

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ
การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร
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 สว่างฟ้า¹ มนสิชา ตีปะวรรณ² และมัลลิกา สุกงกุ^{3*}

Tanwalai Sawangfah¹, Monsicha Tipawanna² and Mallika Subongkod^{3*}

Email: Tanwalai.mba4@hotmail.com, monsicha.ti@kmitl.ac.th and mallika.su@kmitl.ac.th

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

^{2,3*}อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร 10520

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Business School,

King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Bangkok 10520 Thailand

*corresponding author E-mail: Mallika.su@kmitl.ac.th

Received: November 29, 2021 Revised: December 28, 2021 .Accepted: January 21, 2022.

ABSTRACT

The purpose of this study were to determine the marketing mix and management factors the operational effectiveness of community enterprises in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province aimed to 1) study the current condition of the community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province 2) study the marketing mix factors affecting operational efficiency of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province, and 3) study the management factors of community enterprise affecting operational efficiency of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province. It sampled 385 individuals associated with community enterprises using stratified random sampling based on job specifications. The research instrument was a questionnaire. Index of Item Object Congruence was 0.889 and a Cronbach Alpha Coefficient was 0.889, suggesting that the item processed a high degree of internal consistency. The data were analyzed using percentage, mean, standard deviation, correlation, and multiple linear regression analysis.

The research result that: 1) the overall marketing mix, community enterprise management, and operational efficacy of community enterprise in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province were perfotmed at a high level; 2) all the marketing mix factors affected the operational efficiency of community enterprises in Lebmuernang banana processing group in Chumphon province and the efficiency together to forecast and explain dependent variables was 65.7 percent; and 3) 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 province and the efficiency together to forecast and explain dependent variables was 72.7 percent.

Keywords: Marketing Mix Factors, Management Factors Of Community Enterprise, Operational Effectiveness, Community Enterprise, Lebmuernang Banana Processing Group

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร และ 3) ศึกษาปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จำนวน 385 คน สุ่มตัวอย่างแบบแบบชั้นภูมิ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ทดสอบความตรงด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์วิจัย ค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่า 0.889 และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.889 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน และระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกด้านส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร และมีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 65.7 3) ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกและด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัด และมีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 72.7

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน, ประสิทธิภาพการดำเนินงาน, วิสาหกิจชุมชน, กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง

1. บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจตกต่ำหลายครั้ง ซึ่งส่งผลกระทบทำให้ประชากรประสบกับภาวะยากจน ไม่มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จึงทำให้เกิดนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศ โดยใช้ “วิสาหกิจชุมชน” เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหาภาพรวม เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน เป็นการประกอบการเพื่อจัดการทุนของชุมชนโดยคนในชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนยังเป็นองค์ประกอบของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนสร้างรากฐานที่มั่นคงให้ประเทศ ประกอบกับวิสาหกิจชุมชนหลายแห่งได้มีการนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน มีการบูรณาการการพัฒนาในทุกมิติอย่างสมเหตุสมผล มีความพอประมาณ และมีระบบคุ้มกันและการบริหารจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ

จากการที่เศรษฐกิจมีการแข่งขันส่งผลให้มีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริหารจัดการและการดำเนินธุรกิจเพื่อให้เกิดความเหมาะสม โดยภาครัฐมีนโยบายในการส่งเสริมในด้านการสร้างความเข้มแข็งของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรในการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้า สร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเกษตร โดยการส่งเสริมสมาชิกผลิตสินค้ามาตรฐาน GAP เกษตรปลอดภัย เกษตรอินทรีย์ และสนับสนุนการแปรรูปในการสร้างมูลค่าเพิ่ม (กรมส่งเสริมสหกรณ์, 2561) [1] ประชาชนในจังหวัดชุมพรร้อยละ 80 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่ทำการเกษตรกรรมรวมร้อยละ 59 ของพื้นที่จังหวัด ซึ่งเป็นรายได้หลัก

รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. การทบทวนวรรณกรรม

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบกิจการของชุมชน โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน รวมตัวกันประกอบกิจการ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุน ทรัพยากร และองค์ความรู้ที่มีอยู่ ประกอบกับการใช้เทคโนโลยี ในการผลิตสินค้า หรือบริการ ที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน เพื่อสร้างรายได้ สร้างอาชีพ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน และระหว่างชุมชน บนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง นำไปสู่ชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป ซึ่งวิสาหกิจชุมชนสามารถแบ่งออกตามลักษณะการประกอบกิจการได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก 2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้ เพราะมีเอกลักษณ์ท้องถิ่น สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ทั่วไปได้

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด คือ เครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการตอบสนองความพึงพอใจ และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัย 4 ด้าน ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีสรรพประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้าจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ 2) ราคา (Price) คือ จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมายคือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า และการเก็บรักษาสินค้าคงคลัง และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมในการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 5 ชนิด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการให้ข่าว และประชาสัมพันธ์ [5]

5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการวิสาหกิจชุมชน คือ กระบวนการในการวางแผน การจัดการ การสั่งการ และการควบคุม โดยมีการกำหนดให้เหมาะสมกับองค์กร เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้ ซึ่งประกอบไปด้วย องค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้ 1) เป้าหมาย (Goal) คือ วัตถุประสงค์ที่องค์กรกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้บริหารจะต้องมีการกำหนดทิศทางทางการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน 2) ปัจจัยการจัดการ (Factor of Management) องค์กรมีความจำเป็นต้องใช้ปัจจัยหรือทรัพยากรการจัดการในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และ 3) ลักษณะของการจัดการ การจัดการเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ผู้บริหารต้องนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดแก่องค์กร

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผลการดำเนินงาน คือ ระดับความสามารถในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ ซึ่งมีการประเมินวัดประสิทธิผล 3 วิธี ดังนี้ 1) การประเมินขณะปฏิบัติงาน (Ongoing Evaluation) เป็นการตรวจสอบว่าการปฏิบัติงานต่าง ๆ เป็นไปตามแผนที่องค์กรวางไว้ และจะต้องมีการปรับแผนหรือแก้ไขเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ 2) การประเมินเมื่อเสร็จงาน (Terminal Evaluation) เป็นการกระทำเมื่อการปฏิบัติงานเสร็จสิ้นสุดลงเพื่อพิจารณาว่าการปฏิบัติงานให้ผลเป็นอย่างไร บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่อย่างไร 3) การประเมินเมื่อเกิดผลสมบูรณ์ (Expose Evaluation) เป็นการกระทำหลังจากที่ปฏิบัติงานเสร็จ ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลายาว เพื่อต้องการสรุปผลการปฏิบัติงานนั้นว่าได้ผลประโยชน์จริงหรือไม่เพียงไร การประเมินลักษณะนี้คล้ายกับการติดตามผลในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีเกณฑ์การวัดความมีประสิทธิภาพการดำเนินงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 มุมมอง ได้แก่ 1) ด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) ด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) ด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ตามแนวคิดการบริหารแบบสมดุล (Balance Scorecard หรือ BSC)

6. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยเชิงประมาณ มีกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยมีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นสามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของคอเครน (W.G. Cochran) [3] โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 คำนวณได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรทั้ง 8 วิสาหกิจชุมชนออกเป็น 3 กลุ่ม จำแนกตามตำแหน่งงานที่รับผิดชอบ คือ ประธานกลุ่มคณะกรรมการกลุ่ม และสมาชิก จากนั้นกำหนดสัดส่วนการเก็บข้อมูลของแต่ละตำแหน่งงาน จนกว่าจะครบ 385 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งสร้างโดยอาศัยแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบสร้างแบบสอบถาม มีเนื้อหาครอบคลุมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน และประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้ทดสอบค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามมีค่า 0.889 และความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้วิธี Alpha Coefficient ของ Cronbach (1951) [4] ได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ 0.889 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณและการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

7. ผลการศึกษา

สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.4 มีอายุระหว่าง 41-50 ปี สถานภาพสมรส มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท มีตำแหน่งงานในวิสาหกิจชุมชน เป็นสมาชิก และมีระยะเวลาในการเป็นสมาชิก 5-10 ปี

สภาพปัจจุบันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในประเภทของธุรกิจการค้าส่งและค้าปลีก มีระยะเวลาในการดำเนินงานของธุรกิจ 10 ปี ขึ้นไป กลุ่มลูกค้าหลักของธุรกิจ คือ นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	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
รวม	4.73	0.252	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.73$, S.D.=0.252) เมื่อพิจารณาารายด้าน 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 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	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
รวม	4.74	0.228	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 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 3 ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ประสิทธิผลการดำเนินงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	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 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร 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 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

ส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	S.E.	Beta		
Constant	1.067	0.138		7.756*	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.122	0.035	0.155	3.432*	0.001
ด้านราคา	0.093	0.037	0.112	2.523*	0.012
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.319	0.042	0.370	7.681*	0.000
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 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.155$, $p < 0.05$) ส่วนประสมการตลาดด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ $\beta = 0.112$, $p < 0.05$) ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.370$, $p < 0.05$) ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อ

ประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.293, p < 0.05$)

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

$$\begin{aligned}\hat{\mathbf{Y}} &= 1.067 + 0.122 X_{11} + 0.093 X_{12} + 0.319 X_{13} + 0.243 X_{14} \\ \hat{\mathbf{Z}} &= 0.155 X_{11} + 0.112 X_{12} + 0.370 X_{13} + 0.293 X_{14}\end{aligned}$$

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

การจัดการวิสาหกิจชุมชน	Unstandardized		Standardized	t	Sig.
	Coefficients		Coefficients		
	B	S.E.	Beta		
Constant	0.855	0.149		5.753*	0.000
ด้านการผลิต	0.299	0.037	0.352	8.080*	0.000
ด้านการตลาด	0.030	0.030	0.030	0.992	0.322
ด้านภาวะผู้นำ	0.180	0.032	0.218	5.638*	0.000
ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก	0.086	0.024	0.115	3.511*	0.001
ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก	0.225	0.031	0.297	7.349*	0.000

R = 0.853 R² = 0.727 Adj R² = 0.723 F = 201.670 Sig = 0.000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณของการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.352, p < 0.05$) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดไม่ได้ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.030, p > 0.05$) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.218, p < 0.05$) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.115, p < 0.05$) การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.297, p < 0.05$) ทั้งนี้ตัวแปรอิสระการจัดการวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านภาวะผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก มีประสิทธิภาพร่วมกันพยากรณ์และอธิบายตัวแปรตามประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้ร้อยละ 72.7 ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\hat{\mathbf{Y}} &= 0.855 + 0.299 X_{21} + 0.030 X_{22} + 0.180 X_{23} + 0.086 X_{24} + 0.225 X_{25} \\ \hat{\mathbf{Z}} &= 0.352 X_{21} + 0.030 X_{22} + 0.218 X_{23} + 0.115 X_{24} + 0.297 X_{25}\end{aligned}$$

8. อภิปรายผลการศึกษาและการสรุปผล

ผลการศึกษาในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ตามลำดับ ดังนั้นส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการพัฒนาวัตถุประสงค์ของการตลาดให้สอดคล้องกับตลาดเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kottler and Keller (2012) [5] และ ญัฐพัชพันธ์ แสงทรัพย์ (2561) [6] ที่ได้กล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่นำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด สำหรับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร จะเห็นได้ว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานที่ควรให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ สินค้าต้องมีคุณภาพ มีมาตรฐานรองรับ ประเภทและขนาดของสินค้ามีความหลากหลาย มีบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม (2) ปัจจัยด้านราคา คือ ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของสินค้า (3) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สถานที่จำหน่ายจะต้องตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางมาได้สะดวก และมีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้ส่วนลดและของแถม รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ

ผลการศึกษาในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านภาวะผู้นำ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก และด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก ตามลำดับ ปัจจัยการจัดการจึงเป็นกระบวนการต่าง ๆ ที่มีการผสมผสานทรัพยากรหรือปัจจัยที่มีอยู่ในองค์กร ให้เหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (จันทิมา จันทรเที่ยง, 2558) [7] และองค์กรทั้งในภาคการผลิตและบริการมีความจำเป็นต้องใช้ปัจจัยและทรัพยากรพื้นฐานในการจัดการ ซึ่งการจัดการจะมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในด้านของเป้าหมาย ปัจจัยการจัดการ และลักษณะของการจัดการ ซึ่งต้องมีการกำหนดอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้ตั้งไว้ (วรรณพงศ์ ช่วยรักษา, 2560) [8] ทั้งนี้ปัจจัยการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่เห็นได้ชัดเจนและผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญ ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านการผลิต คือ วัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการในการผลิต มีความพร้อมของอุปกรณ์ เครื่องจักรในการผลิต (2) ปัจจัยด้านการตลาด คือ มีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการผลิต มีตลาดรองรับสินค้าที่แน่นอน (3) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ คือ ผู้นำมีความรู้ความสามารถในการบริหารธุรกิจ และผู้นำเปิดโอกาสให้สมาชิกร่วมแสดงความคิดเห็น (4) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิก คือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน (5) ปัจจัยด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก คือ การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำสินค้าไปจำหน่าย และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเกี่ยวกับการให้ความรู้และคำปรึกษา

ผลการศึกษาในระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านกระบวนการภายใน มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านลูกค้า ด้านการเงิน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา ตามลำดับ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ มีสมรรถนะขององค์กรในการอยู่รอด ปรับตัว รักษาสภาพ และเติบโต โดยบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ (Schein, 1970) [9] มีระดับความสามารถในการผลิตที่ก่อให้เกิดผลผลิตตามเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ (Nahavendi and Malekzadeh, 1999 ; Gordon and Others, 1990) [10] [11] ทั้งนี้เกิดจากประสิทธิภาพของผู้นำองค์กรที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ในการบริหารงานเพื่อนำมาพัฒนาปฏิบัติงานให้เกิดผลตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ โดยที่ประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ที่เห็นได้ชัดเจน คือ (1) ด้านการเงิน คือ มีการใช้ทรัพย์สินขององค์กรได้อย่างคุ้มค่าและเกิดประโยชน์สูงสุด และมีการลดต้นทุนการผลิตโดยการจัดซื้อวัตถุดิบในแหล่งที่มีราคาถูก (2) ด้านลูกค้า คือ ลูกค้ามีความจงรักภักดีและกลับมาซื้อสินค้าซ้ำ มีการรับฟังความคิดเห็นของลูกค้าเพื่อนำมาปรับปรุงและแก้ไข (3) ด้านกระบวนการภายใน คือ การแบ่งหน้าที่การดำเนินงานอย่างชัดเจน การจัดส่งสินค้าทันตามระยะเวลาที่ลูกค้ากำหนด และการสร้างระบบการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา คือ การจัดอบรมสมาชิกเพื่อเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการดำเนินงาน สมาชิกมีความรู้ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ของตน และสมาชิกมีความพึงพอใจในสภาพแวดล้อมของการดำเนินงาน

ผลการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่า ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.155, p < 0.05$) ทั้งนี้เป็นผลจากผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางมีอัตราประโยชน์และมีคุณค่าในสายตาของลูกค้า (ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2558; Kottler and Keller, 2012) [12] [5] จึงมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางสามารถขายได้ และสร้างผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิตา แจ้ดนาลาว (2561) [13] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อยอดจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายของวิสาหกิจชุมชนที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด ปัจจัยด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.112, p < 0.05$) กล่าวคือ ราคาผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง เป็นจำนวนเงินที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง ซึ่งราคาเป็นต้นทุนของลูกค้า โดยลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางกับราคา (Price) ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ (ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2558; Kottler and Keller, 2012) [12] [5] กรณีนี้ผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางจึงมีคุณค่าสูงกว่าราคาที่ผู้บริโภคยอมจ่าย ซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรสามารถจำหน่าย สร้างผลกำไร และผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้ ส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.370, p < 0.05$) ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่ายว่าจะใช้วิธีการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคโดยตรง หรือการขายสินค้าผ่านสถาบันคนกลางต่าง ๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และตัวแทนคนกลาง ซึ่งผู้บริหารจะต้องคำนึงว่าจะเลือกใช้สื่ออย่างใดถึงจะดีที่สุด โดยเสียค่าใช้จ่ายต่ำ และสินค้าไปถึงลูกค้าทันเวลา (ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2558; Kottler and Keller, 2012) [12] [5] วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรจึงนับว่ามีชนิดของช่องทางการจำหน่ายให้กับผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ โดยการขายสินค้าผ่านคนกลางต่างๆ เช่น พ่อค้าส่ง พ่อค้าปลีก และมีการกระจายสินค้าด้วยวิธีการขนส่งที่เหมาะสมต่อการแจกจ่ายสินค้า มีความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า และสินค้าพร้อมสำหรับการจำหน่าย ที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง สามารถจำหน่าย สร้างผลกำไร และผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้ ส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.293, p < 0.05$) ซึ่งการส่งเสริมการตลาด การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดมีเครื่องมือที่สำคัญอยู่ 5 ชนิดด้วยกัน ที่เรียกว่าส่วนประสมของการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ การขายโดยใช้พนักงาน การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การให้ข่าวและประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง (ฤติรัตน์ สิทธิบริบูรณ์, 2558; Kottler and Keller, 2012) [12] [5] วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพรจึงมีการดำเนินการที่ได้มีการประยุกต์แนวคิดทางด้านการส่งเสริมการตลาด ด้วยการให้ส่วนลดและของแถม และการให้คำแนะนำและตอบคำถามเพิ่มเติมได้ รวมถึงความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย การโฆษณาสินค้าผ่านทางสื่อต่าง ๆ ที่สร้างแรงจูงใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนาง สามารถจำหน่าย สร้างผลกำไร และผลการดำเนินการที่ดีให้กับกลุ่มได้

ผลการศึกษาการจัดการวิสาหกิจชุมชนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร พบว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการผลิตส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.352, p < 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยปณิตา แจ้ดนาลาว (2561) [13] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อยอดจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ในอำเภออุ้มผาง จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนไปสู่ผลการดำเนินงานที่ดีควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ดังนั้นการสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ควรพัฒนา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนต่อไป การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดไม่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.030, p > 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี นาคเรือง และคณะ (2560) [14] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารการตลาด มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Che Mohd Zulkifli Che Omar and Nurdiana Mohd Nor Azmi (2015) [15] ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ Bumiputera ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน

ประเทศมาเลเซีย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย ได้แก่ จุดอ่อนด้านการจัดการความล้มเหลวด้านการตลาด การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านภาวะผู้นำส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.218, p < 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุรน์จมาล แวโด (2557) [16] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่า ปัจจัยด้านภาวะผู้นำมีผลต่อความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนราธิวาส ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชัชชนก เตชะวนิช (2560) [17] ที่ศึกษาเรื่อง บุพปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ มีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านการบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.98 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mir Shahid Satar and Shibui John (2016) [18] ที่ศึกษาเรื่องแบบจำลองแนวคิดปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญสำหรับกิจการเพื่อสังคมของประเทศอินเดีย พบว่า ความเป็นผู้นำ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จของกิจการเพื่อสังคมในอินเดีย การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีส่วนร่วมของสมาชิกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.115, p < 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล (2560) [19] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า การสร้างการมีส่วนร่วม มีผลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย โดยรัฐบาลควรจัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการดูแล ติดตามผลการดำเนินการ โดยผู้นำในองค์กรวิสาหกิจชุมชน ต้องวางแผนทาง กำหนดเป้าหมาย เน้นการพัฒนาองค์ความรู้ และการสร้างการมีส่วนร่วมในทุกส่วน การจัดการวิสาหกิจชุมชนด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($Beta = 0.297, p < 0.05$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ นุรน์จมาล แวโด (2557) [16] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล (2560) [17] ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย พบว่า การสร้างเครือข่ายให้กับวิสาหกิจชุมชน จะทำให้เกิดประสิทธิผลในการบริหารจัดการเนื่องจากการเพิ่มมูลค่า และสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปลื้มใจ ไพจิตร (2560) [20] ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การวางแผนส่งผลต่อประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากทำให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างเป็นขั้นตอน และลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงาน

9. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะของการวิจัยครั้งนี้

1) ด้านส่วนประสมการตลาด ผู้บริหารด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนส่วนประสมการตลาดโดยนำมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในการตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากที่สุดต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2) ด้านการจัดการวิสาหกิจชุมชน ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการวิสาหกิจโดยผสมผสานทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กร ให้เหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์กร เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่องค์กรตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเฉพาะองค์ประกอบที่ส่งผลเชิงบวกมากที่สุดต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร ได้แก่ ด้านการผลิต และด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาตัวแปรอิสระด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เช่น ปัจจัยด้านคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการสนับสนุนจากภาครัฐ เป็นต้น เพื่อทำให้ทราบว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลอีกบ้าง

2) ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดให้มีการสนทนากลุ่ม (Focus group) ในกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาความต้องการของสมาชิกและสภาพปัญหาที่แท้จริงจากการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กล้วยเล็บมือนางในจังหวัดชุมพร

เอกสารอ้างอิง

- [1] กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2561). การชี้แจงนโยบายและแนวทางการปฏิบัติงาน ปี 2561. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2562, จาก http://www.cpd.go.th/cpdth2560/images/03meeting2561_9_10_2560.pdf.
- [2] กรมส่งเสริมการเกษตร. (2561). รายชื่อวิสาหกิจชุมชนดีเด่นระดับจังหวัด. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2562, จาก https://smce.doae.go.th/snce1/award/report.php?award_type_id=&level=province&year=2561®ion_id=&province_id=86.//2561.
- [3] Cochran, William G. 1977. *Sampling Techniques*. Wiley.
- [4] Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of taste. *Psychometrika*, 16 (3), 297-334.
- [5] Kotler, Keller. (2012). *Marketing management: The millennium*. 14th ed., New Jersey, Prentice-Hall Inc.
- [6] ญัฐพัชญ์ แสงทรัพย์. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมหลังการซื้อสินค้าของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชนในเขตอำเภออัญญบุรี จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- [7] จันทิมา จันทะเที่ยง. (2558). การจัดการทางธุรกิจและการปฏิบัติตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการพึ่งตนเอง: กรณีศึกษา ชาวประมงพื้นบ้าน อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [8] วรณพงศ์ ช่วยรักษา. (2560). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มสตรีทอผ้าฝ้ายอ้อมครามบ้านถ้ำเต่า จังหวัดสกลนคร. งานนิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- [9] Schein, E. H. (1970). *Organizational Psychology*. 2nd ed. NJ : Prentice-Hall Inc.
- [10] Nahavendi, A., & Malekzadeh, A. R. (1999). *Organizational Behavior : The person organizational fit*. New Jersey : Prentice-Hal.
- [11] Gordon, Judith R. and associates. (1990). *Management and Organizational Behavior*. Needham Heights. MA : Allyn and Bacon.
- [12] ฤทธิรัตน์ สิทธิบริบูรณ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- [13] ปณิตา แจ่มนาลาว. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อยอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน ในอำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 4(1), 80-89.
- [14] ดุษฎี นาคเรือง, สุธิดา วัฒนยืนยง และนุชนภา เลขาวิจิตร. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา. *วารสารศรีนครินทร์วิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 9(17), 69-76.
- [15] 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.
- [16] นุรน์จมาล แวโด. (2557). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนราธิวาส. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- [17] ชัชชนก เทชะวนิช. (2560). บุพปัจจัยความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. 5(1), 93-114.
- [18] 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.

- [19] ชนพงษ์ อารณพิศาล. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในภาคกลางของประเทศไทย. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- [20] ปลื้มใจ ไพจิตร และชาญวิทย์ ทองโชติ (2560). กระบวนการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิทยาการจัดการ. 4(2), 175-204.