

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดมหาสารคาม

Product development to enhance the competitiveness of community enterprises in Maha Sarakham

ธนชัย สิงห์มาตย์

Tananchai Singmat

สาขาวิชาระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสยาม

Corresponding author, E-mail : Tananchai_999@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม และ 2) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แก้ปัญหาและพัฒนาความรู้ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 490 คน และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ สถิติที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ สมการเชิงโครงสร้าง (Structural equation model) ผลการวิจัยพบว่า

การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.97 ซึ่งตัวแปรการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถอธิบายได้ดังนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.74) รองลงมา คือ การสร้างและพัฒนางานความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชน (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.71) การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.70) และด้านปัจจัยการผลิต (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.63) ตามลำดับ ตัวแปรกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสามารถอธิบายได้ดังนี้ ตัวแปรที่มีอิทธิพลเท่ากัน คือ กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.76) และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ (ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.76) โดยกลยุทธ์การสร้างแตกต่างไม่มีผลต่อกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามควรให้ความสนใจต่อด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างและพัฒนางานความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และด้านปัจจัยการผลิต โดยใช้กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามได้มากขึ้น ตามแบบจำลอง DCS Framework

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ; การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ; วิสาหกิจชุมชน



ABSTRACT

In this dissertation, aim to study the patterns conditions and needs of product's pattern development to increase the competitiveness of community enterprises in Maha Sarakham and to determine guidelines on the development of products, solve the problem and increase the community enterprises competencies. The data was collected from a community of 490 persons in Maha Sarakham and questionnaires are used. The statistics used in this research include Structural Equation Model.

The results indicates that the relationship and the influence of variables on product development to enhance the competitiveness of community enterprises is Standard influence coefficient of 0.97, which is a variant of product development can be explained as follows, the variables with the highest influence is the product. (Standard influence coefficient was 0.74), followed by the creation and development of knowledge to the community enterprises. (Standard influence coefficient 0.71), the balance of the production of natural resources. (Standard influence coefficient of 0.70), and the factor of production. (Standard influence coefficient 0.63), respectively. A variant of strategies to enhance the competitiveness can be explained as follows, the variables influencing equally is low-cost marketing strategies. (Standard influence coefficient was 0.76) and focus strategic. (Standard influence coefficient 0.76). Thus, the development of products to enhance the competitiveness of community enterprises in Maha Sarakham should pay attention to the product, the creation and development of knowledge to the group, the balance of production and natural resources and the factor of production by using low-cost marketing strategies and focus strategic to be able to develop products to enhance the competitiveness of community enterprises in Maha Sarakham follow by model-based DCS Framework.

Keywords : Product Development ; Enhance the Competitiveness ; Community Enterprises

บทนำ

ปัจจุบันการประกอบการในลักษณะวิสาหกิจชุมชนได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะประเทศในยุโรป ได้แก่ อิตาลี ฝรั่งเศส และเยอรมนี ซึ่งประเทศดังกล่าวได้ให้ความสำคัญกับการประกอบวิสาหกิจชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและหลักสากลที่ผสมผสานในการจัดการทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ การสร้างความแตกต่างและสร้างอัตลักษณ์จนสามารถแข่งขันในตลาดได้ทั้งในและต่างประเทศ ทำให้วิสาหกิจชุมชนกลายเป็นรากฐานของเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รวมถึงเป็นต้นแบบของระบบเศรษฐกิจในประเทศแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียนเกือบทั้งหมด ตั้งแต่ตุรกี กรีซ สเปน อิตาลี วิสาหกิจชุมชนที่มีชื่อเสียงในด้านการผลิตด้วยภูมิปัญญาและสร้างอัตลักษณ์เป็นของตนเอง จะเห็นว่าเสื้อผ้าในอิตาลีไม่ได้มาจากโรงงานใหญ่แต่มาจากแหล่ง

ผลิตเล็ก ๆ มีรูปลักษณะหลากหลาย เปลี่ยนสไตล์ตลอดเวลาตามรสนิยมของความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้การจัดการเครือข่ายเป็นกลุ่มในการผลิตสินค้า นอกจากนี้ฝรั่งเศสยังมีชื่อเสียงในการผลิตความคิดใหม่ ๆ และหารูปแบบในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ด้านวิชาการและต้นทุน โดยมีรูปแบบการให้ทุนสนับสนุนที่หลากหลาย คนที่ไม่มีหลักทรัพย์สินก็ประกันก็มีกองทุนให้กู้ยืมได้ ส่วนเยอรมนีมีชื่อเสียงในเรื่องอุตสาหกรรมใหญ่ๆ ปัจจุบันได้หันมาเน้นเรื่องการประกอบวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม [10]

นับจากการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ในปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา นับเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาที่สำคัญ เพราะแต่ละท้องถิ่นในประเทศไทยมีทรัพยากรที่หลากหลาย แต่ละชุมชนมีภูมิปัญญา มีความสามารถในการผลิตสินค้า

ชุมชน และมีอัตลักษณ์ของตนเอง ดังนั้นรัฐบาลจึงมีความพยายามที่จะส่งเสริมและพัฒนาให้ชุมชนประสานความสัมพันธ์ร่วมกันจัดการ ร่วมคิด ร่วมผลิต ร่วมบริโภค โดยนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาบริหารจัดการให้เกิดประโยชน์และคุ้มค่า ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชน เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน รัฐบาลจึงส่งเสริมการก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนให้ชุมชนเกิดความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจเกิดการพึ่งตนเอง พึ่งพากัน เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในตลาดอย่างสมดุล การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการส่งเสริมการประกอบการขนาดย่อยและขนาดจิ๋วของชุมชน (Small and micro community enterprise : SMCE) ซึ่งชุมชนในพื้นที่มีทั้งทุนที่เป็นเงินทุน ทุนที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติ ดิน น้ำ ป่า ทุนที่เป็นผลผลิต ทุนความรู้ ภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม ความเป็นพี่เป็นน้อง และความไว้วางใจกันของชุมชน [3]

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้ประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและการพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายหลักในการสร้างรากฐานชีวิต รากฐานเศรษฐกิจให้ชุมชนเป็นหลักประกันความมั่นคงเป็นโครงข่ายความปลอดภัยทางสังคม (Social safety net) ไม่ให้เสียหายรุนแรงถ้าเกิดพลัดพลั้งเพราะวิสาหกิจชุมชนไม่ได้ทำแต่เฉพาะในชุมชน ถ้ามีเหลือกินเหลือใช้ก็ขายออกสู่ตลาดได้ หลักปฏิบัติของวิสาหกิจชุมชนคือทำเพื่ออยู่รอด เอาชีวิตเป็นตัวตั้ง เอาความสุขเป็นตัวชี้วัด

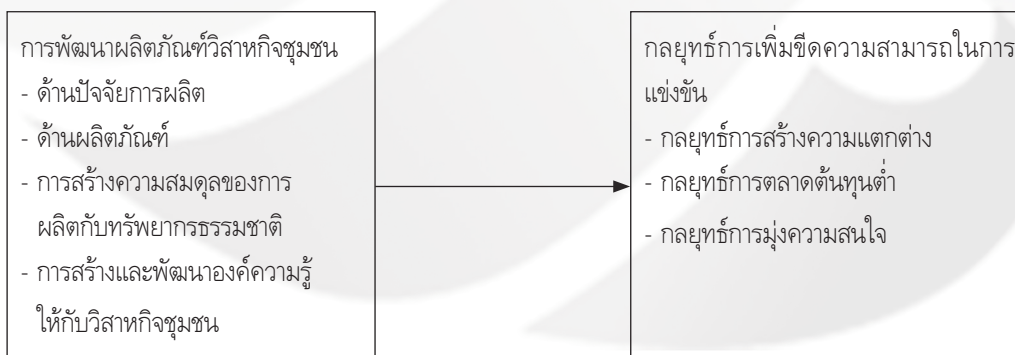
เอาวงจรชีวิตเป็นกรอบ เน้นความร่วมมือและเป็นองค์รวม เน้นทุนของชุมชน เน้นตลาดพอเพียงของครอบครัว ชุมชนและท้องถิ่น [10]

รัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมให้คนในชุมชนได้รวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้างอาชีพ โดยใช้ภูมิปัญญาและวัตถุดิบในการผลิตสินค้าตามความต้องการของสมาชิกในกลุ่ม อย่างไรก็ตามการดำเนินงานที่ผ่านมาชุมชนประสบความล้มเหลวอย่างน่าพอใจ แต่มีบางชุมชนที่ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ต้องล้มเลิกกิจการ สำหรับชุมชนที่ดำเนินการอยู่ได้ บางครั้งจำเป็นต้องมีการปรับปรุงวิธีการประกอบการ ให้มีการพัฒนารูปแบบการจัดการเทคโนโลยี การเผยแพร่ความรู้เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ประสพการณ์ระหว่างกลุ่ม ซึ่งช่วยให้การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนโดยรวมมีประสิทธิภาพมากขึ้น [4]

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แก้ปัญหา และพัฒนาความรู้ความสามารถของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

กรอบแนวความคิดการวิจัย





สมมุติฐานการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชน มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ประชากรที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม 1,778 กลุ่ม และมีจำนวนสมาชิก 29,756 คน [11]

2. ขอบเขตเนื้อหา

2.1) แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.2) แนวความคิดเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2.3) แนวความคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

2.4) ขอบเขตเวลา ระยะเวลาในการศึกษา เดือนมกราคม - ธันวาคม 2557

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามทั้ง 13 อำเภอ จำนวนทั้งหมด 1,778 กลุ่ม ซึ่งมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 29,576 คน [11]

2. กลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้การคำนวณประชากรที่มีขนาดเล็กหรือทราบขนาดประชากรที่แน่นอน [1] จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 490 คน

2.2 การสุ่มแบบระดับชั้น (Stratified random sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างโดยแบ่งประชากรออกเป็นกลุ่มย่อยๆ 13 อำเภอ จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ตามจำนวนสัดส่วนที่กำหนดในแต่ละอำเภอ

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's rating scale)

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือและหาคุณภาพของเครื่องมือตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากหนังสือเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการนำเนื้อหามาสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำมากำหนดหรือออกแบบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม จากหนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือ (Content validity) การพิจารณาด้านเนื้อหา ความหมาย และการใช้ภาษาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความครอบคลุมตามโครงสร้างของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of item objective congruence : IOC) ว่าเป็นข้อคำถามที่ตรงกับสิ่งที่ต้องการวิจัย มีความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาเชิงทฤษฎีที่ได้ศึกษา วิเคราะห์และกำหนดไว้เป็นนิยามศัพท์หรือไม่ และตรวจสอบการใช้ถ้อยคำภาษา มีความเหมาะสมและสื่อความหมายที่ตรงกับสิ่งที่ต้องการจะสอบถามหรือไม่ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาให้ค่าคะแนนความเหมาะสมของข้อคำถาม เกณฑ์ในการเลือกข้อคำถาม จะพิจารณาเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ไม่น้อยกว่า 0.50 (Best, 1970) จึงจะถือได้ว่าข้อคำถามนั้นมีความตรงตามเนื้อหาที่มีความเหมาะสมที่จะใช้เป็นตัวชี้วัดของตัวแปรได้

3. การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญไปทดลอง (Tryout) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อคำถาม และวิเคราะห์โดยตรวจสอบการจัดองค์ประกอบของข้อคำถาม ด้วยวิธีสถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor analysis) เพื่อตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถวัดตัวแปรตามที่ต้องการหรือไม่ และตรวจสอบว่าข้อคำถามที่ใช้วัดตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันอยู่ในกลุ่มเดียวกัน หากข้อคำถามใดไม่สอดคล้องกับข้อคำถามอื่นจะถูกตัดออก

4. การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ซึ่งเป็นการหาค่าความเชื่อมั่นของชุดแบบสอบถามแต่ละตัวแปร จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบความเป็นปรนัย และความสมบูรณ์

ของข้อคำถาม เพื่อวัดความสอดคล้องภายใน (Internal consistency model) โดยใช้สูตรของ Cronbach [16] ซึ่งเรียกว่า “สหสัมพันธ์แอลฟา” (Coefficient) โดยกำหนดให้มีค่าเฉลี่ยทั้งหมดไม่น้อยกว่า 0.7 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่มีความเชื่อถือได้ [16]

5. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จนได้รับความเห็นชอบ จึงนำไปจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ และนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำหนังสือขอความร่วมมือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม เสนอไปยังผู้ประสานงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดมหาสารคามและอำเภอในจังหวัดมหาสารคาม จำนวน 13 อำเภอ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้นำ คณะกรรมการ และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผ่านผู้ประสานงานวิสาหกิจชุมชนในแต่ละอำเภอ จำนวน 13 อำเภอในจังหวัดมหาสารคาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เป็นสถิติที่ใช้บรรยายคุณลักษณะคุณสมบัติของประชากร

1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้ในการแปลความหมายของข้อมูลต่าง ๆ เพื่อสรุปและอธิบายลักษณะของตัวแปร

2. สถิติอนุมาน (Inferential statistics) เป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis testing) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปร ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling-SEM) โดยใช้โปรแกรมลิสเรล



ผลการวิจัย

1. สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1

ข้อมูลสถานภาพ	ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	223	45.5
	หญิง	267	54.5
อายุ	น้อยกว่า 35 ปี	27	5.5
	35 - 45 ปี	128	26.1
	46 - 55 ปี	190	38.8
	มากกว่า 55 ปี	145	29.6
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	473	96.5
	มัธยมศึกษา	3	0.6
	อนุปริญญา	9	1.8
	ปริญญาตรี	2	0.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	0.6
กิจการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	ผลิตพืช	192	39.2
	ผลิตปศุสัตว์	73	14.9
	แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร	45	9.2
	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเสื้อผ้า	89	18.2
	ผลิตภัณฑ์จักสาน	12	2.4
	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	41	8.4
ระยะเวลาการก่อตั้งกลุ่ม	น้อยกว่า 1 ปี	37	7.6
	1-3 ปี	210	42.9
	มากกว่า 3 - 5 ปี	72	14.7
	5 ปีขึ้นไป	171	34.9

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2

การพัฒนาผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านปัจจัยการผลิต	3.71	0.68	มาก
การสร้างความสัมพันธ์ของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ	3.67	0.72	มาก
การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต	3.65	0.71	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.62	0.73	มาก
รวมทั้งสิ้น	3.66	0.71	มาก

2. สถิติอนุมาน

2.1 การทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงทฤษฎีกับแบบจำลองเชิงประจักษ์ผลการทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองเชิงทฤษฎีกับแบบจำลองเชิงประจักษ์ พบว่า แบบจำลองเชิงทฤษฎีสอดคล้องกับแบบจำลองเชิงประจักษ์ (Model fit) ระดับดี ดังนี้

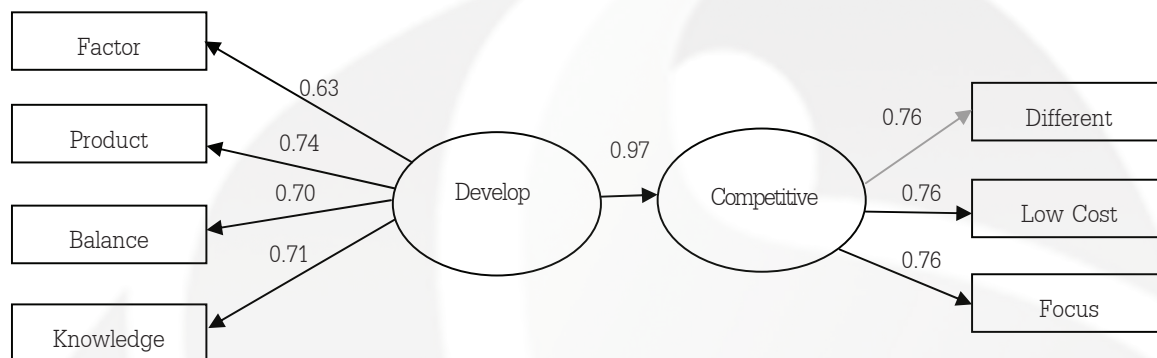
ตารางที่ 3

ค่าดัชนี	ค่าตัดสินใจ	ค่าสถิติที่ได้
ไค-สแควร์/องศาอิสระ (Chi-Square/df)	<2.00	32.28/17=1.89
ความน่าจะเป็นทางสถิติ (P-value)	p>0.01	0.03
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation : RMSEA)	<0.05	0.04
ค่ามาตรฐานรากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (Standardized Root Mean Square Residual : SRMR)	<0.08	0.07
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index : CFI)	>0.90	0.99
ดัชนีวัดความสอดคล้องเชิงสัมพัทธ์ (Non-Normal Fit Index : NNFI)	เข้าใกล้ 1 (>0.90)	0.99
ดัชนีวัดระดับความสัมพันธ์ (Relative Fit Index : RFI)	เข้าใกล้ 1	0.98
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index : GFI)	>0.90	0.98
ดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index : AGFI)	เข้าใกล้ 1 (>0.90)	0.93
ดัชนีระบุขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Critical N :CN)	>200	305.34



2.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการเชิงโครงสร้าง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยสัมประสิทธิ์ความถดถอยที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม และการทดสอบสมมุติฐานโดยได้ผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1

คำอธิบาย

Develop	คือ	การพัฒนาผลิตภัณฑ์
Factor	คือ	ด้านปัจจัยการผลิต
Product	คือ	ด้านผลิตภัณฑ์
Balance	คือ	การสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ
Knowledge	คือ	การสร้างและพัฒนางานความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชน
Competitive	คือ	กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
Different	คือ	กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง
Low Cost	คือ	กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ
Focus	คือ	กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ

- ความสัมพันธ์และอิทธิพลของตัวแปรที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน มีค่าเท่ากับ 0.97

- การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นตัวแปรแฝงซึ่งสามารถอธิบายจากตัวแปรสังเกตได้โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.74

2) การสร้างและพัฒนางานความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชน ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.71

3) การสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.70

4) ด้านปัจจัยการผลิต ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.63

- กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นตัวแปรแฝงซึ่งสามารถอธิบายจากตัวแปรสังเกตได้ ดังนี้

1) กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.76

2) กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ คำสัมประสิทธิ์อิทธิพลมาตรฐาน เท่ากับ 0.76 โดยกลยุทธ์การสร้างแตกต่างไม่มีผลต่อกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

3) ผลการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

ตารางที่ 3

สมมุติฐานการวิจัย		ค่าสัมประสิทธิ์ เส้นทาง	ผลการทดสอบ
H : การพัฒนาผลิตภัณฑ์	→ กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน	0.97	สนับสนุนสมมุติฐาน
สมการ : Competitive = 0.97 Product + 0.17 : R ² = 0.841			
(t-value)	(0.03)	(0.01)	

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรทั้งหมดในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามถึงร้อยละ 84.10

3. การพัฒนาเป็น DCS Framework

บทสรุปโดยรวมในการวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม อันมีที่มาจากกระบวนการศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณที่ทำให้ค้นพบตัวชี้วัดสำคัญที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม รวมถึงข้อมูลที่ได้การวิเคราะห์เนื้อหาจากบทความเอกสารทางวิชาการ และการพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สามารถสกัดความรู้และพัฒนาการวิจัยมาเป็น DCS Framework อธิบายได้ดังนี้

D = Development คือ การพัฒนา หมายถึง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงความพร้อมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ที่เน้นการทำงานเป็นทีมและประสบการณ์ของวิสาหกิจชุมชน การรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และให้ความสำคัญกับการควบคุมคุณภาพของปัจจัยการผลิตและผลิตภัณฑ์

C = Competition คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน หมายถึง วิสาหกิจชุมชนต้องมีความพร้อมสำหรับการเพิ่มขีดความสามารถ ซึ่งการเรียนรู้เป็นทีมจะเป็นเครื่องมือในการเพิ่มขีดความสามารถอย่างมีประสิทธิภาพ โดยควรปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบการเรียนรู้ที่ต่างกันของวิสาหกิจชุมชน

ประการสำคัญคือ การเพิ่มขีดความสามารถเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลา

S = Strategy คือ กลยุทธ์การแข่งขัน หมายถึง กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม ที่ต้องเน้นกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ที่ต้องควบคุมต้นทุนทางการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้ในราคาถูกกว่าคู่แข่ง และเน้นกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ ที่มีลักษณะเฉพาะพิเศษ ซึ่งมีความแตกต่างในเรื่องของความต้องการสินค้า รูปแบบผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของลูกค้า สัญลักษณ์ ดังนี้



ภาพที่ 2

อภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นตัวแปรแฝงที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรง ผู้วิจัยจึงกำหนดให้มีตัวแปรสังเกตได้เพื่อให้สามารถวัดความสำคัญได้ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านปัจจัยการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต



1. ด้านปัจจัยการผลิต พบว่า การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้ามีความสำคัญ โดยขั้นตอนการตรวจสอบและติดตามผลการผลิตทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เพื่อให้มั่นใจว่าผลงานมีความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จทุกประการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสุบัญญัติ ไชยชาญ [8]

2. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า การมีความพร้อมต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การที่วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพเพียงพอที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ และมีข้อมูลเพียงพอที่จะนำไปผลิตในเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิรวิทย์ เกตุโรภาส [2]

3. การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า การให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยนโยบายขององค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงความร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม [6] และทรัพยากรธรรมชาติมีความสำคัญในรองรับกิจกรรมต่างๆ ของมนุษย์และช่วยเกื้อกูลให้ชีวิตดำรงอยู่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสันตต์ สมชีวิตา [13]

4. การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต พบว่า การเรียนรู้เป็นเครื่องมือในการเพิ่มขีดความสามารถอย่างมีประสิทธิภาพ [18] อีกทั้ง ประสิทธิภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่งผลต่อการเรียนรู้ โดยความรู้ด้วยเหตุผลจากความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งที่พบเห็นกับความรู้ความเข้าใจที่มีอยู่เดิม เกิดเป็นโครงสร้างทางปัญญา ซึ่งสภาวะประสิทธิภาพใหม่ที่ไม่สอดคล้องกับประสิทธิภาพเดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องพยายามปรับข้อมูลใหม่กับประสิทธิภาพที่มีอยู่เดิม แล้วสร้างเป็นความรู้ใหม่ [7]

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคามควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนด้านผลิตภัณฑ์และการสร้างและ

พัฒนาองค์ความรู้ให้กับวิสาหกิจชุมชน โดยใช้กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ โดยผลการศึกษางานวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐ ในการนำไปใช้ในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาจังหวัดมหาสารคาม ในด้านการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคาม

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรเน้นการให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการจัดทำแผนกลยุทธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้กลุ่มสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ควรมีการส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนสร้างเครือข่ายทั้งภายในกลุ่มจังหวัดและการสร้างเครือข่ายทั้งในและนอกประเทศ เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ และการซื้อขายแลกเปลี่ยนวัตถุดิบในการผลิตสินค้า
3. ในการผลิตสินค้านั้นควรเน้นให้กลุ่มผลิตสินค้าที่มีคุณภาพโดยการตรวจสอบสินค้าก่อนออกวางจำหน่าย เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในสินค้า
4. ภาครัฐควรส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสร้างองค์ความรู้แก่วิสาหกิจชุมชน เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถแข่งขันได้

ข้อเสนอแนะเพื่อทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยมุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดมหาสารคามทุกประเภทกิจการ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยในการพัฒนาแต่ละประเภทกิจการ เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าอ้อมและเสื้อผ้า เป็นต้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเฉพาะจังหวัดมหาสารคาม ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำวิจัยในจังหวัดอื่น ระดับกลุ่มจังหวัด ระดับภาค หรือระดับประเทศ
3. การวิจัยครั้งนี้เพียงแค่นำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทดลองนำไปใช้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจริง

เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลยา วานิชย์บัญชา. (2553). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- [2] จิรวุทธิ์ เกตุโรภาส. (2551). **การศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมไทย : กรณีศึกษาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์**. วิทยานิพนธ์ วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [3] เชิดชัย ชูระแพง. (2552). **รายงานการวิจัยการสร้างและพัฒนาแผนธุรกิจเครือข่ายการตลาดวิสาหกิจชุมชนเพื่อแก้ความยากจนในเขตพื้นที่อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี**. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- [4] นราวุฒิ สังข์รักษา. (2553). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การปรับตัวทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- [5] ยุพิน เกื่อนศรี. (2551). **การสร้างเสริมความเข้มแข็งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตหอมแดง จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- [6] ราตรี ภารา. (2543). **ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม**. กรุงเทพฯ : อักษรพัฒนา.
- [7] วิมลรัตน์ สุนทรโรจน์. (2549). **นวัตกรรมเพื่อการเรียนรู้**. ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [8] สุปัญญา ไชยชาล. (2540). **การบริหารการผลิต**. กรุงเทพฯ : พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- [9] เสรี พงศ์พิศ. (2546). **ฐานคิด จากแผนแม่บทวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ : เจริญวิทย์การพิมพ์.
- [10] เสรี พงศ์พิศ และสุภาส จันทร์หงษ์. (2548). **ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร. ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- [11] สำนักงานเกษตรจังหวัดมหาสารคาม. (2554). **รายงานข้อมูลการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดมหาสารคาม**. มหาสารคาม : กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- [12] สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2547). **คู่มือการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : การพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- [13] สันหัต สมชีวิตา. (2535). "ทิศทางการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแผนพัฒนาฉบับที่ 7 (2535-2539)," **วารสารเศรษกิจ**. 87(6) : 1-31.
- [14] อระนุช โกศล. (2551). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมชนบทในจังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- [15] Best, J. W. (1970). **Research in education**. Englewood Cliffs, NJ : Prentice-Hall.
- [16] Cortina, J. M. (1993). "What is coefficient alpha: An examination of theory and applications", **Journal of Applied Psychology**, 78(1), 98-104.
- [17] Cronbach, L. J. (1974). **Essentials of psychology testing**. New York : Harper and Row.
- [18] Ginsler and Associates. (2005). **Capacity building in arts**. Culture, and Heritage Organization: Knowledge from the field.
- [19] Michael E Porter. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York : Macmillan Publishing Co., Inc.

