรณ์	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ดำเนินงาน	เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต						
ของวิสาหกิจ	37. การลดต้นทุนการผลิต	0	0	1	1	0.33	ตัดทิ้ง
ชุมชนกลุ่ม	ด้านการตลาด						
แปรรูป	38. มีการส่งเสริมการตลาดอย่าง	0	0	1	1	0.33	ตัดทิ้ง
ผลิตภัณฑ์	สม่ำเสมอ						
กล้วย	39. มีการสำรวจความต้องการของ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
เล็บมือนางใน	ลูกค้าก่อนการผลิต						
จังหวัดชุมพร	40. มีการส่งเสริมการขายสินค้าผ่าน	0	1	1	2	0.67	ใช้ได้
	โซเชียลมีเดีย						
	41. มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	42. มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับ	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	ลูกค้า						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
	ด้านการตลาด (ต่อ)						
	43. ทราบกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
3. เพื่อศึกษา	ด้านภาวะผู้นำ						
ปัจจัยการ	44. ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
จัดการ	45. ผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้	1	1	1	3	1	ใช้ได้
วิสาหกิจ	46. ผู้นำเป็นผู้มีคุณธรรมจริยธรรม	0	1	0	1	0.33	ตัดทิ้ง
ชุมชนที่ส่งผล	47. ผู้นำมีทัศนคติที่ดี และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ต่อ	48. ผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ประสิทธิภาพ	ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก						
การ	49. สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ดำเนินงาน	50. สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและลงทุน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ของวิสาหกิจ	51. สมาชิกมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
ชุมชนกลุ่ม	52. สมาชิกมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
แปรรูป	ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก						
ผลิตภัณฑ์	53. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา	1	1	1	3	1	ใช้ได้
กล้วย	54. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการแหล่งเงินทุน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
เล็บมือนางใน							
จังหวัดชุมพร							
(ต่อ)							

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
3. เพื่อศึกษา ปัจจัยการ จัดการ วิสาหกิจ ชุมชนที่ส่งผล ต่อ ประสิทธิผล การ ดำเนินงาน ของวิสาหกิจ ชุมชนฯ (ต่อ)	ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก (ต่อ)						
	55. การประสานงานกับหน่วยงาน ต่างๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย และ ออกบูธ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	56. การสร้างความร่วมมือระหว่าง วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภท เดียวกัน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	57. การได้รับการสนับสนุนจาก ภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และ คำปรึกษา	1	-1	1	1	0.33	ตัดทิ้ง
4. เพื่อศึกษา ประสิทธิผล การ ดำเนินงาน ของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่ม แปรรูป ผลิตภัณฑ์ กล้วย เล็บมือนางใน จังหวัดชุมพร	ด้านการเงิน						
	58. การดำเนินงานเกิดความ ผิดพลาดและการสูญเสียทรัพยากร น้อยมาก	1	1	0	2	0.67	ใช้ได้
	59. การลดต้นทุนการผลิตโดยการ จัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	60. การสร้างรายได้จากการเสาะหา ตลาดใหม่ๆ อยู่เสมอ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	61. การใช้ทรัพยากรขององค์กรได้ อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านลูกค้า						
	62. ลูกค้ามีความจงรักภักดีและ กลับมาซื้อสินค้าซ้ำ	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	63. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าเมื่อ เปรียบเทียบกับบุคคลอื่น	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	64. สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จัก ของลูกค้า	1	0	0	1	0.33	ตัดทิ้ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	คำถาม	ผู้เชี่ยวชาญท่านที่			ΣR	ค่า IOC	สรุปผล
		1	2	3			
4. เพื่อศึกษา ประสิทธิผล การ ดำเนินงาน ของวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่ม แปรรูป ผลิตภัณฑ์ กล้วย เล็บมือนางใน จังหวัดชุมพร (ต่อ)	ด้านลูกค้า (ต่อ)						
	65. การร้องเรียนจากลูกค้าในเรื่อง ของสินค้าและการบริการน้อยมาก	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	66. การรับฟังความคิดเห็นของ ลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	ด้านกระบวนการภายใน						
	67. การแบ่งหน้าที่การดำเนินงาน อย่างชัดเจน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	68. การผลิตสินค้าใหม่ๆ อย่าง ต่อเนื่อง	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	69. การจัดส่งสินค้าทันตาม ระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	70. การลดความผิดพลาดจากการ ดำเนินงาน ทำให้ดำเนินงานได้ ถูกต้อง	1	-1	0	0	0	ตัดทิ้ง
	71. การสร้างระบบการดำเนินงานที่ มีประสิทธิภาพ	1	0	1	2	0.67	ใช้ได้
	ด้านการเรียนรู้และพัฒนา						
	72. การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่ม ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	73. การกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วม ในการดำเนินงานโดยการให้รางวัล หรือผลตอบแทน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	74. สมาชิกมีความพึงพอใจใน สภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	75. สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในหน้าที่ของตน	1	1	1	3	1	ใช้ได้
	76. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามา ใช้ในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิก เกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง	1	1	1	3	1	ใช้ได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.953

แสดงว่า: แบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากรตัวอย่างจริงได้

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.953	.955	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ค.
แบบสอบถาม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถาม

เรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามการวิจัยชุดนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร
2. แบบสอบถามชุดนี้ มีจำนวน 6 ตอน ดังนี้
 - ตอนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ตอนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง
 - ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
 - ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน
 - ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยประสิทธิภาพการดำเนินงาน
 - ตอนที่ 6 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ
3. ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามนี้จะเป็นประโยชน์ทางวิชาการอย่างมากต่อการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวิจัย และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต่อไป จึงขอความกรุณาจากท่านได้โปรดตอบแบบสอบถามให้ตรงกับสภาพความเป็นจริง เพื่อจะได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปอย่างสมบูรณ์ และข้อมูลที่ท่านให้ไว้ ผู้วิจัยจะเก็บเป็นความลับและไม่นำไปเผยแพร่แต่ประการใด

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุด

1. เพศ

☐ 1) ชาย

☐ 2) หญิง

2. อายุ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2) 20-30 ปี
- ☐ 3) 31-40 ปี ☐ 4) 41-50 ปี
- ☐ 5) 50 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- ☐ 1) โสด ☐ 2) สมรส ☐ 3) หม้าย/อย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- ☐ 1) ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี ☐ 2) ระดับปริญญาตรี ☐ 3) สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้สุทธิต่อเดือน

- ☐ 1) ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2) 15,000 – 30,000 บาท
- ☐ 3) 30,001 – 45,000 บาท ☐ 4) 45,001 – 60,000 บาท
- ☐ 5) 60,000 บาท ขึ้นไป

6. ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน

- ☐ 1) ประธานกลุ่ม ☐ 2) คณะกรรมการ
- ☐ 3) สมาชิก

7. ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

- ☐ 1) ต่ำกว่า 3 ปี ☐ 2) 3-5 ปี
- ☐ 3) 5-10 ปี ☐ 4) 10 ปี ขึ้นไป

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เป็นจริงเกี่ยวกับท่านมากที่สุด

8. ประเภทของธุรกิจ

- ☐ 1) การผลิตสินค้า ☐ 2) การค้าส่งและค้าปลีก

9. ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

- ☐ 1) ต่ำกว่า 3 ปี ☐ 2) 3-5 ปี
- ☐ 3) 5-10 ปี ☐ 4) 10 ปี ขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

10. กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

- ☐ 1) นักเรียน/นักศึกษา
 ☐ 2) ข้าราชการ
☐ 3) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 ☐ 4) พนักงานบริษัท
☐ 5) นักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

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

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. ประเภทและขนาดของสินค้าหลากหลาย					
2. สินค้ามีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ					
3. การออกแบบตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์					
4. บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม					
5. การระบุข้อมูลสินค้าอย่างละเอียด					
ด้านราคา					
6. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า					
7. ราคาสินค้าถูกเมื่อเทียบกับสินค้าประเภทเดียวกัน					
8. การระบุราคาที่ชัดเจนของสินค้า					
9. สินค้ามีหลายระดับราคาให้เลือก					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
10. ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ต่อ)					
11. สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาสะดวก					
12. การจัดวางสินค้าในร้านเป็นหมวดหมู่					
13. สินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย					
14. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า					
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
15. การให้ส่วนลดและของแถม					
16. การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ					
17. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย					
18. การให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้					
19. มีการบริการหลังการขาย					

ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

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

ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการผลิต					
20. วัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านการผลิต (ต่อ)					
21. กำลังการผลิตมีความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้า					
22. การตรวจสอบคุณภาพของผลผลิต					
23. ความพร้อมของอุปกรณ์เครื่องมือ เครื่องจักร ในการผลิต					
ด้านการตลาด					
24. มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการผลิต					
25. มีการส่งเสริมการขายสินค้าผ่านโซเชียลมีเดีย					
26. มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน					
27. มีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า					
28. ทราบกลุ่มเป้าหมายในการจำหน่ายสินค้าอย่างชัดเจน					
ด้านภาวะผู้นำ					
29. ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ					
30. ผู้นำสามารถแก้ไขปัญหาของกลุ่มได้					
31. ผู้นำมีทัศนคติที่ดี และมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล					
32. ผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก					
33. สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน					
34. สมาชิกมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและลงทุน					
35. สมาชิกมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน					
36. สมาชิกมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากกลุ่ม					
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก					
37. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา					
38. การได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการแหล่งเงินทุน					
39. การประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย และออกบูธ					
40. การสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าประเภทเดียวกัน					

ตอนที่ 5 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง : โปรดเลือกข้อที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านที่สุดเพียงคำตอบเดียว

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจ ชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านการเงิน					
41. การดำเนินงานเกิดความผิดพลาดและการสูญเสียทรัพยากรน้อยมาก					
42. การลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก					
43. การสร้างรายได้จากการเสาะหาตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
44. การใช้ทรัพย์สินขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด					
ด้านลูกค้า					
45. ลูกค้ามีความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ					
46. ลูกค้าพึงพอใจในสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น					
47. สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า					
48. การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข					
ด้านกระบวนการภายใน					
49. การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน					
50. การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด					
51. การสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ					
52. การพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ ที่มีคุณภาพอยู่เสมอ					

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจ ชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปาน กลาง 3	น้อย 2	น้อย ที่สุด 1
ด้านการเรียนรู้และพัฒนา					
53. การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่ม ความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน					
54. การกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วม ในการดำเนินงานโดยการให้รางวัล หรือผลตอบแทน					
55. สมาชิกมีความพึงพอใจใน สภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน					
56. สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญ ในหน้าที่ของตน					
57. การนำเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาใช้ ในการดำเนินงานเพื่อให้สมาชิกเกิด การเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง					

ตอนที่ 6 เป็นคำถามเพื่อทราบถึงปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

ปัญหา ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ง.

ค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการดำเนินงาน
ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

Frequency Table

		เพศ		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	ชาย	114	29.61	29.61	29.61
	หญิง	271	70.39	70.39	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

		อายุ		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	20-30 ปี	56	14.55	14.55	14.55
	31-40 ปี	125	32.47	32.47	47.02
	41-50 ปี	141	36.62	36.62	83.64
	50 ปีขึ้นไป	63	16.36	16.36	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

		สถานภาพ		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	โสด	97	25.19	25.19	25.19
	สมรส	254	65.97	65.97	91.16
	หม้าย/อย่าร้าง	34	8.83	8.83	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี	316	82.08	82.08	82.08
	ระดับปริญญาตรี	66	17.14	17.14	99.22
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.78	0.78	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

รายได้สุทธิต่อเดือน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 15,000 บาท	267	69.35	69.35	69.35
	15,000 – 30,000 บาท	89	23.12	23.12	92.47
	30,001 – 45,000 บาท	28	7.27	7.27	99.74
	45,001 – 60,000 บาท	1	0.26	0.26	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

ตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ประธานกลุ่ม	8	2.08	2.08	2.08
	คณะกรรมการ	30	7.79	7.79	9.87
	สมาชิก	347	90.13	90.13	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระยะเวลาในการเป็นสมาชิก

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 3 ปี	15	3.90	3.90	3.90
	3-5 ปี	74	19.22	19.22	23.12
	5-10 ปี	214	55.58	55.58	78.70
	10 ปี ขึ้นไป	82	21.30	21.30	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

ประเภทของธุรกิจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	การผลิตสินค้า	131	34.29	34.29	34.29
	การค้าส่งและค้าปลีก	254	65.71	65.71	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

ระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่า 3 ปี	0	0.00	0.00	0.00
	3-5 ปี	35	9.09	9.09	9.09
	5-10 ปี	164	42.60	42.60	51.69
	10 ปี ขึ้นไป	186	48.31	48.31	100.00
	Total	385	100.00	100.00	

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
นักเรียน/นักศึกษา	14	3.64	3.64	3.64
ข้าราชการ	77	20.00	20.00	23.64
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26	6.75	6.75	30.39
พนักงานบริษัท	44	11.43	11.43	41.82
นักท่องเที่ยว	224	58.18	58.18	100.00
Total	385	100.00	100.00	



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงพรรณนา

Descriptive Statistics

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และปัจจัยการจัดการ
วิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วย
เล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ผลิตภัณฑ์					
1. ประเภทและขนาด ของสินค้าหลากหลาย	385	3	5	4.77	.456
2. สินค้ามีคุณภาพ มี มาตรฐานรองรับ	385	3	5	4.79	.435
3. การออกแบบตรา สินค้าที่เป็น เอกลักษณ์	385	3	5	4.70	.483
4. บรรจุภัณฑ์ที่มี ความสวยงาม	385	3	5	4.71	.478
5. การระบุข้อมูล สินค้าอย่างละเอียด ราคา	385	3	5	4.70	.521
1. ราคาเหมาะสมกับ คุณภาพและปริมาณ ของสินค้า	385	4	5	4.83	.375
2. ราคาสินค้าถูกเมื่อ เทียบกับสินค้า ประเภทเดียวกัน	385	3	5	4.72	.495
3. การระบุราคาที่ ชัดเจนของสินค้า	385	3	5	4.65	.488
4. สินค้ามีหลาย ระดับราคาให้เลือก	385	3	5	4.70	.507

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0				
1. ความหลากหลายของช่องทางการจัดจำหน่าย	385	3	5	4.77	.463
2. สถานที่จำหน่ายตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวก	385	3	5	4.80	.415
3. การจัดวางสินค้าในร้านเป็นหมวดหมู่	385	3	5	4.66	.497
4. สินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย	385	3	5	4.77	.430
5. ความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า	385	3	5	4.80	.421
การส่งเสริมการตลาด	0				
1. การให้ส่วนลดและของแถม	385	3	5	4.77	.445
2. การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ	385	3	5	4.66	.511
3. ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย	385	3	5	4.72	.460
4. การให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้	385	3	5	4.76	.448
5. มีการบริการหลังการขาย	385	3	5	4.61	.538
การผลิต	0				
1. วัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต	385	3	5	4.81	.408

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
2. กำลังการผลิตมี ความเหมาะสมตาม ความต้องการของ ลูกค้า	385	3	5	4.69	.474
3. การตรวจสอบ คุณภาพของผลผลิต	385	3	5	4.72	.460
4. ความพร้อมของ อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร ในการ ผลิต	385	3	5	4.74	.451
การตลาด	0				
1. มีการสำรวจความ ต้องการของลูกค้า ก่อนการผลิต	385	3	5	4.78	.465
2. มีการส่งเสริมการ ขายสินค้าผ่าน โซเชียลมีเดีย	385	3	5	4.73	.477
3. มีตลาดรองรับ สินค้าที่แน่นอน	385	3	5	4.75	.448
4. มีการจัดทำ ฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ลูกค้า	385	3	5	4.71	.523
5. ทราบ กลุ่มเป้าหมายในการ จำหน่ายสินค้าอย่าง ชัดเจน	385	3	5	4.74	.461
ภาวะผู้นำ	0				
1. ผู้นำมีความรู้ ความสามารถในการ บริหารธุรกิจ	385	3	5	4.84	.377

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
2. ผู้นำสามารถแก้ไข ปัญหาของกลุ่มได้	385	3	5	4.79	.429
3. ผู้นำมีทัศนคติที่ดี และมีวิสัยทัศน์ที่ กว้างไกล	385	3	5	4.82	.402
4. ผู้นำเปิดโอกาสให้ สมาชิกร่วมแสดง ความคิดเห็น	385	4	5	4.83	.375
การมีส่วนร่วม	0				
1. สมาชิกมีส่วนร่วม ในการวางแผนการ ดำเนินงาน	385	3	5	4.75	.455
2. สมาชิกมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจและ ลงทุน	385	3	5	4.61	.544
3. สมาชิกมีส่วนร่วม ในการติดตามและ ประเมินผลงาน	385	3	5	4.63	.534
4. สมาชิกมีส่วนร่วม ในการได้รับ ผลประโยชน์จาก กลุ่ม	385	2	5	4.75	.472
การมีปฏิสัมพันธ์	0				
1. การได้รับการ สนับสนุนจากภาครัฐ เกี่ยวกับการให้ ความรู้และคำปรึกษา	385	2	5	4.76	.476
2. การได้รับการ สนับสนุนจากภาครัฐ เกี่ยวกับการแหล่ง เงินทุน	385	3	5	4.65	.515

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
3. การประสานงานกับ หน่วยงานต่างๆ เพื่อ นำสินค้าไปจำหน่าย และออกบูธ	385	2	5	4.77	.448
4. การสร้างความ ร่วมมือระหว่าง วิสาหกิจชุมชนที่ผลิต สินค้าประเภทเดียวกัน	385	3	5	4.72	.486
การเงิน	0				
1. การดำเนินงานเกิด ความผิดพลาดและ การสูญเสียทรัพยากร น้อยมาก	385	3	5	4.75	.439
2. การลดต้นทุนการ ผลิตโดยการจัดซื้อ วัตถุดิบในแหล่งที่มี ราคาถูก	385	4	5	4.75	.433
3. การสร้างรายได้จาก การเสาะหาตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ	385	3	5	4.62	.528
4. การใช้ทรัพยากรของ องค์กรได้อย่างคุ้มค่า และเกิดประโยชน์ สูงสุด	385	2	5	4.80	.436
ลูกค้า	0				
1. ลูกค้ามีความ จงรักภักดีและกลับมา ซื้อสินค้าซ้ำ	385	3	5	4.79	.429
2. ลูกค้าพึงพอใจใน สินค้าเมื่อ เปรียบเทียบกับ บุคคลอื่น	385	3	5	4.77	.436

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
3. สินค้ามีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของลูกค้า	385	3	5	4.68	.485
4. การรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข	385	4	5	4.77	.419
กระบวนการภายใน	0				
1. การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน	385	4	5	4.84	.370
2. การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด	385	3	5	4.79	.429
3. การสร้างรายได้จากการเสาะหาตลาดใหม่ ๆ อยู่เสมอ	385	3	5	4.62	.528
4. การใช้ทรัพยากรขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด	385	2	5	4.80	.436
การเรียนรู้และพัฒนา	0				
1. การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน	385	3	5	4.79	.441
2. การกระตุ้นให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินงานโดยการให้รางวัลหรือผลตอบแทน	385	3	5	4.66	.485

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
3. สมาชิกมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน	385	3	5	4.75	.475
4. สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน	385	3	5	4.75	.454
VAR00016	0				
1. ด้านผลิตภัณฑ์	385	3.40	5.00	4.7345	.30801
2. ด้านราคา	385	3.75	5.00	4.7253	.29322
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	385	3.40	5.00	4.7574	.28072
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	385	3.00	5.00	4.7049	.29226
ภาพรวม	385	3.69	5.00	4.7306	.25154
VAR00017	0				
1. ด้านการผลิต	385	3.50	5.00	4.7403	.28596
2. ด้านการตลาด	385	4.00	5.00	4.7434	.24026
3. ด้านภาวะผู้นำ	385	3.50	5.00	4.8214	.29331
4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก	385	3.50	5.00	4.6877	.32578
5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	385	3.00	5.00	4.7234	.32038
ภาพรวม	385	3.69	5.00	4.7432	.22785
VAR00018	0				
1. ด้านการเงิน	385	3.25	5.00	4.7305	.28173
2. ด้านลูกค้า	385	3.50	5.00	4.7506	.28499
3. ด้านกระบวนการภายใน	0				

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
4. ด้านการเรียนรู้ และพัฒนา	385	3.00	5.00	4.7195	.31068
ภาพรวม	385	3.56	5.00	4.7442	.24223
Valid N (listwise)	0				



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถิติเชิงอนุมาน

Regression

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

Correlations

		1. ด้าน ผลิตภัณฑ์	2. ด้าน ราคา	3. ด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	4. ด้านการ ส่งเสริม การตลาด
1. ด้าน ผลิตภัณฑ์	Pearson	1	.665**	.682**	.576**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385
2. ด้านราคา	Pearson	.665**	1	.644**	.621**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385
3. ด้าน ช่องทางการ จัดจำหน่าย	Pearson	.682**	.644**	1	.688**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385
4. ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	Pearson	.576**	.621**	.688**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด, 1. ด้านผลิตภัณฑ์, 2. ด้านราคา, 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.810 ^a	.657	.653	.14267	1.990

a. Predictors: (Constant), 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด, 1. ด้านผลิตภัณฑ์, 2. ด้านราคา, 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

b. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.797	4	3.699	181.740	.000 ^b
	Residual	7.735	380	.020		
	Total	22.531	384			

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

b. Predictors: (Constant), 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด, 1. ด้านผลิตภัณฑ์, 2. ด้านราคา, 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.067	.138		7.756	.000		
	1. ด้านผลิตภัณฑ์	.122	.035	.155	3.432	.001	.444	2.251
	2. ด้านราคา	.093	.037	.112	2.523	.012	.455	2.199
	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.319	.042	.370	7.681	.000	.389	2.569
	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.243	.036	.293	6.676	.000	.469	2.133

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	1. ด้านผลิตภัณ์	2. ด้านราคา	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด
1	1	4.994	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.002	46.764	.93	.13	.04	.01	.01
	3	.002	54.155	.06	.36	.03	.02	.61
	4	.001	60.720	.00	.22	.90	.14	.00
	5	.001	70.785	.01	.29	.03	.83	.38

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.8613	4.9511	4.7442	.19630	385
Residual	-.59142	.53831	.00000	.14192	385
Std. Predicted Value	-4.498	1.054	.000	1.000	385
Std. Residual	-4.145	3.773	.000	.995	385

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ ศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผล
ต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง
ในจังหวัดชุมพร

Correlations

		1. ด้าน การ ผลิต	2. ด้าน การตลาด	3. ด้าน ภาวะ ผู้นำ	4. ด้าน การมีส่วนร่วม ของ สมาชิก	5. ด้าน การมี ปฏิสัมพันธ์กับ ภายนอก
1. ด้าน การผลิต	Pearson Correlation	1	.380**	.691**	.511**	.702**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
2. ด้าน การตลาด	Pearson Correlation	.380**	1	.399**	.312**	.390**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	385	385	385	385	385
3. ด้าน ภาวะผู้นำ	Pearson Correlation	.691**	.399**	1	.430**	.594**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	385	385	385	385	385
4. ด้าน การมีส่วนร่วม ของ สมาชิก	Pearson Correlation	.511**	.312**	.430**	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	385	385	385	385	385
4. ด้านการมี ปฏิสัมพันธ์ กับภายนอก	Pearson Correlation	.702**	.390**	.594**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	385	385	385	385	385

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยส่วนการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก, 2. ด้านการตลาด, 4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก, 3. ด้านภาวะผู้นำ, 1. ด้านการผลิต ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.853 ^a	.727	.723	.12744	1.898

a. Predictors: (Constant), 5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก, 2. ด้านการตลาด, 4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก, 3. ด้านภาวะผู้นำ, 1. ด้านการผลิต

b. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.376	5	3.275	201.670	.000 ^b
	Residual	6.155	379	.016		
	Total	22.531	384			

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

b. Predictors: (Constant), 5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก, 2. ด้านการตลาด, 4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก, 3. ด้านภาวะผู้นำ, 1. ด้านการผลิต

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.855	.149		5.753	.000		
	1. ด้านการผลิต	.299	.037	.352	8.080	.000	.379	2.639
	2. ด้านการตลาด	.030	.030	.030	.992	.322	.795	1.258
	3. ด้านภาวะผู้นำ	.180	.032	.218	5.638	.000	.483	2.070
	4. ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก	.086	.024	.115	3.511	.001	.667	1.500
	5. ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	.225	.031	.297	7.349	.000	.441	2.270

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions					
				(Constant)	1. ด้านผลิตภัณท์	2. ด้านราคา	3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	
1	1	5.990	1.000	.00	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.003	43.742	.16	.02	.21	.00	.22	.10
	3	.003	47.401	.02	.06	.01	.12	.69	.07
	4	.002	61.096	.00	.02	.12	.43	.06	.58
	5	.001	68.880	.76	.03	.62	.09	.03	.02
	6	.001	77.767	.05	.88	.05	.36	.00	.23

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.7482	4.9505	4.7442	.20651	385
Residual	-.50700	.57012	.00000	.12661	385
Std. Predicted Value	-4.823	.999	.000	1.000	385
Std. Residual	-3.978	4.474	.000	.993	385

a. Dependent Variable: ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ในจังหวัดชุมพร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ประวัติย่อผู้ศึกษา

ชื่อ -นามสกุล

ธัญวลัย สว่างฟ้า

วัน เดือน ปี ที่เกิด

11 ธันวาคม พ.ศ. 2538

เบอร์โทรศัพท์

096-9364261

สถานที่เกิด

อำเภอเมือง จังหวัดชุมพร

ที่อยู่ปัจจุบัน

45 ม.3 ต.วังใหม่ อ.เมือง จ.ชุมพร 86190

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2560

สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วิทยาเขตพณิชยการพระนคร

ปัจจุบัน

กำลังศึกษาระดับมหาบัณฑิต

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วิทยาเขตชุมพรเขตรอุดมศักดิ์ จังหวัดชุมพร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2560-2562

พนักงานบัญชี โรงกลึงเอสซีเอ็นจีเนียร์

ปัจจุบัน

เกษตรกร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้