

ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจ
ชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย



นางดุษฎี นาคเรือง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ปีการศึกษา 2562

**THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING CORPORATE
SUSTAINABILITY PERFORMANCE: A CASE OF
COMMUNITY ENTERPRISES IN THE THREE
SOUTHERN BORDER PROVINCES
OF THAILAND**

Dussadee Nakruang



**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Doctor of Philosophy in Management**

Suranaree University of Technology

Academic Year 2019

ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจ
ชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี อนุมัติให้นำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ศาสตราจารย์ ดร.สุนันtha เลียงไทย)

ประธานกรรมการ



(รองศาสตราจารย์ ดร.ชวัญกมล ดอนขวา)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์)



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร อุ่นศิริไฉย)

กรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตศา มณีรัตนรุ่งโรจน์)

กรรมการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิศักดิ์ สุวิทวัส)

กรรมการ (อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม)



(รองศาสตราจารย์ ร.อ. ดร.กนัธร ชานีประศาสน์)

รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการและ

พัฒนาความเป็นสากล



(รองศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พลนิกรกิจ)

คณบดีสำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

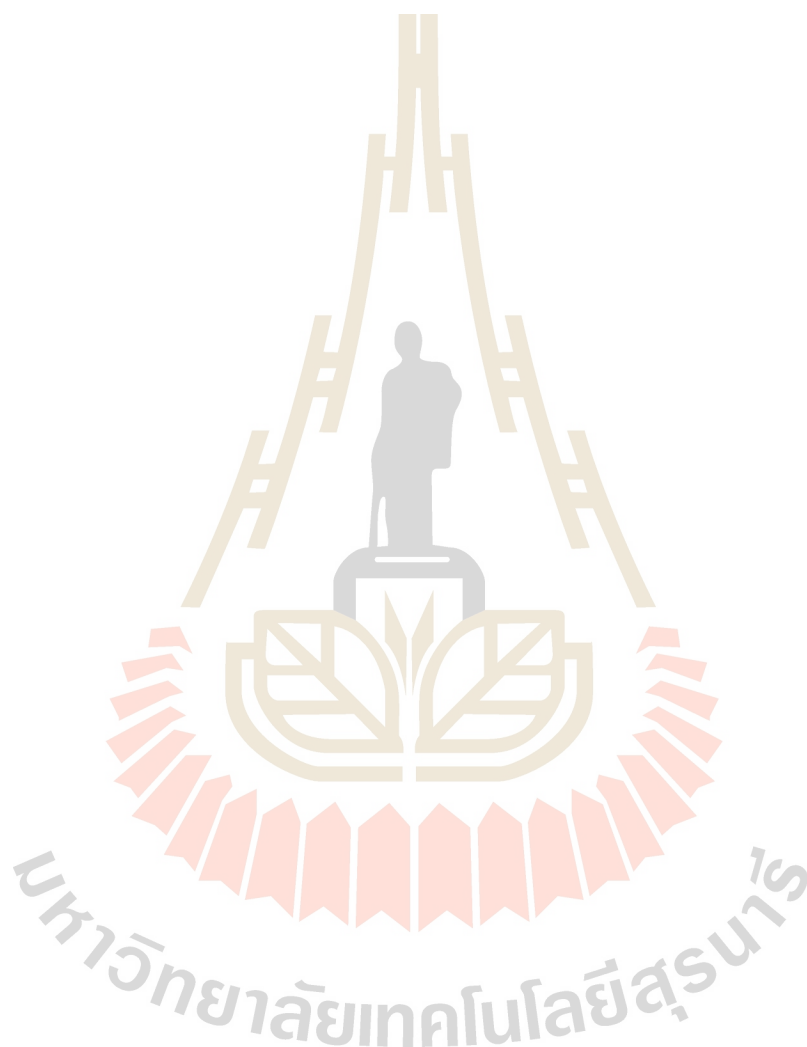
คุณฉวี นาคเรือง : ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย (THE CAUSAL
FACTORS INFLUENCING CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE: A
CASE OF COMMUNITY ENTERPRISES IN THE THREE SOUTHERN BORDER
PROVINCES OF THAILAND) อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล
คอนขวา, 213 หน้า.

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการ
ดำเนินงานอย่างยั่งยืน 2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็น
ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผล
ต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้น
ความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม
ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรต้นกลาง
คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนใน
สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

กลุ่มตัวอย่าง คือ วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยที่มี
ความเข้มแข็งในระดับดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่าง
ต่อเนื่องจำนวน 384 กลุ่ม ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง และวิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบชั้นภูมิโดยใช้สัดส่วน เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล
จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้าง

ผลการศึกษา เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า 1) ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้าน
ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.91) ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
ด้านการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.76) ปัจจัย
ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ด้านวัฒนธรรมการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.92) ปัจจัยผลการ
ดำเนินงานอย่างยั่งยืน ด้านผลการดำเนินงานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.93) 2) แบบจำลองสมการ
โครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 189.09$, $df = 71$, $\chi^2/df = 2.663$, $RMSEA =$
 0.066 , $SRMR = 0.011$, $CFI = 0.95$) 3) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อ
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรง
เชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้โดยมีค่า
สัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และ .092 ตามลำดับ และ 4) ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็น

ผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง นอกจากนี้ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยส่งผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.70



สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ
ปีการศึกษา 2562

ลายมือชื่อนักศึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม 

DUSSADEE NAKRUANG : THE CAUSAL FACTORS INFLUENCING
CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE: A CASE OF
COMMUNITY ENTERPRISES IN THE THREE SOUTHERN
BORDER PROVINCES OF THAILAND. THESIS ADVISOR :
ASSOC. PROF. KWUNKAMOL DONKWA, Ph.D., 213 PP.

CORPORATE SUSTAINABILITY PERFORMANCE, COMMUNITY
ENTERPRISES, THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

This research aims to 1) analyze the factors of entrepreneurial orientation, differentiation strategy, knowledge integration capability and corporate sustainability performance, 2) develop structural equation modeling of entrepreneurial orientation, differentiation strategy, knowledge integration capability that affects corporate sustainability performance, 3) analyze the direct influence of entrepreneurial orientation on the corporate sustainability performance, and 4) analyze the indirect influence of entrepreneurial orientation on corporate sustainability performance through the mediator variables which is differentiation strategy and knowledge integration capability of community enterprises in the three southern border provinces, namely, Yala, Pattani, and Narathiwat.

The samples were 384 community enterprises in three southern border provinces of Thailand. The community enterprises had good level of strength and at least 3 years of operation. The data were selected through Multi-stage level sampling method with purposive sampling and proportion stratified random sampling. The questionnaires were used as tools to collect data. The data were analyzed through pearson's correlation coefficient and structural equation modeling.

The results showed that 1) the entrepreneurial orientation as autonomy variable had the highest mean (3.91), differentiation strategy as promotional marketing to brand image variable had the highest mean (3.76), knowledge integration capability as learning culture variable had the highest mean (3.92) and corporate sustainability performance as social performance variable had the highest mean (3.93), 2) the structural equation modeling was consistent with the empirical data ($\chi^2 = 189.09$, $df = 71$, $\chi^2/df = 2.663$, $RMSEA = 0.066$, $SRMR = 0.011$, $CFI = 0.95$), 3) The entrepreneurial orientation had no direct effect on the corporate sustainability performance. In addition, the entrepreneurial orientation had positive direct effect on the differentiation strategy and the knowledge integration capability, with the influence coefficient of 0.96 and 0.92, respectively, and 4) the entrepreneurial orientation had no an indirect effect on the corporate sustainability performance through the differentiation strategy. Besides, the entrepreneurial orientation had indirect effect on corporate sustainability performance through the knowledge integration capability with a coefficient of influence 0.70.

School of Management Technology

Academic Year 2019

Student's Signature *Russadee*

Advisor's Signature *K. Donkwa*

Co-Advisor's Signature *Olison*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี โดยได้รับการสนับสนุนและให้ความร่วมมือจากบุคคลและกลุ่มบุคคลที่กรุณาให้คำปรึกษาในเชิงวิชาการ และแนวทางปฏิบัติในขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัย ทั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณบุคคลต่าง ๆ ดังรายนามต่อไปนี้

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อติศักดิ์ สุวิทวัส อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่กรุณาให้คำปรึกษา อันเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการวิจัยในทุก ๆ ขั้นตอน ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาและให้กำลังใจในการจัดทำวิทยานิพนธ์เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เสียงไทย ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร อุ้นศิริไฉย กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิศา ภูมิรัตนรุ่งโรจน์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ในการให้คำปรึกษาที่มีประโยชน์สำหรับการปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความครบถ้วนสมบูรณ์ทั้งด้านเนื้อหา ระเบียบวิธีการวิจัย ตลอดจนแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์

ขอขอบพระคุณนางชัชวาลา หะยีเจะหลง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดนราธิวาส นางสาวมาริณี สล้าหมาด นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดปัตตานี และนางสาวรุ่งนภา ทวนทอง นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา ทำหน้าที่ประสานงานการเก็บรวบรวมข้อมูล การติดตาม และตรวจสอบแบบสอบถามเบื้องต้น เจ้าหน้าที่เคหะกิจเกษตรจังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดยะลาทำหน้าที่เก็บรวบรวมข้อมูล และวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี จังหวัดนราธิวาส และจังหวัดยะลาที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ที่สนับสนุนทุนปริญญาเอกในประเทศ ในโครงการพัฒนาอาจารย์และบุคลากรสำหรับสถาบันอุดมศึกษาในเขตพัฒนาเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประจำปี พ.ศ. 2561

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดา พี่ ๆ สามี และลูก ๆ ที่สนับสนุนและให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ตลอดมา

คุณฤณี นาคเรือง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ค
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	8
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	8
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	10
1.6 นิยามศัพท์.....	10
2 ปรัชญาบรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	12
2.1 ความหมายของวิชาชีพบรรณการ.....	12
2.2 สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	14
2.3 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี.....	16
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร.....	19
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง.....	35
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้.....	43
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ.....	50
2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน.....	55
2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง.....	62

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

2.10	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้.....	65
2.11	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	68
2.12	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้.....	73
2.13	กรอบแนวคิดของการวิจัย	78
3	ระเบียบวิธีการวิจัย	81
3.1	วิธีการวิจัย	81
3.2	วิธีดำเนินการวิจัย	82
3.3	เครื่องมือในการวิจัย	84
3.4	การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ	87
3.5	ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ	88
3.6	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
3.7	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	92
4	ผลการวิจัย และการอภิปรายผล	100
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	101
4.2	ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายของตัวแปรที่ศึกษา.....	105
4.3	ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	108
4.4	ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของแบบจำลองสมการโครงสร้างของ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถ ในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	123
4.5	ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน	128

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

4.6 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผล ที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย.....	145
4.7 การอภิปรายผลการวิจัย	151
5 สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ	160
5.1 สรุปผลการวิจัย	162
5.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย	165
5.2.1 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเชิงนโยบาย.....	165
5.2.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเชิงการนำไปปฏิบัติ	166
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต	167
รายการอ้างอิง	169
ภาคผนวก	186
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	187
ภาคผนวก ข ผลการประเมินค่าเที่ยงตรงของเครื่องมือ (IOC).....	198
ภาคผนวก ค ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างที่แสดงผล Error term	208
ภาคผนวก ง เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์.....	209
ประวัติผู้เขียน	213

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1	มติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร 32
2.2	มติกกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 41
2.3	มตีความสามารถในการบูรณาการความรู้ 48
2.4	มตีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 53
2.5	มตีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ขององค์กร 59
2.6	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 63
2.7	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ 67
2.8	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 71
2.9	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ 76
3.1	จำนวนประชากรและขนาดตัวอย่าง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และ นราธิวาส จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์ 83
3.2	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม 89
3.3	เกณฑ์การประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) 98
4.1	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง 101
4.2	ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปร 105
4.3	ค่าความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัย 107
4.4	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการ 108
4.5	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์ การสร้างความแตกต่าง 112

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.6	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ความสามารถในการบูรณาการความรู้..... 114
4.7	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 117
4.8	ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 120
4.9	ผลการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุด้วยค่า Tolerance และ VIF 125
4.10	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร 127
4.11	สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด 128
4.12	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับตัวแปรสังเกตได้ 135
4.13	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างกับตัวแปรสังเกตได้ 137
4.14	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้กับตัวแปรสังเกตได้ 139
4.15	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ของตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้ 141
4.16	ผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยัน 142
4.17	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง 145
4.18	การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 147
4.19	ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลอง ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถ ในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 149

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.20 คำสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลอง ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 150	150
4.21 คำสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลอง ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 150	150



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โมเดลการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร	35
2.2 โมเดลการวัดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	43
2.3 โมเดลการวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้	50
2.4 โมเดลการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	55
2.5 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนขององค์กร.....	62
2.6 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง	65
2.7 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถใน การบูรณาการความรู้	68
2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง.....	73
2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้	78
2.10 กรอบแนวคิดของการวิจัย	79
2.11 โมเดลสมการ โครงสร้าง	80
4.1 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กับตัวแปรสังเกตได้.....	134
4.2 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กับตัวแปรสังเกตได้.....	136
4.3 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้ กับตัวแปรสังเกตได้.....	138
4.4 แบบจำลองการวัดของตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้	140
4.5 แบบจำลองสมการ โครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน).....	146

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เป้าหมายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ประเทศไทยจะต้องผลักดันให้การค้าการลงทุนระหว่างประเทศขยายตัวต่อเนื่องและเป็นแรงขับเคลื่อนการพัฒนาที่สำคัญควบคู่ไปกับการส่งเสริมลงทุนและเศรษฐกิจภายในประเทศ รวมทั้งการดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการส่งเสริมการลงทุนของไทยในภูมิภาค ทั้งนี้กรอบแนวทางการร่วมมือระหว่างประเทศในทุกระดับดังกล่าวจะเป็นประตูแห่งโอกาสของประเทศไทยในการใช้จุดเด่นในเรื่องที่ตั้งเชิงภูมิศาสตร์ให้เกิดผลเต็มที่และสามารถจะพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค ดังนั้น แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 จึงให้ความสำคัญกับการผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันระหว่างประเทศมีความคืบหน้าและชัดเจนในระดับปฏิบัติการ อีกทั้งในแต่ละจุดเชื่อมโยงระหว่างประเทศ ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพที่ต้องเชื่อมโยงเครือข่ายภายในประเทศและต่อเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้าน ในขณะเดียวกันก็ต้องเตรียมความพร้อมเพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่ภาคตะวันตกและตะวันออกของภูมิภาคเอเชีย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการต่อยอดจากความเชื่อมโยงเชิงกายภาพสู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความเจริญในการพัฒนาชุมชน จังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ รวมถึงพื้นที่เชื่อมโยงอื่นภายในประเทศ และนับว่าเป็นช่วงเวลาประเทศไทยจะต้องดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกในการสร้างสังคมผู้ประกอบการและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยไปลงทุนในต่างประเทศอย่างจริงจัง เพื่อสร้างผลตอบแทนจากทุนและศักยภาพทางธุรกิจ รวมทั้งเป็นการส่งเสริมการเชื่อมโยงห่วงโซ่มูลค่าในภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศราชอาณาจักรกัมพูชา สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม และในอาเซียน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ทั้งนี้ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) มีลักษณะของวิสาหกิจที่มีความคล่องตัวในการปรับสภาพให้เข้ากับ

สถานการณ์ทั่วไปของประเทศไทย เนื่องด้วยวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมใช้เงินทุนในจำนวนที่น้อยกว่าวิสาหกิจขนาดใหญ่ และยังช่วยรองรับแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเมื่อหมดฤดูกาลเพาะปลูก รวมถึงเป็นแหล่งที่สามารถรองรับแรงงานที่เข้ามาใหม่ ซึ่งช่วยกระจายการกระจุกตัวของวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลไปสู่ภูมิภาค ก่อให้เกิดการพัฒนาความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในส่วนภูมิภาคและของประเทศที่ยั่งยืน

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2563 คาดว่า มูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) จะขยายตัวร้อยละ 2.7-3.7 ทั้งนี้ GDP ไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2562 ขยายตัวร้อยละ 2.4 เทียบกับร้อยละ 2.3 ในไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2562 ปัจจัยสนับสนุนจากการขยายตัวของการบริโภคภาคครัวเรือน การบริโภคภาครัฐบาลและการลงทุนรวม ส่วนการส่งออกและการนำเข้าสินค้าปรับตัวลดลงต่อเนื่อง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2562) โดยมีสัดส่วน GDP ของ SMEs ต่อ GDP ของประเทศในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2562 ขยายตัวร้อยละ 3.1 เท่ากับไตรมาสที่ 2 ของปี พ.ศ. 2562 โดยมีมูลค่า 1.81 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.6 ต่อ GDP ของประเทศ เพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 42.6 ในไตรมาส 2 ของปี พ.ศ. 2562 ส่งผลให้ใน 9 เดือนแรกของปี พ.ศ. 2562 GDP ของ SMEs ขยายตัวได้ร้อยละ 3.3 (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562) แสดงให้เห็นว่า SMEs มีบทบาทสำคัญอย่างมากทั้งในด้าน GDP จำนวนกิจการ และจำนวนการจ้างงานและเติบโตในอัตราที่สูงอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็น Growth Engine ที่มีส่วนสำคัญที่สุดที่จะช่วยให้เศรษฐกิจของประเทศไทยยังคงเติบโตได้

อีกทั้งรายงานของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย อยู่ที่ 3,077,822 ราย ในปี พ.ศ. 2561 เทียบกับปี พ.ศ. 2560 มีการขยายตัวร้อยละ 1.02 การจ้างงาน 13,950,241 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 85.47 มีการขยายตัวร้อยละ 4.70 โดยเป็นวิสาหกิจขนาดย่อม (SE) จำนวนทั้งสิ้น 3,063,651 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 99.49 ของจำนวนวิสาหกิจทั้งประเทศ เป็นวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) จำนวน 14,171 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.32 เมื่อพิจารณาจำนวน SMEs ที่จำแนกประเภทของการจัดตั้ง ในปี พ.ศ. 2561 เป็นนิติบุคคล 708,883 ราย คิดเป็นร้อยละ 23.03 ของจำนวน SME ทั้งหมด เมื่อเทียบกับสัดส่วนการจ้างงาน พบว่า การจ้างงานที่เป็นนิติบุคคล มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 64.04 (มีการจ้างงานจำนวน 8,933,941 ราย) เป็นส่วนบุคคลและอื่น ๆ 2,285,731 ราย คิดเป็นร้อยละ 74.36 แต่กลับมีสัดส่วนการจ้างงานเพียงร้อยละ 35.96 และวิสาหกิจชุมชน 83,208 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.70 เมื่อพิจารณาสัดส่วนภาพรวมของจำนวน SMEs จำแนกตามกลุ่มธุรกิจ พบว่า อยู่ในกลุ่มการค้ามากที่สุด มีจำนวนทั้งสิ้น 1,279,557 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.57 ของ SMEs ทั้งประเทศ รองลงมา

ภาคบริการมีจำนวน 1,224,563 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 39.79 ภาคการผลิต 527,485 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.14 และภาคธุรกิจเกษตร 46,217 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.5 โดยวิสาหกิจขนาดย่อม (SE) อยู่ในภาคการค้ามากที่สุด จำนวน 1,275,470 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 41.63 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดย่อมทั้งประเทศ ในส่วนวิสาหกิจขนาดกลาง (ME) พบว่า อยู่ในภาคบริการมากที่สุด จำนวน 5,216 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.81 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางทั้งประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, ออนไลน์, 2562)

ประเด็นการพัฒนาหลักที่สำคัญในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 คือ การเร่งปรับตัวอย่างมากในการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรมซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาทุกด้าน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งนี้ มีข้อจำกัดหลายอย่าง เช่น แรงงานส่วนใหญ่มีปัญหาทักษะความรู้ ทักษะและทัศนคติ สังคมขาดคุณภาพ และมีความเหลื่อมล้ำสูงเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับศักยภาพการพัฒนา การส่งเสริมการพัฒนาในทุกด้านเพื่อแก้ปัญหาค่าความยากจนและความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค การขับเคลื่อนในการพัฒนาภายใต้กรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) รวมทั้งกฎเกณฑ์ต่าง ๆ มาเป็นแนวปฏิบัติที่บังคับใช้ในประเทศไทยให้ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรม การเพิ่มผลิตภาพการผลิต และการยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน โดยเร่งปัจจัยพื้นฐานยุทธศาสตร์ทุกด้าน ได้แก่ การลงทุนการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ และนวัตกรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ ระบบโครงข่าย การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และธรรมาภิบาล นอกจากนี้การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม วิสาหกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคม การส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น ดังนั้นแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาค่าความยากจนของประชาชน และเป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้มีความยั่งยืน เพราะเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนรู้จักใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ทำให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ช่วง 10 ปีที่ผ่านมา บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ มุ่งเน้นไปที่เป้าหมายของการเพิ่มผลกำไรสูงสุดอย่างต่อเนื่องเป็นประเด็นหลัก บริษัทส่วนใหญ่ขับเคลื่อนด้วยผลการดำเนินงานทางการเงินระยะสั้นเพื่อจะได้รับผลตอบแทนระยะยาว ซึ่งองค์กรธุรกิจไม่ได้พิจารณาต้นทุนกิจกรรมที่แท้จริง จึงกลายเป็นผลกระทบด้านลบต่อบุคคล สังคม และสิ่งแวดล้อม (Elkington & Zeitz, 2014) การพัฒนาความยั่งยืนต้องมีความเข้าใจธรรมชาติของโลกและชีวิตของมนุษย์ การเข้าสู่

การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยมีความเข้าใจประเด็นสำคัญมีน้อยมาก ทำให้อาจมีความเข้าใจลึกซึ้งด้านใดด้านหนึ่งหรือมีความเข้าใจทั่วไป ที่อาจสับสนกับทฤษฎีและมุมมองต่าง ๆ ได้ (Blewitt, 2008) ผู้ประกอบการอย่างยั่งยืนมุ่งเน้นไปที่การอนุรักษ์ธรรมชาติ การช่วยชีวิตคน และชุมชน ซึ่งสามารถแสวงหาโอกาสในผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และบริการที่มีอยู่ในอนาคตเพื่อการเติบโต บริษัทต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะเพิ่มประสิทธิภาพทางการเงินในระยะสั้น แต่ได้เพิกเฉยต่อการกำหนดความสำเร็จระยะยาว การสร้างค่านิยมขององค์กรเป็นวิธีการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและความต้องการและความท้าทายของสังคม ทำให้ตระหนักถึงความสำคัญของการก้าวข้ามระหว่างสังคมและผลการดำเนินงานขององค์กรที่ต้องการให้ผู้นำเข้าใจพื้นฐานที่แท้จริงของการเพิ่มผลผลิตขององค์กร (Elkington & Zeitz, 2014; Kuratko, 2017) จากนั้นองค์กรสามารถก้าวข้ามกำไรและขอบเขตที่ไม่แสวงหากำไร ดังที่ Elkington (1977) กล่าวในหนังสือ “The Triple Bottom Line of 21st Century ว่า The Triple Bottom Line (TBL) เป็นกรอบแนวคิดทางบัญชีที่สามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถวัดประสิทธิภาพสามมิติ: เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม (Kuratko, 2017)

ในอดีตแนวคิดที่ผ่านมายังต้นนั้น ไม่ได้ให้คุณค่าและหน้าที่รับผิดชอบแก่ผู้ถือหุ้น แต่ในปัจจุบันการพัฒนาที่มุ่งสู่ความเป็นธรรมและความยั่งยืนมากขึ้นเพื่อสร้างและกระจายมูลค่าของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จึงให้ความสำคัญกับผลการดำเนินงานในระยะยาว (Elkington & Zeitz, 2014) องค์กรส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่ผลตอบแทนจากการลงทุนเพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้เสีย อย่างไรก็ตามความยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญและท้าทายในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบและเพื่อแก้ไขปัญหาสังแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลของภาครัฐที่ให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นในระดับโลก

ผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนเป็นพื้นฐานความสำเร็จของธุรกิจ ในศตวรรษที่ 21 ถ้า SMEs มีความพยายามอย่างแรงกล้าในการแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการทำให้ธุรกิจคิดค้นสิ่งใหม่และแข่งขันได้ ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ในเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจประเทศไทย ที่มีทรัพยากรจำกัด ดังนั้น SMEs ต่าง ๆ ควรมียุทธศาสตร์ความยั่งยืนเป็นเส้นทางแข่งขัน ซึ่งแนวคิดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนเป็นความรับผิดชอบขององค์กรที่ให้ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ส่งกำไรของธุรกิจและสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ (Fred & Forest, 2015) โดยการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจริเริ่มมาจาก 3P คือ คน (People) โลก (Planet) และกำไร (Profit) และธุรกิจที่มีความยั่งยืนจะมีความรับผิดชอบต่อความสัมพันธ์ของแนวคิด Triple Bottom Line (TBL) (Elkington, 1997) ประกอบด้วย 3 มิติ คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสิ่งแวดล้อม และมิติด้านสังคม ทั้งนี้ ได้สัมภาษณ์นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ถึงผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน สามารถวัดได้จากวิสาหกิจชุมชนมีรายได้ สมาชิก

ร่วมมือกันทำงาน และมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เกิดจากการดำเนินกิจกรรมของคนในชุมชนเพื่อประโยชน์ของชุมชน ดังนั้น การวัดผลการดำเนินของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ การร่วมมือกันทำกิจกรรม และการพึ่งตนเองได้ (ชัลวาทะยีจะหลง, รุ่งนภา ทวนทอง, และมาริณี สล้าหมาด, สัมภาษณ์ 1 เมษายน พ.ศ. 2561)

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวนมากที่สนับสนุนว่า ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นการวัดลักษณะของผู้ประกอบการที่มีความปรารถนาที่จะริเริ่มผลิตภัณฑ์ตราสินค้าใหม่ ๆ หรือกระบวนการใหม่ในการสร้างโอกาสในการแข่งขัน (Covin, Green & Slevein, 2006) ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการบริหารธุรกิจ เพราะมีความสามารถในการแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการและมีกระบวนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ สามารถดำเนินธุรกิจให้แข่งขัน เด็บโตและอยู่รอดได้ (Kim, Song, Sambamurthy, & Lee, 2012) นอกจากนี้ ถ้าธุรกิจขนาดเล็กขับเคลื่อนด้วยการใช้นวัตกรรมในอุตสาหกรรมทั่วประเทศ ด้วยการส่งเสริมให้มีความคิดสร้างสรรค์และได้รับความร่วมมืออย่างเต็มที่ ย่อมสามารถเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานได้อย่างรวดเร็ว ถึงแม้ธุรกิจขนาดเล็กจะความเสี่ยงมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ (Greene, 2017) อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาตัวแปรส่งผ่านระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จึงนำมาสู่การทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม และจากการศึกษาพบตัวแปรสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ได้แก่ แนวคิดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และแนวคิดความสามารถในการบูรณาการความรู้ โดยที่แนวคิดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นถึงการสร้างคุณค่าผลิตภัณฑ์ ด้วยการออกแบบที่สร้างความแตกต่าง คุณภาพที่ดีตรงความต้องการ จึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวได้ (Kotler & Armstrong, 2003) ดังนั้น ความสำเร็จของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างจึงมีความสำคัญ เพราะจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและผลการดำเนินงานที่ดี ซึ่งขึ้นกับความสำเร็จในการดำเนินนวัตกรรมด้วย (Kaliappen & Hilman, 2014) และ SMEs สามารถเพิ่มความความสามารถในการแข่งขันให้เหนือคู่แข่ง โดยใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างหรือกลยุทธ์ต้นทุนต่ำ (Hill & Jones, 2010) ซึ่งความได้เปรียบอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับความสามารถและทรัพยากรที่มีอยู่ของแต่ละองค์กร เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันโดยใช้ประโยชน์จากสมรรถนะที่มีอยู่ทั้งภายในและภายนอก กับการจัดการการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกได้ สอดคล้องกับแนวคิดความสามารถในการบูรณาการความรู้เป็นความสามารถที่มีประสิทธิผลที่มีความสำคัญต่อองค์กรธุรกิจ ซึ่งเป็นการสร้างและการประยุกต์ใช้

ความรู้ทั้งภายในและภายนอกองค์กรเพื่อผลิตสินค้าและบริการ ทั้งนี้ การสร้างนวัตกรรมเกี่ยวข้องกับความสามารถในการบูรณาการความรู้ นำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Grant, 1996) จากมุมมองพื้นฐานความรู้องค์กรธุรกิจที่บูรณาการความรู้และกระจายความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการมุมมองพื้นฐานความรู้เป็นความรู้เชิงประจักษ์และเป็นพื้นฐานที่ยั่งยืนของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่หลายองค์กรธุรกิจนำไปใช้ นอกจากนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อการถ่ายทอดความรู้และมีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนกับความสามารถในการบูรณาการความรู้ อีกทั้งกิจกรรมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Kim et al., 2012)

การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ควรสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ดังเช่น วิสาหกิจชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเกิดจากคนในชุมชนมีการรวมตัวกันเพื่อประกอบธุรกิจในระดับฐานรากจำนวนมาก ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังมีขนาดไม่ถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) หรือสหกรณ์ แต่เป็นธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเศรษฐกิจของประเทศได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นการร่วมกันสร้างระบบสวัสดิการให้ตนเองและเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กลุ่มหรือชุมชน อย่างไรก็ตามพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังประสบปัญหาด้านความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะปัญหาด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านต้นทุนการผลิต (ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์, 2555) อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือเอกชนอื่น ๆ เนื่องจากไม่มีกฎหมายรองรับ การสนับสนุนจากภาครัฐไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริง เพราะข้อมูลกลุ่มเป้าหมายและความต้องการไม่ชัดเจน รัฐบาลจึงกำหนดให้มีการออกกฎหมายรองรับการประกอบการ

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้เน้นศึกษาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ทั้งนี้ พบว่า ประชากรในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีอาชีพหลักขึ้นอยู่กับอาชีพด้านการเกษตร ได้แก่ การทำสวนยางพารา และการประมง เท่านั้น ทำให้การสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ผลิตภาพต่อคนของประชากร และการขยายตัวทางเศรษฐกิจต่ำกว่าของภูมิภาคอื่น ซึ่งวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ส่วนใหญ่เกิดจากการรวมตัวของสตรีมุสลิมที่มีอาชีพหลัก คือ การรับจ้างกรีดยางและอาชีพการทำประมง เมื่อว่างจากการรับจ้างกรีดยางจะรวมตัวเพื่อประกอบอาชีพเสริมตามความถนัดและตามแหล่งทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น แม้สตรีมุสลิมจะได้รับโอกาสทางการศึกษาที่ภาครัฐดูแลอย่างเท่าเทียมมาโดยตลอด แต่ด้วยสถานการณ์ความไม่สงบทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องในการศึกษาและมีทางเลือกในอาชีพน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ อีกทั้งผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน กล่าวคือ สินค้าและบริการส่วนใหญ่ยังขาดการผลิตที่มีนวัตกรรม

ของตนเอง ขาดความแตกต่างของสินค้าที่มีอัตลักษณ์ ทำให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ประกอบกับด้านการจัดการตลาดยังอยู่ในวงแคบ ส่งผลให้สินค้านี้ดักจําหน่ายได้ในราคาต่ำ และไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด อีกทั้งไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งปัจจัยสำคัญประการหนึ่งเป็นเพราะผู้ประกอบการ SMEs ยังขาดความรู้ ความเข้าใจ และความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ประพันธ์ มุสิกพันธ์, 2549; อมรรัตน์ บุญสว่าง, จงกล บัวแก้ว, และวิชัย รุ่งเรืองอนันต์, 2561)

พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีมูลค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว (Gross Provincial Product per capital: GPP per capital) ในปี พ.ศ. 2560 เรียงลำดับจากน้อยที่สุดไปมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา ด้วยมูลค่า 61,765 ล้านบาท 88,442 ล้านบาท และ 96,867 ล้านบาท ตามลำดับ และรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของประชาชนในจังหวัดนราธิวาส จังหวัดยะลา และ จังหวัดปัตตานี เท่ากับ 17,180 บาท 18,018 บาท และ 19,495 บาท ตามลำดับ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2560)

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่กล่าวมาในข้างต้น จึงจำเป็นต้องทำการศึกษาข้อมูลในเชิงประจักษ์ เพื่อทดสอบความมีอิทธิพลของปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้ในบริบทของพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยได้นำแนวคิด The Triple Bottom Line (TBL) และแนวคิด Balanced scorecard (BSC) มาบูรณาการในการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ว่าแตกต่างจากการศึกษาก่อนหน้าอย่างไร ซึ่งเป็นการสร้างองค์ความรู้ใหม่ในประเด็นดังกล่าวที่ไม่มีการศึกษาในประเทศไทยและต่างประเทศ อีกทั้งยังมีความน่าสนใจในระเบียบวิธีวิจัยที่นำโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มาใช้ในการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยไปกำหนดแนวทางที่สามารถปฏิบัติได้จริงในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเป็นการเพิ่มรายได้จากอาชีพเสริมที่ทำให้สมาชิกในกลุ่มมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้

1.2.2 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่มีต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.2.3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.2.4 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.3 สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดสมมติฐานในการ วิจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1.3.1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

1.3.2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง

1.3.3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถใน การบูรณาการความรู้

1.3.4 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่าง ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

1.3.5 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่าง ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านประชากร

1.4.1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1,036 กลุ่ม ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส (สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส, 2560)

1.4.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประธานกลุ่ม/คณะกรรมการ/สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเน้นกลุ่มที่มีความยั่งยืน โดยผลการสัมภาษณ์นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ นั้น สามารถวัดจาก 1) มีรายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) กลุ่มมีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และ 5) วิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชน โดยเน้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป (ชัลวา หะยีจะหลง, รุ่งนภา ทวนทอง และ มารีณี สล่ำหมาด, สัมภาษณ์ 1 เมษายน พ.ศ. 2561)

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปรหรือประเด็นที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตของตัวแปรหรือประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1.4.2.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความเป็นอิสระ (Lumpkin & Dess, 1996; Li, Huang, & Tsai, 2009; Muchiri, 2013; Zehir, Can, & Karaboga, 2015)

1.4.2.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ปัจจัยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานทางสังคม และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง และไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้และการเติบโต (Elkington, 1997; Salzmann, Ionescu-somers, & Steger, 2005; Sebhatu, 2008; Josien, 2012; Zehir et al., 2015; Prajogo, 2016; Cantele & Zardini, 2018; Kaplan & Norton, 1996, 1997; ขวัญกมล ดอนขวา, 2556)

1.4.2.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) 1) ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ประกอบด้วย การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา การตลาดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ และการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Dess & Davis, 1984; Porter, 1985, 2003; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004) 2) ปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้ ประกอบด้วย วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการจัดการความรู้ และความสามารถ

ของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Garvin, 1993; Grant, 1996; Gold, Malhotra & Segars, 2001; Kim & Sanders, 2002); Ryu, Kim, Chaudhury & Rao, 2005; Kim et al., 2012)

1.4.3 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

ศึกษาเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัด ยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2562

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงวิชาการ เชิง ประยุกต์ และนโยบาย สรุปได้ดังนี้

1.5.1 ประโยชน์เชิงวิชาการ

ผลงานวิจัยสามารถนำไปตรวจสอบและขยายความรู้ด้านการมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน เพื่อนำผลที่ได้มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ที่สอดคล้องกับบริบทของในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1.5.2 ประโยชน์เชิงประยุกต์

ผลงานวิจัยสามารถทำให้ได้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ของวิสาหกิจชุมชน นำมาใช้ในการปรับการดำเนินกลยุทธ์ภายในองค์กร การแลกเปลี่ยนข้อมูล ความรู้ระหว่างวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพแตกต่างกัน โดยเชื่อมโยงการดำเนินธุรกิจในรูปแบบ เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนและสร้างพันธมิตรทางธุรกิจร่วมกัน

1.5.3 ประโยชน์เชิงนโยบาย

หน่วยงานภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยที่ได้มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมและสร้าง โอกาสในการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจให้ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่สามารถ เติบโตในระยะยาวได้ต่อไป

1.6 นิยามศัพท์

คำนิยามศัพท์ที่สำคัญของงานวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย นำมาจากการ ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Dess & Davis, 1984; Garvin, 1993; Kaplan & Norton, 1996, 1997; Elkington, 1997; Porter, 1985, 2003; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004;

Ryu et al., 2005; Salzman et al. 2005; Sebhatu, 2008; Li et al., 2009; Kim et al., 2012; Josien, 2012; Muchiri, 2013; Zehir et al., 2015; Prajogo, 2016; Cantele & Zardini, 2018) และจากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์จากนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (พัทลุง ยะลา และนราธิวาส) (พัทลุง ยะลา และนราธิวาส) สุ่มภาค 1 เมษายน 2561) โดยนำมาปรับเป็นคำนิยามศัพท์ที่สอดคล้องกับงานวิจัย สรุปได้ดังนี้

วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ หมายถึง วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส โดยคัดเลือกจากวิสาหกิจชุมชนที่มี 1) รายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) มีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และ 5) วิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน

ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนที่มีกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจอย่างมีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง คุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นการมุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจ โดยปรารถนาที่จะริเริ่มผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ ๆ หรือกระบวนการใหม่ในการดำเนินธุรกิจเพื่อหาโอกาสในการแข่งขันด้านธุรกิจและการชนะคู่แข่งด้านธุรกิจ และยอมรับถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น

กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง หมายถึง คุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นการออกแบบกลยุทธ์ให้มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสินค้าและบริการ มีคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

ความสามารถในการบูรณาการความรู้ หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาความรู้ใหม่ การแบ่งปัน ถ่ายโอนและประยุกต์ความรู้ รวมถึงการจัดการเทคโนโลยีที่มีอยู่ในองค์กร เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่องค์กร

บทที่ 2

ปรัชญ์นัวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำ เครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูล ประกอบการอ้างอิงในการให้ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

- 2.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน
- 2.2 สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- 2.3 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร
- 2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
- 2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
- 2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
- 2.10 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้
- 2.11 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
- 2.12 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้
- 2.13 กรอบแนวคิดของการวิจัย

2.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

เศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง การส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการสร้างรายได้ ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองและเกิดการพัฒนา

เศรษฐกิจชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันทางการค้าภายในและการค้าระหว่างประเทศ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2559) จากพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้ความหมายของคำว่า “วิสาหกิจชุมชน” หมายความว่า กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตรวมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน นอกจากนี้กรมส่งเสริมการเกษตร (2549) ได้ให้ความหมายของ วิสาหกิจชุมชนไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) หมายถึง กิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรืออื่น ๆ หรือกล่าวโดยสรุปก็คือ การประกอบการเพื่อการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่งทุนของชุมชนนั้น หมายถึง ทรัพยากร ผลผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และประเพณีของท้องถิ่น

แนวทางหนึ่งที่น่าเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งของเศรษฐกิจรากฐานด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพราะวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่เกิดจากชุมชน ที่ต้องการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือกันในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ที่มีลักษณะเป็นการประกอบการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ แต่ไม่ได้ต้องการทำธุรกิจเต็มรูปแบบ แต่เพื่อสร้างรากฐานความมั่นคงให้สมาชิก ซึ่งถ้าทำคนเดียวจะทำได้ไม่เหมาะที่จะรวมกับสหกรณ์ใหญ่ ๆ เพราะวิสาหกิจชุมชนเป็นการร่วมกันสร้างระบบสวัสดิการให้ตนเอง เป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้กลุ่มหรือชุมชน นอกจากนี้ พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562 ที่แก้ไขเพิ่มเติม จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถขึ้นทะเบียนและประกอบกิจการในฐานะนิติบุคคลได้สะดวกขึ้น สามารถทำนิติกรรม ธุรกรรมหรือถือครองทรัพย์สินได้ภายใต้ชื่อของวิสาหกิจชุมชน และเปลี่ยนรูปแบบการเสียภาษีจากบุคคลธรรมดาเป็นการเสียภาษีในรูปแบบนิติบุคคลที่ได้รับการลดหย่อนภาษีมากกว่า อีกทั้งอำนาจหน้าที่ของกรมส่งเสริมการเกษตรในฐานะเลขานุการของคณะกรรมการ เพื่อขยายโครงสร้างการดำเนินการให้ครอบคลุมการพัฒนาและส่งเสริมกิจการวิสาหกิจชุมชนมากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็ง สามารถพัฒนาไปเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระยะต่อไป (ราชกิจจานุเบกษา, 2562) สอดคล้องกับหลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจาก 3 แผนพัฒนาฯ คือ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 และยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นจำนวนมากทั้งวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดกลางและขนาดใหญ่ทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น แต่ละวิสาหกิจต่างพยายามพัฒนาความสามารถของผู้ประกอบการ ความสามารถในการเรียนรู้ ความสามารถด้านบริการลูกค้าเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ดังนั้นการสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานด้วยการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ควรเน้นที่วิถีคิดและกระบวนการเรียนรู้ให้มากที่สุด ซึ่งไม่ได้อยู่ที่ "วิธีทำ" แต่อยู่ที่ "วิถีคิด" จึงต้องปรับวิถีคิดใหม่

2.2 สถานการณ์เศรษฐกิจและสังคมของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

จากข้อมูลสำมะโนประชากรในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ประชากรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ซึ่งมี 33 อำเภอ มีประชากรทั้งสิ้น จำนวน 2,052,877 คน จังหวัดนราธิวาส มีจำนวนประชากรมากที่สุด 802,474 คน จังหวัดปัตตานีมีจำนวนประชากร 718,077 คน จังหวัดยะลา มีจำนวนประชากรน้อยที่สุด 532,326 คน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 85.16 รองลงมานับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 0.44 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) คุณภาพการศึกษาของประชากรในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้อยู่ในเกณฑ์ขั้นต่ำ ขณะที่กลุ่มเยาวชนที่ศึกษาด้านศาสนาขาดความรู้ ทักษะด้านอาชีพ จึงมีปัญหาการว่างงานสูงเมื่อจบการศึกษา ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 มีคะแนน O-Net (วิชาภาษาไทย สังคม ภาษาอังกฤษ คณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์) ต่ำกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของภาคและประเทศ (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด, 2560)

ประชากรชายแดนภาคใต้มีอาชีพหลักอยู่กับการเกษตร ประกอบกับการที่ผลผลิตทางการเกษตรมีราคาไม่แน่นอน ผันผวนตามราคาตลาด อีกทั้งประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีที่ดินทำกินเป็นของตนเอง หรือมีที่ดินถือครองเพียงเล็กน้อย จึงทำให้เกิดภาวะความยากจน นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาที่ชี้ว่าอัตราการออกมาทำงานนอกภาคเกษตรของคนในจังหวัดชายแดนภาคใต้มีน้อยกว่าภาคอื่น ๆ และมีอัตราการว่างงานที่สูงกว่า เนื่องจากคนภาคอื่นได้รับการศึกษาสูงกว่าและมีทางเลือกในการประกอบอาชีพมากกว่าการศึกษา พบว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้โดยกิจกรรมนอกภาคเกษตรมีบทบาทมากขึ้น เนื่องจากครัวเรือนในชนบทจำนวนมากมีรายได้นอกภาคเกษตร ทั้งรับจ้างและทำธุรกิจส่วนตัว เช่น ทำขนมขาย รับจ้างตัดเสื้อผ้าในชุมชน แต่มีข้อจำกัดของชุมชนในเรื่องกำลังซื้อมีน้อยเมื่อเทียบกับเขตเมือง คนในชุมชนจึงออกไปหางานทำนอกพื้นที่มากขึ้น ซึ่งการพึ่งพาตนเองทางเศรษฐกิจและความพอเพียงของวิถีชีวิตของคนในพื้นที่สอดคล้องกับการขยายตัวของเศรษฐกิจสมัยใหม่ อย่างไรก็ตามทางออกของการพัฒนาพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ นั้น การพัฒนาของภาครัฐควรให้ความสำคัญต่อฐานทรัพยากร สิ่งแวดล้อม และ

ระบบนิเวศของผู้คนที่ต้องพึ่งพาอาศัยการแก้ปัญหาเศรษฐกิจโดยมีระบบการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง เช่น การผลิตเชิงพาณิชย์และระบบตลาด และทุนที่สำคัญ คือ เครือข่ายทางสังคมกับเครือข่ายการค้า เพื่อส่งเสริมการพึ่งพาตนเองให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจและวัฒนธรรมมากขึ้น (ประพันธ์ มุสิกพันธ์, 2549; ชลิตา บัณฑุงศ์, 2560)

ข้อมูลโครงสร้างกำลังแรงงาน ปี พ.ศ. 2562 จังหวัดนครราชสีมาผู้มีงานทำเฉลี่ยมากที่สุดจำนวน 318,025 คน มีคนว่างงานเฉลี่ยมากที่สุด จำนวน 13,678 คน รองลงมา คือ จังหวัดปัตตานี มีผู้มีงานทำ จำนวน 305,941 คน มีคนว่างงานเฉลี่ย จำนวน 6,242 คนและจังหวัดยะลาผู้มีงานทำเฉลี่ยน้อยที่สุด จำนวน 220,449 คน มีคนว่างงานเฉลี่ยน้อยที่สุด จำนวน 1,433 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2562) นอกจากนั้น การศึกษาแรงงานภาคใต้ พบว่า อุปทานของแรงงานลดลง ขณะที่อุปสงค์ของแรงงานยังมีมาก แต่การจ้างงานกลับเพิ่มขึ้นไม่มาก เนื่องจากเกิดความไม่สอดคล้องในตลาดแรงงาน ทำให้ผู้ประกอบการหาแรงงานได้ยากขึ้น โดยเฉพาะแรงงานที่ใช้ทักษะ ส่วนแรงงานที่ไม่ใช้ทักษะ จะไปใช้แรงงานต่างด้าวแทน เพราะฉะนั้น ผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานต้องเพิ่มศักยภาพตนเองเพิ่มขึ้นให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด ส่วนผู้ประกอบการต้องเตรียมการสร้างระบบการเรียนรู้งานและการสอนงานเพื่อรองรับการหมุนเวียน (Turnover) ของแรงงานทักษะด้วย (จรัสวิชญ์ สายธารทอง, 2559) ส่วนสถานการณ์ความไม่สงบนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา ส่งผลต่อภาวะทางเศรษฐกิจของพื้นที่ชายแดนภาคใต้และการทำมาหากินของประชาชนในพื้นที่ อันส่งผลต่อการพัฒนา รวมทั้งเกิดภาพลักษณ์ที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนและการท่องเที่ยว กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีกต้องประสบความยากลำบากในการประกอบอาชีพเพิ่มขึ้น เพราะยอดขายลดลงอย่างมาก อีกทั้งความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จนบางรายถึงขั้นต้องอพยพโยกย้ายออกไปอยู่นอกพื้นที่ ดังนั้น ผู้ประกอบการค้าปลีกชาวไทย เชื้อสายจีนและชาวไทยพุทธได้ปรับตัวในการประกอบธุรกิจด้วยการปิดร้านให้เร็วขึ้น รวมทั้งการจ้างลูกจ้างที่เป็นมุสลิมมาเป็นผู้ขายของหน้าร้าน เพื่อสร้างความไว้วางใจแก่ลูกค้าที่เป็นมุสลิมและเพื่อป้องกันอันตราย ผู้ประกอบการบางรายได้โยกย้ายไปอยู่จังหวัดอื่น ส่วนลูกหลานก็มักออกไปทำงานนอกพื้นที่มากกว่าสืบทอดกิจการของครอบครัว (ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และคณะ, 2555)

การพัฒนาอาชีพของกลุ่มสตรีในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจในครัวเรือนและชุมชนถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาปัญหาในพื้นที่ได้ เนื่องจากสตรีเป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบอย่างสูงจากการสูญเสียหัวหน้าครอบครัวจากเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพราะสตรีมุสลิมส่วนใหญ่แต่งงานเมื่ออายุน้อย มีบุตรหลายคน และขาดโอกาสในการพัฒนาทักษะอาชีพ ซึ่งปัจจุบันสตรีในพื้นที่ประกอบอาชีพ 3 ประเภทหลัก ได้แก่ อาชีพหลักของครอบครัวเช่นเดียวกับผู้ชาย (การทำนาและประมง) อาชีพอันเป็นบทบาทดั้งเดิมของ

สตรี (การทำขนม ตัดเย็บเสื้อผ้า และแปรรูปอาหาร) และอาชีพรับจ้าง (การผลิตสินค้าในชุมชน ช่อมแหวนในตัวเมือง และเดินทางไปรับจ้างทำงานในประเทศมาเลเซีย) ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในพื้นที่สามารถรวมตัวกันในการดำเนินกิจการที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน อีกทั้งสามารถพึ่งพาตนเองให้แข่งขันทั้งในตลาดระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและมุ่งสู่การแข่งขันในตลาดระหว่างประเทศได้ เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในระยะยาวได้

2.3 กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี

การศึกษาได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากร เพื่อให้เข้าใจถึงแนวคิดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร แนวคิดผลการดำเนินงานขององค์กร แนวคิดกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง แนวคิดความสามารถในการบูรณาการความรู้ เพื่อพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

ทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากร (Resource-based theory: RBV)

ทรัพยากรเป็นปัจจัยนำเข้าที่มีประสิทธิผลหรือสินทรัพย์ที่สามารถแข่งขันได้ที่องค์กร เป็นเจ้าของหรือควบคุมไว้ ที่มีสภาพดีและมีคุณภาพ ยิ่งมีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่งย่อมมีความ ได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น ทักษะมนุษย์ ประสบการณ์ คุณสมบัติ ปัญญา ความรู้เฉพาะ และชื่อเสียง เป็นต้น ซึ่งจะทำให้เกิดคุณค่าและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการผลิตและการนำไปสู่ความได้เปรียบในการ แข่งขัน (Thomson, Peteraf, Gamble, & Strickland, 2010) ในการค้นหาความสามารถหลักบน มุมมองพื้นฐานทรัพยากรของบริษัทเป็นวิธีการทำให้การวิเคราะห์ภายในองค์กรมีความหมายมาก ขึ้น เพราะเป็นการพิจารณาความสามารถขององค์กร นอกจากนั้นทรัพยากรเป็นคำที่เข้าใจในวง กว้างว่า เป็นสินทรัพย์ขององค์กรที่ช่วยให้บรรลุเป้าหมายหรือผลการดำเนินงานที่สำเร็จ อีกทั้ง ข้อตกลงของหน่วยงานท้องถิ่นตามแผนปฏิบัติการระดับท้องถิ่น 21 (Local Agenda 21) ต้องการ ระบบที่หน่วยงานภาครัฐและเทศบาลสามารถบูรณาการและร่วมกันใช้ทรัพยากรอย่างสม่ำเสมอ และจริงจัง อีกทั้งมีส่วนร่วมกับชุมชนเพื่อความพยายามในการสร้างแผนกลยุทธ์ระดับท้องถิ่นที่ ครอบคลุมในการจัดการกับปัญหาสิ่งแวดล้อม สังคม และสิ่งแวดล้อมนำไปสู่การปรับปรุงคุณภาพ ชีวิต (Barrutiaa & Echebarriaa, 2015)

ทรัพยากรที่มีคุณค่าและหาได้ยาก เป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่ง ทรัพยากรที่มีคุณค่ากำหนดได้จากองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมในการแข่งขันที่องค์กรนั้น ๆ แข่งขันอยู่ ทั้งนี้ ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1991 มีการศึกษาอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีคุณค่า โดย กลยุทธ์ต้นทุนที่เหมาะสมสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐศาสตร์จัดเป็นแหล่งที่มาของความ

ได้เปรียบในการแข่งขัน นั่นคือ หายาก และต้นทุนสูงในการลอกเลียนแบบ (Barney, 2001) ซึ่ง มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรของบริษัทมี 3 ประเภท (Rothaermel, 2013) คือ 1) สินทรัพย์ที่มีตัวตน (Tangible Assets) ปรากฏในรูปงบดุลของบริษัท ทรัพยากรเหล่านี้รวมทั้งโรงงานผลิตวัตถุดิบ ทรัพยากรทางการเงิน อสังหาริมทรัพย์ เป็นทรัพย์สินที่มีตัวตนทางกายภาพและทางการเงินที่บริษัท ใช้เพื่อหาคุณค่าให้แก่ลูกค้า 2) สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Intangible Assets) เป็นทรัพย์สินที่ไม่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ แต่มีความสำคัญมากในการสร้างความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เช่น ชื่อเสียง ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า และประสบการณ์ที่สั่งสมในองค์กร และ 3) ความสามารถขององค์กร (Organizational Capabilities) เช่น ทักษะ (Skills) เป็นความสามารถกับวิธีการของการผสมผสานสินทรัพย์ บุคคล และกระบวนการที่องค์กรใช้เพื่อการ เปลี่ยนรูปปัจจัยนำเข้า (Inputs) ให้กลายเป็นผลผลิต (Outputs) นอกจากนี้ นิรุษา ศิริวิรัชกุล (2560) อธิบายว่า ความสามารถขององค์กร (Organization capability) คือ ความสามารถองค์กรในการรับ ข้อมูลหรือสร้างเครือข่ายเทคโนโลยีภายนอก ให้เกิดประสบการณ์การทำวิจัยและการพัฒนาในการ ผลิตและการตลาด เพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางนวัตกรรม และสร้างสรรค์นวัตกรรม การผลิตสินค้า ใหม่ ๆ องค์กรจะเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้ โดยองค์กรจะต้องให้ความสำคัญกับ เทคโนโลยีที่อยู่ภายนอกองค์กร เพราะองค์กรที่สามารถเปิดรับในการกำหนดกลยุทธ์และการลงทุน ในการวิจัยและพัฒนาจะทำให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร นอกจากนี้ พบว่า ความสามารถของ องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และ องค์กรที่มีความได้เปรียบจากทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ในระดับสูงจะทำให้ผลกระทบของ ความสามารถขององค์กรที่มีต่อการมีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สูงขึ้นด้วยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.10

มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร เป็นส่วนที่ช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ ด้านความได้เปรียบในการแข่งขันส่งผลให้ผลการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว และสามารถ นำความยั่งยืนมาสู่องค์กร การจัดการทรัพยากรในองค์กรให้มีคุณค่า (Value) โดยจัดการให้มีความสามารถและพัฒนาให้เป็นความสามารถหลัก ซึ่งจะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งนี้ทรัพยากรที่มีคุณค่า เช่น สติปัญญา ความฉลาด องค์กรต้องให้ความสำคัญเพราะเป็นสิ่งสำคัญ ที่องค์กรต้องใช้เวลาในการพัฒนามาก ทั้งการพัฒนาในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว (ศิริรัตน์ เมธีสุภาพ, ชาคริต สกุลอิสริยาภรณ์, และสมถวิล วิจิตรวรรณ, 2558) มุมมองพื้นฐานทรัพยากร เกิดจาก 2 แนวคิดหลัก คือ ความสามารถที่โดดเด่น แตกต่าง และยากต่อการลอกเลียนแบบ ทำให้ เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและการมีผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ (Johnson, Whittington, Scholes, Angwin, & Regner, 2014)

การวิเคราะห์ความสามารถและทรัพยากรขององค์กร เพื่อให้ผู้จัดการได้นำเครื่องมือมาใช้เพื่อปรับขนาดสินทรัพย์ที่ใช้ในการแข่งขันขององค์กรและกำหนดว่า องค์กรสามารถจัดหาความจำเป็นพื้นฐานที่ให้ประสบความสำเร็จในตลาดได้ ซึ่งมีกระบวนการ 2 ขั้นตอน คือ 1) การจำแนกทรัพยากรและความสามารถขององค์กร 2) การตรวจสอบทรัพยากรและความสามารถขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาว่าทรัพยากรและความสามารถขององค์กรประเด็นไหนที่สำคัญต่อความสามารถในการแข่งขัน และสามารถสนับสนุนให้องค์กรมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนมากกว่าคู่แข่ง ซึ่งสองขั้นตอนนี้สามารถประยุกต์ใช้กับการทดสอบทรัพยากรว่า มีคุณค่าหรือไม่ ซึ่งตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของการนำกลยุทธ์ขององค์กรไปปฏิบัติแล้วได้ผล คือ 1) องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จทางการเงินและวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์หรือไม่ 2) ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงินขององค์กรธุรกิจสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมหรือไม่ และ 3) จำนวนลูกค้าขององค์กรธุรกิจเพิ่มขึ้นและส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นหรือไม่ (Thomson et al., 2010) นอกจากนี้ความสำเร็จในการพัฒนาทรัพยากรใหม่และศักยภาพที่สร้างจากอุปกรณ์อเนกประสงค์ที่พัฒนาแล้วในเทคโนโลยีเกิดใหม่ การประยุกต์การใช้มุมมองพื้นฐานความรู้ให้กับองค์กรผลิตสินค้าโดยวิเคราะห์ความพิเศษ ความสามารถเชิงกลยุทธ์ และแสดงให้เห็นถึงความสามารถภายในขององค์กรว่า มีความซับซ้อนและความสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กรอย่างไร ดังนั้นทรัพยากรและความสามารถจะถูกเชื่อมโยงกับความได้เปรียบในการแข่งขัน และความได้เปรียบในการแข่งขันจากมุมมองพื้นฐานทรัพยากรจะประสบผลสำเร็จได้ด้วยการมุ่งเน้นและการใช้ประโยชน์จากลักษณะเฉพาะภายในองค์กร โดยเฉพาะทรัพยากรโดยรวมขององค์กร (Coates & McDermott, 2002)

ทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากรของบริษัท มีแนวทางสำคัญ 6 ประการที่เป็นแนวทางที่ช่วยในการประเมินองค์กรว่า สินทรัพย์ ความสามารถ หรือกำลังความสามารถใดขององค์กรที่มีคุณค่า และสิ่งใดทำให้ทรัพยากรเหล่านี้มีคุณค่า ด้วยคำถาม ดังนี้

1. ความเป็นเลิศเชิงแข่งขัน (Competitive Superiority) ประเมินว่า ทรัพยากรขององค์กรช่วยตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่าองค์กรของคู่แข่งใช่หรือไม่
2. ทรัพยากรหายาก (Resource Scarcity) ประเมินว่า ทรัพยากรขององค์กรมีจำนวนน้อยหรือไม่ เมื่อทรัพยากรหายากทรัพยากรนั้นจะมีคุณค่า เมื่อองค์กรเป็นเจ้าของทรัพยากรที่หายากและผู้อื่น ไม่มี และเมื่อนั้นจะเป็นศูนย์กลางในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
3. ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (Inimitability) ประเมินว่า ทรัพยากรขององค์กรลอกเลียนแบบได้ง่ายใช่หรือไม่ ทรัพยากรที่คู่แข่งสามารถลอกเลียนแบบได้ทันทีสามารถก่อให้เกิดคุณค่าเพียงชั่วคราว แต่ไม่สามารถก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาวได้

4. ใครได้รับประโยชน์ (Appropriability) ประเมินว่า ใครคือผู้ที่ได้รับกำไรอย่างแท้จริงจากทรัพยากรขององค์กร
5. ความทนทาน (Durability) ประเมินว่า ทรัพยากรขององค์กรเสื่อมค่าอย่างรวดเร็วได้อย่างไร
6. การทดแทน (Substitutability) ประเมินว่า ทรัพยากรขององค์กรไม่สามารถหาสิ่งอื่นทดแทนได้จากที่อื่นหรือภายนอกองค์กร

Campbell & Park (2017) อธิบายว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันมาจากหลายปัจจัย เช่น ทุนทางสังคมซึ่งได้มาจากเครือข่ายทางสังคม กระบวนการขององค์กรและนวัตกรรมที่ส่งผ่านผลิตภัณฑ์และกระบวนการของการเป็นผู้ประกอบการ เพื่อให้ประหยัดต้นทุนและทุนทางปัญญาที่ได้รับจากพนักงาน ซึ่งผ่านมุมมองทั้งสามนี้ คือ มุมมองด้านทุนทางสังคม การเป็นผู้ประกอบการ และทุนทางปัญญา

จากข้อมูลข้างต้นกล่าวได้ว่า ทฤษฎีมุมมองพื้นฐานทรัพยากรหรือ RBV สามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดในการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์กับวิสาหกิจชุมชน เพราะวิสาหกิจชุมชนเป็นการรวมตัวของคนในชุมชนที่ใช้ทรัพยากรจากพื้นที่เพื่อดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ ดังนั้น ประชานหรือกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องตระหนักถึงการสร้างคุณค่าของทรัพยากร ซึ่งทรัพยากรดังกล่าวประกอบด้วย สินทรัพย์ที่มีตัวตน ได้แก่ วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น แรงงานมีฝีมือ วัสดุอุปกรณ์ในการผลิต และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ได้แก่ องค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ด้านเทคนิค โดยทรัพยากรนั้น จะต้องมีคุณลักษณะ คือ มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบไม่ได้ ทดแทนไม่ได้โดยสมบูรณ์ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน จากประเด็นดังกล่าว นำไปสู่การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

การเคลื่อนไหวครั้งใหม่ที่เกิดขึ้นใน ปี ค.ศ. 1960 เป็นผลจากการแพร่ขยายการปนเปื้อนและทำลายสิ่งแวดล้อม ประชาชนส่วนใหญ่ในโลกเริ่มเห็นผลกระทบของอุตสาหกรรมในท้องถิ่นทั่วโลก เนื่องจากมีการแพร่กระจายมลพิษทางน้ำ มลพิษทางดิน และมลพิษทางอากาศ นอกจากนั้น มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาหารจานด่วน และการใช้มือถือในครอบครัวที่เพิ่มมากขึ้น

การศึกษาจำนวนมากที่ถูกเผยแพร่ส่งผลให้เราต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในปัจจุบัน ซึ่งในปี ค.ศ. 1968 เป็นเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก งานเขียนที่รับการเผยแพร่ 3 ชิ้นงาน คือ The Population Bomb โดย Paul Ehrlich หนังสือเล่มนี้มีความโดดเด่นเกี่ยวกับการมีพลเมืองมากเกินไปจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของโลก ส่วนงานวิจัยอีกสองเรื่อง ได้แก่ Desert

Solltaire โดย Edward Abbey และ The Tragedy of the Commons by Garret Hardin เน้นเกี่ยวกับการเติบโตของประชากรและการหมดสิ้นของทรัพยากร ทั้งนี้ Edward Abbey เป็นนักเขียนที่มีอิทธิพลต่อคนอเมริกันตะวันตก และงานล่าสุดของเขา คือ The Monkey Wrench Gang (1975) ที่กลายเป็นปรัชญาของโลกได้ถูกพบเมื่อปี ค.ศ. 1975 ที่ส่งเสริมวาระสิ่งแวดล้อมที่รุนแรง โดยสนับสนุนไม่ให้มีการประนีประนอมในการป้องกันสิ่งแวดล้อม ซึ่งสมาชิกบางคนกล่าวหาว่า Monkey Wrenching เป็นเครื่องมืออันตรายที่สามารถใช้ทำลายสิ่งแวดล้อมของภูมิประเทศ

ในปี ค.ศ. 1971 Barry Commoner ได้เผยแพร่งานชื่อ The Closing Circle ที่เน้นกรอบทางเศรษฐกิจที่ลบล้างอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่าระบบทุนนิยมแบบเปิดที่เป็นต้นเหตุของปัญหาต่าง ๆ ของสิ่งแวดล้อม ซึ่งเขาไม่เชื่อว่าการมีพลเมืองมากเกินไปจะเป็นสาเหตุหลักของการเสื่อมโทรมของสภาพสิ่งแวดล้อม (ตรงข้ามกับงานเขียนของ Paul Ehrlich เรื่อง The Population Bomb) เขาเชื่อว่าเกิดจากการดำเนินชีวิตโดยธรรมชาติของประชาชนที่อาศัยในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ที่เน้นการบริโภค หลังจากนั้นก็มีหนังสือชื่อ The Limits to Growth (1972) โดยผู้เขียนหลายท่านได้กล่าวถึงการเติบโตของประชากรและผลกระทบของการเติบโตที่มีต่อสิ่งแวดล้อม หนังสือเล่มดังกล่าวได้ใช้โมเดลทางคอมพิวเตอร์ในการทำนายว่าประชากรของโลกกำลังใช้ทรัพยากรให้หมดลงและเป็นแนวปฏิบัติทางเศรษฐกิจร่วมสมัยหลายประการ ทำให้เกิดความไม่ยั่งยืนอย่างมากในระยะยาว ช่วงเวลาต่อจากนี้ต้องพิจารณาถึงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น หนังสือสำคัญของ E.F. Schumacher ชื่อ Small is Beautiful: Economics as if People Mattered (1973) เป็นแนวคิดในการขยายการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการบริโภค ซึ่งเป็นความคิดที่ใหญ่กว่าและดีกว่า จึงเป็นที่วิจารณ์อย่างมากในงานเขียนชิ้นนี้ คำถามของความพอเพียงจึงเพิ่มขึ้น คือ เมื่อไหร่ที่เรามีสิ่งเพียงพอให้เรามีความสุข เราต้องได้รับสิ่งต่าง ๆ มากขึ้น ๆ หรือไม่ ซึ่งการนำความต้องการที่มากขึ้นเป็นนัยสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม โดย Schumacher ได้แย้งว่า มีข้อจำกัดความสามารถของโลกที่จะดูดซับมลพิษและจัดหาทรัพยากรเพื่อการเติบโตของเศรษฐกิจที่รุนแรง ดังนั้นเราควรเน้นความต้องการเพียงเล็กน้อยและมีผลกระทบจำกัดต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ จากนั้นในปี ค.ศ. 1979 James Lovelock ได้เผยแพร่งานเขียนชื่อ Gaia: A new look at life on Earth ที่กล่าวว่า โลกถูกมองว่าเป็นสิ่งมีชีวิตอะไรจะเกิดขึ้นถ้าบางส่วนของโลกส่งผลกระทบต่อส่วนอื่น ๆ ในวิธีที่คาดเดาไม่ได้ Lovelock ช่วยให้เราเริ่มมองเกี่ยวกับโลกด้วยวิธีการแบบองค์รวมมากขึ้น โดยมีภาพที่ชัดเจนว่า ระบบที่แตกต่างของโลกจะเป็นอย่างไร เช่น พลังงาน หรือ การหมุนเวียนของสารอาหาร ที่มีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ดังนั้น การทำลายโลกด้วยมนุษย์จะเกิดผลกระทบที่ไม่คาดหวังซึ่งท้ายที่สุดก็ทำลายมนุษย์ในระยะยาว (Brinkmann, 2016)

ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร (Corporate Sustainability Performance) หมายถึง ความยั่งยืนในธุรกิจที่มีกลยุทธ์และผลกำไรของธุรกิจที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองขององค์กรธุรกิจ (Salzmann et al. 2005) ซึ่งเป็นเกณฑ์ในการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานด้านการผลิต แต่ไม่มีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์ของแนวปฏิบัติห่วงโซ่อุปทานสีเขียวในบริษัทที่ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรเป็นการรวมผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานทางสังคมเข้าด้วยกัน (Awan, Kraslawski, & Huiskonen, 2017) โดยกลยุทธ์ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม เป็นการดำเนินกลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการเป็นพลเมืองที่ดี รวมทั้งคำนึงถึงผลกระทบของกลยุทธ์และการดำเนินงานที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยกลยุทธ์ระดับองค์กรมีเป้าหมายในการดำเนินงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการกระทำที่เจตนาและร่วมกันในการดำเนินธุรกิจที่ปกป้อง และช่วยเพิ่มทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศ เพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งความคิดริเริ่มในการพัฒนาอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ เริ่มจากการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยสาม P คือ People Planet และ Profit (Thomson et al. 2010)

ความยั่งยืนขององค์กรเป็นผลมาจากการดำเนินงานที่ต่อเนื่องจากในอดีตที่สะท้อนให้เห็นว่า องค์กรมีความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ สังคม ชุมชน หรือสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการกระทำหรือการปฏิบัติงานขององค์กรที่ป้องกัน หรืออนุรักษ์มากกว่าทำลายหรือเป็นอันตรายต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม (Phokha & Ussahawanitchakit, 2011; Gimenez, Sierra, & Rodon, 2012; Fred & Forest, 2015) การสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับองค์กร เป็นกระบวนการที่ดีสำหรับการบริหารสมัยใหม่ ความมั่นคงทางการเงิน การเป็นที่ยอมรับของทุกภาคส่วน และชื่อเสียงของธุรกิจ เพราะหากองค์กรใดมีชื่อเสียงที่ดี มีภาพลักษณ์ที่ดี โดยเฉพาะภาพลักษณ์ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม สามารถทำให้ผลการดำเนินงานก้าวหน้าอย่างยั่งยืน (Phokha & Ussahawanitchakit, 2011) โดยวิธีปฏิบัติทางธุรกิจที่ยั่งยืนเป็นการตอบสนองความต้องการในปัจจุบันที่สามารถตอบสนองความต้องการในอนาคตได้ ซึ่งกลยุทธ์ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมขององค์กร ประกอบด้วย การกระทำอย่างรอบคอบในการปกป้องสิ่งแวดล้อม ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติอยู่ได้ยาวนานขึ้น รักษาและสนับสนุนระบบนิเวศให้คนรุ่นต่อไป และป้องกันอันตรายที่จะเกิดกับโลก ทั้งนี้ กลยุทธ์ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR) และกลยุทธ์รักษาความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมที่สร้างผลประโยชน์ที่มีค่าต่อสังคมและเติมเต็มความต้องการของลูกค้าในสมัยนิยมที่เหนือกว่า ที่สามารถนำไปสู่ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับองค์กรที่จัดการเพียง

ประเด็นทางสังคมเท่านั้น อาจช่วยกระตุ้นชื่อเสียงขององค์กร แต่ไม่ได้พัฒนาความแข็งแกร่งทางการแข่งขันในตลาด (ทรรศนะ บุญขวัญ, ผู้แปล, 2555)

การศึกษาผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรสามารถสรุปเป็น 2 แนวคิดหลักที่ใช้ในการศึกษางานวิจัยนี้ คือ แนวคิด TBL (Triple Bottom Line) และแนวคิด Balanced Scorecard โดยมีรายละเอียด ดังนี้ (Elkington, 1997,1998; Kaplan & Norton, 1996, 1997; Sebhatu, 2008; Cantele & Zardini, 2018)

2.4.1 การวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ด้วยแนวคิด Triple Bottom Line (TBL)

การวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร มีมุมมองที่หลากหลายทัศนะของนักวิชาการที่ได้ทำการศึกษาวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรและทดสอบเชิงประจักษ์จำนวนมาก เช่น Elkington (1997) ได้อธิบายว่า ธุรกิจที่มีความยั่งยืนจะมีความรับผิดชอบในความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด TBL (Triple Bottom Line) พิจารณาจาก 3 มิติ คือ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสิ่งแวดล้อม และมิติด้านสังคม ซึ่งใช้ในกระบวนการตัดสินใจของธุรกิจ ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการสำรวจจากอุตสาหกรรม (Elkington, 1997,1998; Sebhatu, 2008; Cantele & Zardini, 2018) สรุปรายละเอียดทั้ง 3 มิติ ดังนี้

2.4.1.1 ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Economic Performance) ประกอบด้วย 1) ขนาดขององค์กรและความสามารถในการเติบโตขององค์กร วัดจากสินทรัพย์รวม ผลผลิตรวม ยอดขายรวม และกำไรรวม 2) ความสามารถในการผลิตขององค์กร วัดจากอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์รวม และอัตราการหมุนเวียนของสินทรัพย์ปัจจุบัน 3) ความสามารถในการทำกำไรขององค์กร วัดจากอัตราส่วนกำไรต่อต้นทุน ยอดขายที่เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งตลาดโดยรวมเพิ่มขึ้น และอัตราผลตอบแทนของผู้ถือหุ้นสามัญ 4) ความสามารถในการหาเงินสด วัดจากเงินทุนหมุนเวียนสุทธิ 5) ความสามารถในการชำระหนี้ วัดจากอัตราส่วนสินทรัพย์ต่อหนี้สิน 6) ความสามารถทางนวัตกรรม วัดจากค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา และ 7) ความสามารถในการควบคุมตลาด วัดจากยอดขายรวมต่อการส่งออก

2.4.1.2 ผลการดำเนินงานทางสังคม (Social Performance) ได้แก่ 1) การปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน ลูกจ้าง ชุมชน และอิทธิพลทางสังคม 2) ความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน ได้แก่ การแต่งตั้งพนักงาน การจัดอบรมให้แก่พนักงานและการสร้างสมรรถนะหลัก ความมั่นคงในการจ้างงาน สิทธิมนุษยชน งานที่ปลอดภัยและสุขภาพดี ความพึงพอใจในการทำงาน การจัดระบบเงินเดือนและโบนัส การปรับทัศนคติและวัฒนธรรมของพนักงาน เช่น การใช้พาหนะที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การลงทุนการประชุมทางไกลผ่านระบบวิดีโอ (Video Conference) เพื่อลดต้นทุนและ

ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในการเดินทางส่วนตัว และ 3) ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การลดความเสี่ยงด้านสุขภาพที่จะเกิดขึ้นกับลูกค้า ด้วยการใช้วัตถุดิบที่มีความปลอดภัยต่อผู้ใช้งานและต่อสิ่งแวดล้อม การให้ความช่วยเหลือแก่ท้องถิ่นหรือชุมชน การคืนกำไร และการจ่ายภาษีแก่ท้องถิ่นหรือชุมชน

2.4.1.3 ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance) ได้แก่ 1) การใช้ทรัพยากร วัตจากการบินโคกน้ำ การบริโภคพลังงาน ประสิทธิภาพการใช้พลังงาน และวัตถุดิบ 2) มลพิษทางสิ่งแวดล้อม วัตจากการปล่อยของเสียจากอุตสาหกรรม คือ การลดปริมาณการปล่อยของเสียทางอากาศ และทางน้ำ ระบบการบำบัดน้ำ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และนโยบายสิ่งแวดล้อมต่อผู้จัดหาวัตถุดิบและผู้รับจ้างจากภายนอก

เมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2558 ประเทศสมาชิกของสหประชาชาติได้รับรองวาระการพัฒนารูปแบบที่ยั่งยืน พ.ศ. 2573 ซึ่งจะบรรลุเป้าหมายภายในระยะเวลา 15 ปี ประกอบด้วย 17 เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมี 169 เป้าหมายเฉพาะเจาะจง และ 230 ตัวชี้วัด เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) เน้นให้ความสำคัญกับการปรับสมดุลทั้ง 3 มิติของการพัฒนารูปแบบที่ยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมในรูปแบบบูรณาการและการมีส่วนร่วมเพื่อไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (The United Nations, 2019) ประเทศไทยมีกรอบการพัฒนาของตนเองที่กำลังใช้อยู่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยอาศัยหลักภูมิปัญญาและความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนหลักการเดินสายกลาง ความสมดุลสมผลและความรอบคอบตามแนวคิดของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช จุดเน้นของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความยั่งยืนและได้รับการยอมรับว่าเป็นหลักการสำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทยมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ประเทศไทยได้ใช้แนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นแนวทางให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การเพิ่มศักยภาพของประชาชนและชุมชน ประเทศไทยยังคงมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาของโลกด้วยการช่วยเสริมสร้างความสามารถของเพื่อนบ้านในการบรรลุพันธกิจของเป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ และความพยายามในการพัฒนาในอนาคต เมื่อปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยได้มีส่วนช่วยในการจัดตั้งโครงการปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในหลายประเทศ เช่น กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว เลโซโท เมียนมาร์ ติมอร์ตะวันออกที่ต้องการตั้งแต่เริ่มแรก

การพัฒนาที่ยั่งยืนถือเป็นหัวใจสำคัญของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หลักการต่าง ๆ ที่สนับสนุนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการกับความยั่งยืนในประเทศไทย เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ การปกป้องสิ่งแวดล้อมและความต้องการของมนุษย์ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงยังเป็นไปตามหลักการ

สำคัญของวาระ 2573 และสามารถใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนการนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในบริบทของโลกได้ (Open Development Thailand, 2018) นอกจากนี้ มีแนวคิดการพัฒนาการแบบยั่งยืนมาปรับใช้กับสังคมไทย ประกอบด้วย แนวคิดสำคัญ 6 ประการ คือ 1) การพัฒนาต้องช่วยกลุ่มคนที่ยากจนที่สุด เพราะพวกเขาจะไม่มีทางออกอื่นใดหลงเหลืออยู่ นอกจากการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ 2) การพัฒนาต้องเน้นพัฒนาแบบพึ่งพาตนเอง ภายใต้อำนาจจำกัดทางสภาพธรรมชาติ 3) การพัฒนาต้องไม่เกิดความเสียหายรุนแรงต่อสิ่งแวดล้อม 4) การพัฒนาต้องอยู่บนหลักการว่าด้วยการมีสุขอนามัยที่ดี การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การมีอาหารเพียงพอแก่การบริโภค 5) การพัฒนาต้องวางอยู่บนหลักที่ว่าด้วยการส่งเสริมริเริ่มของประชาชน และ 6) การพัฒนาต้องเน้นมนุษยชาติหรือเน้นคนเป็นศูนย์กลาง และหัวใจของการพัฒนาต้องเป็นแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน (ขวัญกมล คอนขวา, 2556)

หลักการของ The Triple Bottom Line (TBL) เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของระบบนิเวศ สังคม และเศรษฐกิจที่มีการบูรณาการตามลำดับและไม่พร้อมกัน ผู้ประกอบการที่ยั่งยืนมีเป้าหมายในการสร้างสมดุลของ TBL ตามเป้าหมายของเศรษฐกิจ สังคมและระบบนิเวศ (Schaltegger & Wagner, 2011) จากการศึกษาโดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการสังคมจะเน้นแต่ประเด็นทางสังคม ขณะที่บางปัญหายังรวมถึงสิ่งแวดล้อม ผู้ประกอบการที่ยั่งยืนมีลักษณะ 6 แบบ คือ 1) การตระหนักถึงปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม 2) โอกาสทางสังคมและสิ่งแวดล้อม 3) การพัฒนาทางออกของ a double bottom line 4) การพัฒนาทางออกของ a triple bottom line 5) เงินทุน และรูปแบบการประกอบการธุรกิจที่ยั่งยืน และ 6) การสร้างหรือเข้าร่วมตลาดที่ยั่งยืน (Belz1& Binder, 2017)

มุมมองความยั่งยืน ประกอบด้วย ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางสังคม และตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายขององค์กร อย่างไรก็ตามแต่ละองค์กรยอมให้ความหมายของคำว่าความยั่งยืนแตกต่างกัน ซึ่งตัวชี้วัดความยั่งยืนอยู่บนพื้นฐานกลยุทธ์และเป้าหมายขององค์กร เช่น ประเด็นของสิ่งแวดล้อมเป็นกลยุทธ์ขององค์กร เพราะมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กร ความสามารถในการทำกำไร ตลาดและผลิตภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจในอนาคต (Kalender & Vayvaya, 2016) ขณะที่การวัดการค้าอย่างยั่งยืนมีตัวแปรที่หลากหลาย ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งในมุมมองด้านเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจะขับเคลื่อนธุรกิจด้วยผลประโยชน์ของตนเองและแรงจูงใจในการแสวงหาผลกำไร ซึ่งผู้ประกอบการที่เน้นความยั่งยืนจะมีลักษณะตรงข้ามกับมุมมองด้านเศรษฐกิจ คือ มีการใช้สถานที่ร่วมกัน การคำนึงถึงผลประโยชน์ทางสังคมกับผลประโยชน์ของตนเอง นอกจากนี้ พบว่า ผู้ก่อตั้งองค์กรธุรกิจยั่งยืนจะ

มีกระบวนการตัดสินใจหรือนโยบายขององค์กรที่ผสมผสานคุณค่าของความยั่งยืนในรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการในการแข่งขันเป็นอันดับแรก (DiVito & Bohnsack, 2017) สอดคล้องกับ Jiang, Chai, Shao, & Feng (2018) ที่อธิบายว่า ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานด้านการเงิน ส่วนพลวัตเทคโนโลยีสีเขียวมีความสัมพันธ์ทางลบระหว่างผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม

เกณฑ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอาจมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานด้านความยั่งยืน โดยรวมขององค์กร และดัชนีที่เสนออาจเป็นเครื่องมือที่ดีสำหรับนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานเพื่อให้เข้าใจถึงตรรกะของการวัดความยั่งยืนที่แข็งแกร่งขององค์กร (Nikolaou, Tsalis, & Evangelinos, 2019) บริษัทที่มีความสนใจในการค้าภายในประเทศจะจัดการกับการผลิตที่มีมลพิษด้วยความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมต่อประเทศเจ้าบ้าน เช่นเดียวกับการเพิ่มขึ้นขององค์กรในประเทศที่พัฒนาแล้วที่ใช้ TBL ในผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งวัดจากคน กำไร และโลกของเรา ซึ่งการวัดนี้ไม่ได้มุ่งที่ผลกำไร แต่เพื่อวัดผลการดำเนินงานที่เติบโตขึ้น ซึ่งผู้บริหารที่ซื้อผลิตภัณฑ์สีเขียว จะพิจารณาว่า ผลิตภัณฑ์สีเขียวเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์สีเขียวมีประสิทธิผลน้อยกว่าผลิตภัณฑ์ทั่วไป เพราะถูกสร้างให้เกิดการรับรู้ต่ำกว่า ในที่สุดลูกค้าจะอ่อนไหวต่อความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งยังเป็นกลุ่มที่อ่อนไหวกับราคาอีกด้วย และลูกค้าอาจจะไม่ตื่นตระหนกต่อแรงกดดันของภาครัฐที่มีต่อองค์กรธุรกิจในการคำนึงถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม (Zhang, Padmanabhan, & Huang, 2018)

หลักการของความยั่งยืนขององค์กร มีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบันทั้งทฤษฎีองค์กร และการนำไปปฏิบัติ แต่ยังคงขาดความชัดเจนของความยั่งยืนขององค์กรว่าทำอย่างไรให้ประสบผลสำเร็จ ทั้งนี้มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอหลักการความยั่งยืนขององค์กร จะนำไปสู่การมุ่งเน้นวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืน โดยเชื่อมโยงกับการมุ่งเน้นวัฒนธรรมองค์กรกับหลักการของความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งแนวคิดของความยั่งยืนขององค์กร เริ่มต้นจากแนวคิดกว้าง ๆ ของความยั่งยืนที่ได้ปรับรูปแบบผ่านอิทธิพลทางการเมือง สาธารณะ และวิชาการมาอย่างต่อเนื่อง ในปี ค.ศ. 1980 ประเด็นทางสังคมมีความโดดเด่นมากขึ้น รวมถึงสิทธิมนุษยชน คุณภาพชีวิต เช่นเดียวกับความยากจน โดยเฉพาะประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อย โดยมีแรงกดดันจากสาธารณชน ทำให้ธุรกิจหาวิธีการใหม่ ๆ ในการพัฒนาและการป้องกันสิ่งแวดล้อมเพื่อนำไปสู่การทำให้ความยากจนลดลง (Linnenluecke & Griffiths, 2010) นอกจากนี้ Awan et al. (2017) อธิบายว่า ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน เป็นการรวมกัน 2 มิติ ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental performance) และผลการดำเนินงานด้านสังคม (Social performance) ความสำคัญ

ของแนวปฏิบัติห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนมีผลต่อความสำเร็จของผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental performance) และผลการดำเนินงานด้านสังคม (Social performance) แนวปฏิบัติห่วงโซ่อุปทานอย่างยั่งยืนสามารถทำให้ผลการดำเนินงานด้านสังคมและผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมบรรลุวัตถุประสงค์ในการผลิต ผู้จัดการห่วงโซ่อุปทานสามารถรับรู้ถึงประโยชน์ของการสร้างร่วมมือกันในการปฏิบัติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมกับผู้ซื้อ

2.4.2 การวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ด้วยแนวคิด Balanced Scorecard (BSC)

ปัจจุบันมีการแข่งขันที่รุนแรง การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรทำให้องค์กรสามารถพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กรได้ในทิศทางที่ชัดเจนและแน่นอน ซึ่งปัจจัยการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรในมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ซึ่งเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปว่า เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานมีทั้งที่เกี่ยวข้องทางการเงินและไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน (Kaplan & Norton, 1996, 1997) สามารถวัดได้จากรูปแบบ Balanced Scorecard (BSC) ขององค์กร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความสำเร็จแบบยั่งยืน จึงกำหนดตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานครอบคลุมทุกด้านที่ไม่ใช่มุ่งเน้นที่ตัวชี้วัดทางการเงินเพียงอย่างเดียว วัตถุประสงค์ของการประยุกต์ใช้ BSC เพื่อขยายเครื่องมือวัดการตัดสินใจให้แก่ผู้จัดการ โดยมีข้อโต้แย้งว่า การนำเสนอตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่จัดประเภทตามมุมมองของ BSC นั้นช่วยปรับปรุงการตัดสินใจที่เหมาะสมของกลยุทธ์ของผู้จัดการเท่านั้น เมื่อผู้จัดการจัดทำขึ้นด้วยวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ที่ไม่ได้นำเสนอในโครงสร้างแผนทีกลยุทธ์ อีกทั้ง BSC อาจจะไม่เหมาะกับวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่สนใจพันธกิจขององค์กร (Hoque, 2014) อีกทั้งเป็นเครื่องมือด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ที่ใช้สำหรับการบริหารผลการดำเนินงาน (Firm Performance) ซึ่งองค์กรที่มีการจัดการแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ของงาน นั้น นิยมนำมาใช้ในการควบคุมและประเมินผลการดำเนินงานเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร (รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์, ระพีพรรณ พิริยะกุล, และนภาพร ชันชนภา, 2559)

นอกจากนั้น BSC เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้้องค์กรนิยามวิสัยทัศน์และกลยุทธ์และแปลงสู่การปฏิบัติและช่วยให้้องค์กรสามารถเตรียมความพร้อมได้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเกี่ยวกับวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ของการจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน (Epstein & Wisner, 2001) โดยสะท้อนกระบวนการภายใน ผลการดำเนินงานและเงื่อนไขทางการตลาด เพื่อทบทวนกลยุทธ์และแผนอนาคต วัดจาก 4 ด้าน คือ (1) ด้านการเงิน โดยธุรกิจควรมีภาพลักษณ์กับผู้ถือหุ้นอย่างไร (2) ด้านลูกค้า ธุรกิจควรมีภาพลักษณ์กับลูกค้าอย่างไร หรือวัตถุประสงค์ เป้าหมายและตัวชี้วัดซึ่งเกี่ยวข้องกับพึงพอใจและความเชื่อของลูกค้า (3) ด้านกระบวนการภายใน เกี่ยวกับระบบและ

ประสิทธิภาพการทำงานในกระบวนการด้านธุรกิจ เพื่อตอบสนองลูกค้าและผู้ถือหุ้นให้พึงพอใจ ธุรกิจควรมีระบบงานอย่างไร และ (4) ด้านการเรียนรู้และเจริญเติบโต ด้านนวัตกรรมใหม่ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ด้วยยุทธวิธีที่จะรักษาความสามารถของธุรกิจในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุง อะไรบ้าง (Hoque, 2014)

Zehir et al. (2015) ได้เสนอแนะให้มีการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร 2 แบบ คือ ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงิน วัดได้จากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน วัดจากความสำเร็จ 2 แบบ ได้แก่ (1) ส่วนแบ่งทางการตลาด คุณภาพ ความพึงพอใจ และประสิทธิผลทางการตลาด และ (2) วัดจากผลการดำเนินงานของบุคลากร ได้แก่ การทำงานที่สนับสนุนการพัฒนาและความสำเร็จขององค์กร เช่น ความสามารถและทักษะของพนักงานที่ช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่ง Venkatraman & Ramanujam (1986) และ Shiao-Tong et al. (2016) ได้เสนอตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงินเพื่อทำนายผลการดำเนินงานในอนาคต โดยมีฐานแนวคิดจาก Kaplan & Norton (1996) ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ความสามารถทางนวัตกรรม กระบวนการภายในธุรกิจ และผลการดำเนินงานด้านสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน ขณะที่ Lesáková & Dubcováb (2016) พบว่าเป้าหมายหลักของ BSC เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการและการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในระยะยาว เพื่อจัดการผลการดำเนินงานขององค์กร ดังนั้น กรอบของ BSC จะสมดุลระหว่างตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องและตัวชี้วัดที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน สินทรัพย์ที่มีตัวตน สินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน มุมมองภายในและภายนอกองค์กร และเป็นตัวชี้วัดนำและตัวชี้วัดตาม

ทั้งนี้ Nikolaou & Tsalis (2013) ได้สรุปว่า BSC เป็นเครื่องมือที่ดีสำหรับการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ส่วนใหญ่ปัจจุบันได้นำเสนอกรอบแนวคิดทั่วไปที่มีตัวชี้วัดความยั่งยืนแต่ยังขาดความชัดเจน (Epstein & Wisner, 2001) โดยอุตสาหกรรมเหมืองแร่ที่มีการนำไปปฏิบัติมากกว่าทุกภาคส่วน ทำให้บรรลุเป้าหมายของความยั่งยืนในด้านการเงิน ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านสังคม ขณะที่อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่ม และโทรคมนาคมเน้นความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าด้านอื่น อีกทั้งพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการสิ่งแวดล้อม ประเด็นการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร องค์กรธุรกิจใหม่ควรกำหนดกรอบการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยใช้ความยั่งยืนทาง SBSC และเทคนิคเบนซ์มาร์ค อีกทั้งการบูรณาการระบบการปฏิบัติการ บุคลากร ลูกค้า และการจัดการ เป็นตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการทำนายผลการดำเนินงานในอนาคต ได้แก่ ความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของพนักงาน ความสามารถทางนวัตกรรม ประสิทธิภาพ กระบวนการภายในธุรกิจ และผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นจากสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน (Shiao-Tong et al., 2016) ทั้งนี้ กลยุทธ์การเป็นผู้ประกอบการส่งผลต่อ

ผลการดำเนินงานขององค์กร โดยมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ คุณภาพ และต้นทุน นอกจากนี้ความรวดเร็วมีผลอย่างยิ่งต่อผลการดำเนินงานขององค์กรใน สภาพแวดล้อมที่ไม่แน่นอน (Shan, Song & Jua, 2016)

การเชื่อมโยงระหว่างการจัดการอย่างยั่งยืนและผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจนั้น พบว่า ความยั่งยืนในธุรกิจเป็นกลยุทธ์และผลกำไรของธุรกิจที่ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ที่เกิดจากการดำเนินกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองขององค์กรธุรกิจ (Salzmann et al. 2005) เมื่อ กำหนดให้ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจขององค์กรถูกกำกับด้วยความยั่งยืนขององค์กร ด้วยการ สร้างความแตกต่างและการโฆษณาองค์กรที่เชื่อมโยงกับผลการดำเนินงานยั่งยืนขององค์กร และผล การดำเนินงานทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ความพยายามในการวิจัยและพัฒนาที่มีความสัมพันธ์กับ ขนาดขององค์กร แต่ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานยั่งยืนขององค์กรและผลการ ดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Wagner, 2010) องค์กรมีการตอบสนองต่อความยั่งยืน โดยใช้กลยุทธ์การ ประณีประนอม การหลีกเลี่ยง และการจัดการเพื่อความยั่งยืน องค์กรที่มีระบบการควบคุมการ จัดการสามารถตอบสนองต่อแรงกดดันให้มีความยั่งยืน ซึ่งในทางกลับกันการใช้ระบบการควบคุม การจัดการเป็นการตอบสนองในระดับกลางต่อการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงองค์กร (Wijethilake, Munir, & Appuhami, 2017)

งานวิจัยก่อนหน้านี้ได้ใช้ตัวชี้วัดที่หลากหลาย เช่น รายได้ กระแสเงินสด อัตรา ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อัตราผลตอบแทนต่อส่วนผู้ถือหุ้น (ROE) เป็นต้น เพื่อประเมินผล การปฏิบัติงาน ซึ่งตัวชี้วัดทางการเงินเป็นสิ่งจำเป็น แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เพียงพอที่บ่งบอกถึง ผลการดำเนินงานขององค์กรโดยรวม (Haber & Reichel, 2005) งานวิจัยบางงานได้แนะนำให้รวม ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน เพื่อประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร (Venkatraman & Ramanujam, 1986) ทั้งนี้ การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ หรือ (The Balanced Scorecard: BSC) เป็นเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการประเมินและการออกแบบตาม วัตถุประสงค์ของความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมของความยั่งยืนของการ วัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Sustainability Balanced Scorecard: SBSC) จัดเป็นกรอบ แนวคิดเชิงทฤษฎีที่แสดงถึงองค์กรควรระวังอะไร หรือองค์กรควรจะทำอะไร เพื่อปรับปรุง ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จึงกล่าวได้ว่า การวัดผลการดำเนินงานแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard: BSC) มีความสำคัญต่อองค์กรในการกำหนดวัตถุประสงค์ และประเมิน กลยุทธ์มากกว่าการวัดผลทางการเงิน อีกทั้งการวัดผลทางการเงินและอัตราส่วนต่าง ๆ มีความสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ และสำคัญเช่นเดียวกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ การบริการลูกค้า

จริยธรรมของพนักงาน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การลดมลภาวะ จริยธรรมทางธุรกิจ ความรับผิดชอบ ต่อสังคม ความเกี่ยวข้องกับชุมชน และประเด็นอื่น ๆ (Nikolaou & Tsalis, 2013)

องค์กรได้ตระหนักมากขึ้นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนากลยุทธ์อย่าง ยั่งยืน โดยรวมความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม อย่างไรก็ตามการบูรณาการของเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อมและสังคมพร้อมกันยังคงเป็นความกังวลต่อหลักการขององค์กร ซึ่ง SBSC ได้แสดงให้เห็น ถึงหนึ่งในเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้องค์กรเผชิญหน้ากับความท้าทาย และสนับสนุนกลยุทธ์ อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตขาดความชัดเจน และความสมบูรณ์เกี่ยวกับกรอบแนวคิด SBSC จึงได้เสนอความรู้ในการบูรณาการการจัดการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับผลการดำเนินงาน ทางสิ่งแวดล้อมและสังคมใน BSC เพื่อสนับสนุนกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กร (Journeault, 2016) แตกต่างจาก Nørreklit, Nørreklit, Mitchell & Bjomenak (2012) ที่กล่าวว่า การวัดผลการดำเนินงาน แบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ไม่เป็นเครื่องมือทางการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่ถูกต้องและมีความ ยุ่งยากในการจัดปัญหาขององค์กร สังคม และสิ่งแวดล้อม และยืนยันเพิ่มเติมว่า มาตรการวัดผล การดำเนินงานแบบดุลยภาพต้องการแบ่งเป็นการวัดที่เกี่ยวข้องทางการเงิน และการวัดที่ไม่ เกี่ยวข้องทางการเงิน เช่นเดียวกับข้อมูล การสื่อสาร กลยุทธ์ทุกระดับขององค์กรนั้นสามารถ จัดให้มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพ และการประยุกต์ใช้ BSC ควรประยุกต์ทฤษฎีพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ กับลักษณะพฤติกรรมส่วนบุคคล เพื่อแก้ไขข้อขัดข้องในกระบวนการใช้งาน (Kaplan, 2009)

ตัวอย่างอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับการใช้ Balanced Scorecard (BSC) ในประเทศจีน ใน กรณีเกี่ยวกับวิธีการนำ BSC ไปประยุกต์ใช้ให้ประสบความสำเร็จในประเทศจีน เพื่อจัดทำแนวทาง ให้กับบริษัททางตะวันตก โดยอธิบายว่า เหตุผลของความสัมพันธ์ที่ว่า การวัดผลที่ไม่เกี่ยวข้อง ทางการเงินสามารถทำนายขนาดของการวัดผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงิน ซึ่งมีข้อมูล เชิงประจักษ์บางงานที่ชี้ให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงินไม่ใช่การปรับปรุง องค์กรที่จำเป็นหลังจากได้ใช้ BSC ในการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน ทั้งนี้ BSC จะประสบปัญหาต่อเมื่อการวางแผนไม่ถูกต้อง เพราะการบริหารจัดการต้องให้ความสนใจในการ วางแผน แต่ถ้าไม่มีผลตอบกลับ (Feedback) จากผู้ใช้งานโดยตรงก็จะเป็นปัญหามากขึ้น นอกจากนั้น BSC ไม่ได้สะท้อนการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก เพราะไม่มีความสัมพันธ์ โดยตรงต่อการตลาด ซึ่งการวิจัยที่มีประสิทธิผลของ BSC ในเศรษฐกิจเกิดใหม่ เป็นเรื่องที่ยากและ มีการศึกษาจำนวนน้อยที่ศึกษาปัญหา BSC ในประเทศจีน ประกอบกับมีอัตราความล้มเหลวสูงใน การประยุกต์ใช้ BSC ในประเทศจีน ดังนั้น ถ้า BSC ไม่สามารถใช้ในการควบคุมกลยุทธ์ได้ ก็ย่อม ไม่สามารถแก้ปัญหาค่าการประยุกต์ใช้กลยุทธ์ ซึ่งอาจเกิดจากประสิทธิผลของระบบการจัดการเชิง กลยุทธ์ (Zeng, & Luo, 2013)

ส่วนตัวอย่างของรูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ พบว่า รูปแบบการจัดการที่ประสบผลสำเร็จประกอบด้วย 4 ด้านสำคัญ ดังนี้ 1) ด้านการเงิน ก) เน้นการประเมินการบริหาร ข) เน้นการจัดหาแหล่งทุนภายนอก และ ค) เน้นความร่วมมือกำหนดระบบสวัสดิการกลุ่ม 2) ด้านผู้รับบริการ เน้นความพึงพอใจของสมาชิกเครือข่าย เกี่ยวกับระบบประสานงานเพื่อให้เครือข่ายบรรลุเป้าหมาย 3) ด้านกระบวนการบริหารจัดการภายใน ก) เน้นการให้บริการเกี่ยวกับระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐาน ข) เน้นการสร้างเครือข่ายการสร้างระบบติดต่อสื่อสาร และ ค) เน้นประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการกำหนดคุณสมบัติของวัตถุดิบ และการผลิตสำรองเพื่อฤดูกาลขาดวัตถุดิบ และ 4) ด้านการเรียนรู้และพัฒนา ก) เน้นองค์ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์การเลือก/ตรวจสอบผู้ค้า การแบ่งปันแรงงาน การตรวจสอบความต้องการซื้อวัตถุดิบ ข้อมูลผู้ค้าวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่ม และการร่วมปฏิบัติตามกฎหมายแรงงาน และ ข) เน้นฝึกทักษะเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะให้กับสมาชิกเครือข่าย (ไพศาล มุ่งสมัคร, ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย, สรชัย พิศาลบุตร และศิวัชชัย ชำของ, 2556) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีประสิทธิภาพธุรกิจแห่งนวัตกรรมโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านภาวะผู้นำ กระบวนการ การวางแผน คน และสารสนเทศ และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการมีผลการดำเนินงานโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านลูกค้า กระบวนการภายใน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา และอยู่ในระดับปานกลาง 1 ด้าน คือ ด้านการเงิน การศึกษาผลกระทบ พบว่า ประสิทธิภาพธุรกิจแห่งนวัตกรรม ด้านภาวะผู้นำ คน และกระบวนการมีผลกระทบเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ (กาญจนา สุคันธศิริกุล, 2554)

ตัวอย่างการศึกษาอิทธิพลภายนอกยังมีแนวโน้มที่จะมีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ โดยปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังการวัดผลการดำเนินงานกลายเป็นสิ่งที่ซับซ้อนมากขึ้น จึงทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรที่แน่นอนและชัดเจน การนำ BSC ไปประยุกต์ใช้เพื่อการวัดผลการดำเนินงานของอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และนำไปสู่การพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงานอย่างยั่งยืน นั้น ย่อมต้องการปัจจัยแห่งความสำเร็จที่นอกเหนือจากมุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการด้านธุรกิจ และด้านพนักงาน เนื่องจากมุมมองตามหลัก BSC ดังกล่าวนี้คงไม่เพียงพอที่จะทำให้อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้นการที่จะดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ให้ประสบความสำเร็จได้ นั้น ต้องประกอบไปด้วยปัจจัยแห่งความสำเร็จทั้งหมด 6 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการด้านธุรกิจ ด้านพนักงาน (หรือมุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา) ด้านทรัพย์สินด้านปัญญา และด้านสังคม จึงจะทำให้

การดำเนินงานในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล, 2554)

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. แนวคิด TBL เป็นแนวคิดที่ผู้จัดการของบริษัทต่างเห็นด้วยกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงินที่สำคัญที่สุด (Jenkins & Yakovleva, 2006) ซึ่งแนวคิด TBL จะใช้ผลการดำเนินงานทางการเงิน ความรับผิดชอบต่อสังคม และความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อวัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Elkington, 1998) การอยู่รอดขององค์กรในระยะยาวขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานที่น่าพอใจตามแนวคิด TBL เพราะองค์กรสามารถนำข้อได้เปรียบจากการเผยแพร่ต่อสาธารณชน โดยทำการตลาดที่สนับสนุนกฎหมายสิ่งแวดล้อมซึ่งช่วยเพิ่มผลกำไรในอนาคต

2. แนวคิด Balanced Scorecard (BSC) เป็นการรวมระหว่างการวัดผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงินและการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน โดยรวมเป็นการวัดผลการดำเนินงานขององค์กร (Gibbons & Kaplan, 2015) โดยมีประเด็นที่น่าสนใจที่ผู้จัดการของบริษัทเห็นด้วยต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นหนึ่งในการวัดผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงินที่สำคัญ (Plambeck & Taylor, 2015)

จากข้อมูลข้างต้นสามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด TBL (Elkington, 1997, 1998; Sebhatu, 2008; Josien, 2012; Zehir et al. 2015; Prajogo, 2016; Cantele & Zardini, 2018; ขวัญกมล ดอนขวา, 2556) และแนวคิด Balanced Scorecard (BSC) (Kaplan & Norton, 1996, 1997) จากแนวคิดดังกล่าวได้นำแนวคิด BSC ไปเป็นองค์ประกอบของตัวแปรด้านผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจในปัจจุบันซึ่งผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งสรุปเป็นตัวชี้วัดได้ ดังนี้

1. ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (Environment performance) โดยมีพื้นฐานแนวคิดจาก TBL ได้แก่ กระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้พลังงาน กระบวนการในการทำงานที่ลดการก่อให้เกิดขยะ กระบวนการในการทำงานที่นำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ กระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้น้ำ กระบวนการในการทำงานที่ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบภายในหรือภายนอกท้องถิ่น

2. ผลการดำเนินงานทางสังคม (Social performance) โดยมีพื้นฐานแนวคิดจาก TBL ได้แก่ สภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย การสนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนในระดับที่สูงขึ้น

3. การจัดให้มีเงินค่าตอบแทนที่เพียงพอ การปฏิบัติต่อบุคลากรทุกคนด้วยความยุติธรรมและเสมอภาค

4. ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Economic performance) โดยมีพื้นฐานแนวคิดจาก Balanced Scorecard (BSC) ได้แก่ ยอดขาย (sales) และการเติบโตของยอดขาย (sales growth) จำนวนลูกค้า คุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพในการทำงาน การให้ความสำคัญกับมาตรฐานการครองชีพของสมาชิก เช่น ค่าตอบแทน ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การสร้างงานและอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชน การกระจายรายได้ที่ดีให้แก่คนในชุมชน เช่น รายได้ของคนในชุมชนจะดีขึ้น

การพัฒนาแนวคิดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรจากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรและงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 1996 - ค.ศ. 2018 สามารถสรุปมิติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ในการทำวิจัยครั้งนี้ได้ทำเฉพาะตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนเฉพาะตัวชี้วัดที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางการเงิน เพราะการใช้ตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องทางการเงินมีข้อจำกัด เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนไม่ได้จัดทำงบการเงินเชิงตัวเลขอย่างถูกต้องตามสมาคมวิชาชีพบัญชี จึงสามารถวัดได้จาก 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ 1) ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม 2) ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ 3) ผลการดำเนินงานทางสังคม ดังตารางที่ 2.1 และภาพที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 มิติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

นักวิชาการ	ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร						
	ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงานทางสังคม	ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	การเงิน	กระบวนการบริหารลูกค้า	กระบวนการภายในธุรกิจ	การเรียนรู้และการเติบโต
Kaplan & Norton (1996)				✓	✓	✓	✓
Venkatraman & Ramanujam (1996)				✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 2.1 มิติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร (ต่อ)

นักวิชาการ	ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร						
	ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงานทางสังคม	ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	การเงิน	กระบวนการบริหารธุรกิจ	กระบวนการภายในธุรกิจ	การเรียนรู้และการเติบโต
Elkington (1997)	✓	✓	✓				
Epstein & Wisner (2001)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Salzmann, Ionescu-somers, & Steger (2005)	✓	✓	✓				
Sebhatu (2008)	✓	✓	✓				
Wagner (2010)	✓	✓					
Nikoiaou & Tsalis (2013)	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Zeng, & Luo (2013)				✓	✓	✓	✓
Journeault (2016)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lesáková & Dubcováb (2016)				✓	✓	✓	✓
Kalender & Vayvaya (2016)	✓	✓		✓	✓	✓	✓
Shiaw-Tong et al. (2016)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Awana et al. (2017)	✓	✓					
Belz1 & Binder (2017)	✓	✓	✓				

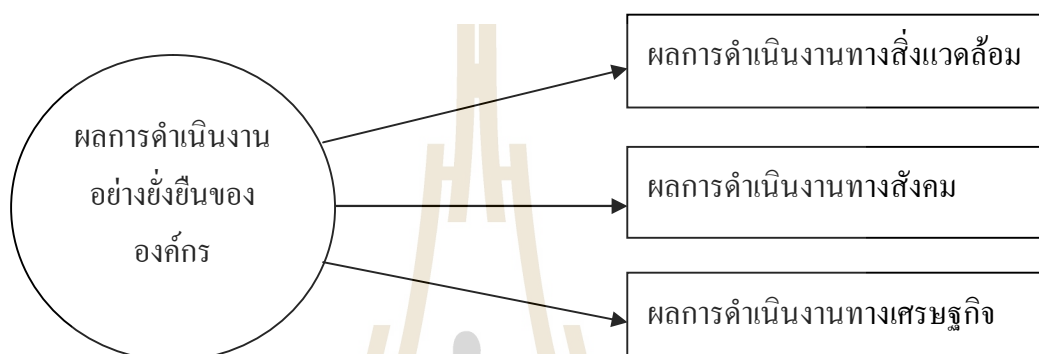
ตารางที่ 2.1 มิติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร (ต่อ)

นักวิชาการ	ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร						
	ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	ผลการดำเนินงานทางสังคม	ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	การเงิน	กระบวนการบริหารธุรกิจ	กระบวนการภายในธุรกิจ	การเรียนรู้และการเติบโต
DiVito & Bohnsack (2017)	✓	✓	✓				
Cantele & Zardini (2018)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Jiang et al. (2018)		✓		✓			
รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ และคณะ (2559)				✓	✓	✓	✓
ไพศาล มุ่งสมักร, ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย, สรชัย พิศาลบุตร และศิวัชชัย ชำของ (2556)				✓	✓	✓	✓
กัลยารัตน์ ชีระธนชัยกุล (2554)				✓	✓	✓	✓
กาญจนา สุกัณฐสิริกุล (2554)				✓	✓	✓	✓

ที่มา: Kaplan & Norton (1996); Elkington (1997); Epstein & Wisner (2001); Nikoiaou & Tsalis (2013); Kalender & Vayvaya (2016); Shiaw-Tong et al. (2016); Cantele & Zardini (2018); Jiang et al. (2018)

จากตารางที่ 2.1 สามารถสรุปมิติผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร คือ การพัฒนาความยั่งยืนในธุรกิจได้ปรับรูปแบบเป็นการจัดการอย่างยั่งยืนในระดับองค์กร โดยมีแนวคิดที่

มุ่งใส่ใจในทุกมิติที่มีต่อความยั่งยืนขององค์กร ซึ่งตัวชี้วัดเป้าหมายและผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรด้วยวิธี Triple Bottom Line: TBL (Elkington, 1997) และวิธี BSC (Kaplan & Norton, 1996) จึงมีตัวชี้วัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร 3 มิติ คือ ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานทางสังคม และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 โมเดลการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

ที่มา: Elkington (1997,1998); Sebhatu (2008); Josien (2012); Zehir et al. (2015); Prajogo (2016); Cantele & Zardini (2018); Kaplan & Norton (1996, 1997); ขวัญกมล คอนขวา (2556)

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ทศวรรษที่ผ่านมา การเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ทำให้การแข่งขันมีความเข้มข้น เป็นผลให้บริษัทเริ่มต้นที่จะเน้นกลยุทธ์ที่ทำให้บริษัทมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Popadiuk & Choo, 2007) ซึ่งผู้จัดการเป็นคนที่สำคัญในการตัดสินใจทางเลือกของกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน จากฐานความสามารถในการใช้ทรัพยากรหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการใช้ทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการสร้างแตกต่างในอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 1) นวัตกรรมสินค้าและบริการ 2) คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่า/การบริการของลูกค้า ได้แก่ การควบคุมคุณภาพ การสร้างความพึงพอใจสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพสูงสุด และการบริการที่ไม่สอดคล้องกัน และ 3) การแบ่งกลุ่มลูกค้าตามภูมิศาสตร์และผู้ซื้อสินค้า (Porter, 1985; Edelman et al., 2005)

กลยุทธ์การแข่งขัน เป็นตัวกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ ซึ่งตำแหน่งกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับ การสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์และต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้า การเลือกตำแหน่งกลยุทธ์ขึ้นอยู่กับ

ทรัพยากร ความสามารถขององค์กร และโครงสร้างอุตสาหกรรม โดยผู้บริหารตัดสินใจว่า ธุรกิจควรทำการแข่งขันอย่างไร ควรวางตำแหน่งของธุรกิจอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งรายอื่นในอุตสาหกรรมเดียวกัน พอร์เตอร์ได้พัฒนากลยุทธ์การแข่งขัน เพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งในอุตสาหกรรมขึ้น โดยยึดถือแนวความคิดทางด้านการวางแผนการตลาดที่สำคัญ 2 ประการ รวมทั้งได้เสนอแนวทางที่จะให้เลือกปฏิบัติในแต่ละอย่างเอาไว้ด้วย นั่นคือ แนวความคิดด้าน “ขอบข่ายของการแข่งขัน” เป้าหมายกว้างหรือเป้าหมายแคบและแนวความคิดการวางแผนด้าน “ความได้เปรียบทางการแข่งขัน” การเป็นผู้นำด้านต้นทุนและการสร้างความแตกต่าง (Rothaermel, 2013)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับการที่บริษัทนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างในตลาด สร้างคุณค่าให้กับผู้ซื้อ ทำให้เกิดความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า ลูกค้าพร้อมที่จะจ่ายในราคาที่สูงกว่า และช่วยลดอำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ การเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่ และลดอุปสรรคของสินค้าทดแทน (Porter, 1980) ส่วนสัญลักษณ์บ่งชี้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ได้แก่ ตำแหน่งของตราสินค้า นวัตกรรมของตลาด การควบคุมช่องทางการจัดกระจายสินค้า แคมเปญโฆษณา การพัฒนาเทคโนโลยีคุณภาพสูง การปรับปรุงภาพลักษณ์ของสินค้า และชื่อเสียงของบริษัท (Dess & Davis, 1984; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004) ซึ่งภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีจะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า และยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้า ก่อให้เกิดทัศนคติและความรู้สึกในด้านที่ดีต่อตราสินค้า อันจะส่งผลถึงข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาด (Aaker, 1996) แหล่งที่มาของการสร้างความแตกต่างนั้น เกิดจากความเร็ว (Speed) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การบริการ (Service) การออกแบบ (Design) ลักษณะของสินค้าและบริการ (Features) เทคโนโลยี (Technology) บุคลิกภาพขององค์กร (Corporate Personality) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Relationships with Customers) ความเป็นเลิศทางด้านคุณภาพ (Quality) ประสิทธิภาพ (Efficiency) นวัตกรรม (Innovation) และการตอบสนองลูกค้า (Response to Customers)

นอกจากนั้น กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นทฤษฎีกลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป ซึ่งเป็นกระบวนการที่โดดเด่นในการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนต่ำ และการสร้างความแตกต่างโดยเสนอสินค้าและบริการที่มีลักษณะเอกลักษณ์ ขณะที่รักษาต้นทุนให้อยู่ในระดับใกล้เคียงกัน (Rothaermel, 2013) สะท้อนถึงการทำงานของบุคคลและทีมงานขององค์กรนั้น (Zehir et al. 2015) ซึ่งมีผลต่อนวัตกรรมและผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Porter, 1985) ซึ่งอธิบายลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความแตกต่างไว้ (Porter, 2003; Kotler & Amstrong, 2003) ดังนี้

1. การออกแบบเพื่อสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์และการกำหนดตำแหน่งสินค้า คุณภาพของสินค้าและบริการ การสร้างความแตกต่างมาจากการออกแบบที่แตกต่าง โดดเด่นกว่า การนำเสนอของกลุ่ม

2. คุณภาพเป็นหลักประกันว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับตรงกับความต้องการ มีความสม่ำเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการค้าระหว่างประเทศที่ต้องมีการตรวจสอบด้านการประกันคุณภาพของผู้ขายสินค้าหรือบริการ

3. การสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบแสดงถึงมุมมองและความรู้สึกของผู้ซื้อต่อสินค้า และทำให้สินค้ามีความแตกต่างและยากต่อการลอกเลียน ความได้เปรียบของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างสามารถทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีจากนวัตกรรมต่อยอดของธุรกิจ

ลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความแตกต่างข้างต้น สามารถสรุปความหมายของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้ว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นการออกแบบกลยุทธ์ให้มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสินค้า และบริการ มีคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

แนวคิดในการวัดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Dess & Davis (1984); Porter (1980, 1985, 2003); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004) จาก 3 มิติ ได้แก่

1) การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา หมายถึง การวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์และบริการ คุณภาพ ลักษณะ รูปแบบจะบ่งบอกถึงมุมมองและความรู้สึกของผู้ซื้อต่อสินค้า ทำให้สินค้ามีความแตกต่างที่ยากต่อการลอกเลียนแบบที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยอาจจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และเครื่องมือที่สอดคล้องกับองค์กร

การวิจัยและพัฒนาที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตามความรู้ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรม R&D ที่มุ่งเน้นการเติบโตในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ จึงเป็นข้อจำกัดต่อผู้บริหาร ทั้งนี้ ทรัพยากรความรู้พื้นฐานมีความสำคัญอย่างมากต่อสภาพแวดล้อมอันผันผวนและค่าใช้จ่ายในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ พบว่า ระดับ R&D ที่เหมาะสมในช่วงตกต่ำทำให้ผู้บริหารมีแนวทางในการแก้ปัญหาที่จำกัด (Lome, Heggseth, & Moen, 2016) นอกจากนี้ การวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้สำเร็จต้องควบคุมทรัพยากรที่สมบูรณ์ และทรัพยากรที่กระจายในวงกว้าง คือ ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นกระบวนการพัฒนาจากภายนอกสู่ภายในองค์กร โดยเน้นการ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการส่งมอบคุณค่าที่เป็นเลิศ (Mu, Thomas, Peng, & Di Benedetto, 2017)

นโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (Science Technology and Science: STI) เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มและเครือข่าย หรือการเรียนรู้ระหว่างระบบและผู้ประกอบการ ส่วนนโยบายนวัตกรรมเน้นกระตุ้นให้เกิด R&D ในภายหลังและสร้างระบบนวัตกรรมระดับชาติ ซึ่งนโยบายอาจทำให้เกิดการเติบโตสีเขียว ถ้ารัฐบาลลงทุนเรื่องเทคโนโลยีสะอาด การลดมลพิษ และการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมสะอาด ดังนั้นสมมติฐานเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมกันจะลดลง ทำให้มีโอกาสน่าสนใจ ๆ ในการทำงานที่ได้จากการเติบโตและการกระจายรายได้ ทั้งนี้ การลงทุนในความรู้พื้นฐานและ R&D เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อนโยบาย STI เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ของประสิทธิผลและกระบวนการเรียนรู้ในระดับชาติ ระดับท้องถิ่น และระบบข้ามชาติของนวัตกรรม (Schot & Steinmueller, 2018) ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) เป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายใน GDP ซึ่งเป็นหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศและความสามารถในการสร้างนวัตกรรม ค่าใช้จ่ายใน R&D มีความสำคัญต่อการแข่งขัน และการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งมีหลายวิธี เช่น นวัตกรรม เงินทุนสะสม และการเติบโตของทุนมนุษย์ ทั้งนี้ ธุรกิจขนาดเล็กต้องสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น เพื่อที่จะคงความสำเร็จในสภาพแวดล้อมในการแข่งขัน แต่สำหรับนวัตกรรมและกระบวนการเปลี่ยนแปลง จำนวนเงินสำหรับ R&D และแรงงานคุณภาพควรเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายในการ R&D สำหรับภาครัฐที่จะเพิ่มศักยภาพทางนวัตกรรม ทำให้มีศักยภาพการแข่งขันต่ำในระดับนานาชาติ (Elitoka, Karhanb & Türk, 2016)

2) การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มนำออกสู่ตลาดในครั้งแรกยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องเสนอรายละเอียด รูปแบบที่แตกต่างของสินค้า การกำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ตลอดจนมีการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภคให้รับรู้ว่ามีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด กิจกรรมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อกระบวนการของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อในระดับต่าง ๆ ทั้งผู้ผลิตและผู้ค้าปลีก เครื่องมือทางการตลาดสำหรับผู้บริโภคสมัยใหม่มีผลอย่างมากต่อผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับผู้ค้าปลีก ดังนั้นผู้ผลิตควรร่วมมืออย่างจริงจังกับผู้ค้าปลีกและผลักดันเครื่องมือการตลาดของผู้บริโภค โดยเฉพาะร้านค้าต่าง ๆ ให้ดำเนินงานในทิศทางที่ดีผ่านการแบ่งปันข้อมูลและปรับแต่งโปรแกรมการตลาดของพวกเขาให้กับผู้ค้าปลีกรายย่อย (Lamey, Deleersnyder., Steenkamp, & Dekimpe, 2020)

แม้ว่านักวิจัยหลายท่านใช้เวลาจำนวนมากที่จะกำหนดกรอบแนวคิดของความสามารถทางการตลาดและผลการดำเนินงานของความสามารถทางการตลาด แต่มีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาบทบาทของความสามารถทางการตลาดต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งกรอบแนวคิดเกี่ยวกับความสามารถทางการตลาด ก่อให้เกิดความสำเร็จทางผลิตภัณฑ์ทางการตลาด โดยเน้นความสามารถกลยุทธ์ทางการตลาดนำไปเชื่อมโยงกับตลาดที่มีศักยภาพที่ต้องการทรัพยากรทางเทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น การตลาดกับทรัพยากรทางเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดความได้เปรียบแก่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ความได้เปรียบของการสร้างความแตกต่างและต้นทุนที่เหมาะสม ในที่สุดนำไปสู่ผลการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ดีกว่า (Kim, Shin, & Min, 2016) นอกจากนี้มีการศึกษาพบว่า ความกำกวมและความขัดแย้งเกิดขึ้นในการเชื่อมโยงระหว่างการแนะนำนวัตกรรมที่รุนแรงและผลการดำเนินงานขององค์กร นวัตกรรมแบบก้าวกระโดดสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคและการเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ แต่พวกเขาก็เต็มไปด้วยความไม่แน่นอน เนื่องจากมีความต่อต้านของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมและค่าใช้จ่ายที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการค้า ขณะที่ความได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นตัวแปรคั่นกลางเชิงบวกกับความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีความรุนแรงกับผลการดำเนินงานขององค์กร ส่วนลูกค้าที่ไม่คุ้นเคยในธุรกิจจะเป็นตัวแปรคั่นกลางทางลบกับความสัมพันธ์นี้ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ที่มีความรุนแรงจะส่งผลกระทบต่อลูกค้าที่ไม่คุ้นเคยในธุรกิจการผลิตมากกว่าธุรกิจบริการ (Carmona-Lavado, Gopalakrishnan, & Zhang, 2019)

3) การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า หมายถึง การสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของกิจการ ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีจะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า โดยปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ขยายสายผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติ และความรู้จักในด้านที่ดีต่อตราสินค้า อันจะส่งผลให้เกิดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาด

แบรนด์หรือตราสินค้า (Brand) เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าหลักขององค์กร ทั้งนี้ จากทฤษฎี RBV ได้กล่าวว่าการสร้างแบรนด์แบบร่วมมือกันระหว่างคู่แข่งที่มีหุ้นส่วนบางส่วนหรือทั้งหมดของทรัพยากรแบรนด์ และ Co-branding เป็นการร่วมมือกันระหว่าง 2 แบรนด์ เพื่อโปรโมทแบรนด์ทั้งคู่ที่มีเป้าหมายร่วมกันของทรัพยากรที่มีตัวตน เช่น แบรนด์และฐานลูกค้า ซึ่งตรงข้ามกับ Hybrid Co-branding เป็นการร่วมมือของทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน เช่น แบรนด์เนม กับทรัพยากรที่มีตัวตน (ส่วนประกอบ เทคนิคหรือกระบวนการที่บูรณาการร่วมกันของผลิตภัณฑ์หรือทรัพยากร (Chiambaretto, Gur u, & Roy, 2016) นอกจากนี้กลยุทธ์การตั้งราคาเป็นการลดกำไร เพราะในระยะสั้น ๆ คู่แข่งสามารถเลียนแบบกลยุทธ์ราคาได้ง่าย ตรงกันข้ามกลยุทธ์การส่งเสริม

ตลาดที่ยากต่อการเลียนแบบ ดังนั้น กลยุทธ์การส่งเสริมตลาดช่วยเพิ่มกำไร ร้านค้าปลีกต้องการเพิ่มความสามารถในการเข้าใจความต้องการลูกค้า อุปสงค์ซ่อนเร้น การพัฒนากลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และการดำเนินงานอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันการพัฒนา IT ได้รับอนุญาตให้ร้านค้าปลีกไม่เพียงลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ยังลดต้นทุนเบื้องต้นของ IT ได้อีกด้วย (Morimuraa & Sakagawa, 2018)

ความหมายของแนวคิดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปได้ว่า การสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์และบริการด้วยกระบวนการผลิตใหม่ ๆ โดยมีออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่าง มีคุณภาพที่เหนือกว่า เพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่ง โดยการพัฒนาแนวคิดกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างจากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษากลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 1984 – ค.ศ. 2018 สามารถสรุปกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้ดังตารางที่ 2.2 และภาพที่ 2.2



ตารางที่ 2.2 มิติกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

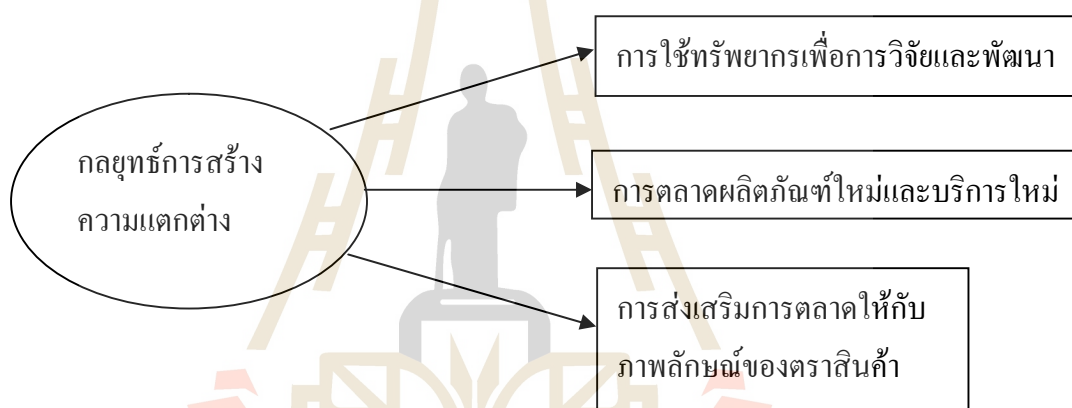
นักวิชาการ	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง																		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
Dess & Davis (1984)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												✓
Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓												✓
Porter (1980, 1985, 2003)									✓										✓
Aaker (1996)							✓												
Barney & Hesterly (2006)			✓			✓								✓	✓	✓			
Popadiuk & Choo (2007)				✓					✓								✓	✓	
Chiambaretto, Gur u, & Roy (2016)																		✓	
Elitoka, Karhanb & Türk (2016)																			✓
Lome, Heggeseh, & Moen (2016)																			✓
Mu, Thomas, Peng, & Di Benedetto (2017)								✓											
Semuel, Siagian & Octavia (2017)								✓	✓	✓	✓	✓	✓						
Schot & Steinmueller (2018)																			✓
Morimuraa & Sakagawa (2018)				✓															

ที่มา: Dess & Davis (1984); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004); Porter (1985); Aaker (1996); Barney & Hesterly (2006); Popadiuk & Choo (2007); Fred & Forest (2015); Chiambaretto, Gur u, & Roy (2016); Elitoka, Karhanb & Türk (2016); Lome, Heggeseh, & Moen (2016); Mu, Thomas, Peng, & Di Benedetto (2017); Semuel, Siagian & Octavia (2017); Schot & Steinmueller (2018); Morimuraa & Sakagawa (2018)

- A แทน ตำแหน่งของตราสินค้า (Brand positioning)
- B แทน นวัตกรรมด้านการตลาด (innovation in marketing)
- C แทน การควบคุมช่องทางการจัดจำหน่าย (control of distribution channels)
- D แทน การส่งเสริมด้านการตลาด/ แคมเปญการโฆษณา (advertising campaigns)
- E แทน การพัฒนาเทคโนโลยี (technological developments)
- F แทน การนำเสนอสินค้าและบริการด้วยคุณภาพสูง (offering of products/ services of high quality)
- G แทน การปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร (improving brand image and company reputation)
- H แทน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (New Product Development)
- I แทน การนำเสนอนวัตกรรมสินค้า/ การเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง (offering products / services are different)
- J แทน การเสนอบริการหลังการขายและการดูแลลูกค้า (offering of after sales service and customer support)
- K แทน การเสนอให้ตรงกับความต้องการ (offering of customized)
- L แทน การเสนอสินค้าและบริการในวงกว้าง (offering of products / services in a broad range)
- M แทน ความรวดเร็ว (quickly)
- N แทน เอกลักษณ์ของสินค้าและบริการ
- O แทน ต้นทุน
- P แทน ระบบที่พร้อมส่ง
- Q แทน การบริการที่เป็นเลิศ
- R แทน การพัฒนาตราสินค้าให้แข็งแกร่ง
- S แทน การวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D)

จากตารางที่ 2.2 การสรุปเปรียบเทียบมิติกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในทัศนะของนักวิชาการมีความสอดคล้องกันมากที่สุด พบว่า การนำเสนอนวัตกรรมสินค้า/การเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง ซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างจากทฤษฎีการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันตามแนวทางกลยุทธ์ทั่วไป (Generic strategy) มีแนวคิดพื้นฐานจาก Porter (1980) มีความเหมาะสมที่จะนำมาประยุกต์ใช้อย่างสอดคล้องกับบริบทให้สามารถแข่งขันได้ ทั้งนี้กลยุทธ์การ

สร้างความแตกต่างจัดหาความสามารถในการทำกำไรที่สูงขึ้น โดยการสร้างความจงรักภักดีในตราสินค้า ความอ่อนไหวของราคาต่ำ (Porter, 1985) และความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินกลยุทธ์ทางด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้เหนือคู่แข่งภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น (Porter, 2003) ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำแนวคิดในการวัดกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ที่มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Dess & Davis (1984); Porter (1980, 1985, 2003); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004) จาก 3 มิติ คือ 1) การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา 2) การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ และ 3) การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า



ภาพที่ 2.2 โมเดลการวัดกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง

ที่มา: Dess & Davis (1984); Porter (1980, 1985, 2003); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004)

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้

การจัดการความรู้ เป็นการรวบรวม จัดเรียงหรือสร้างองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสาร มาจัดให้เป็นระบบและสามารถนำไปพัฒนาในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ความรู้มี 2 ประเภท ดังนี้ คือ 1) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) เป็นความรู้ที่มีอยู่ในตัวของบุคคลที่ได้จากประสบการณ์ พรสวรรค์หรือสัญชาตญาณของแต่ละบุคคลในการทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ เป็นความรู้ที่ไม่สามารถถ่ายทอดออกมาเป็นคำพูดหรือลายลักษณ์อักษรได้โดยง่าย เช่น ทักษะในการทำงาน งานฝีมือ หรือการคิดเชิงวิเคราะห์ บางครั้งเรียกว่า เป็นความรู้แบบนามธรรม และ 2) ความรู้ที่ชัดเจน (Explicit Knowledge) เป็น

ความรู้ที่ได้จากทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ ที่รวบรวม ถ่ายทอดได้ โดยผ่านวิธีต่าง ๆ เช่น การบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษร ทฤษฎี คู่มือต่าง ๆ และบางครั้งเรียกว่า เป็นความรู้แบบรูปธรรม (ปรีชา คามาดี, จีราวรรณคงคล้าย และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวัน, 2560)

การจัดการความรู้จะต้องมี 3 องค์ประกอบหลัก ดังนี้ คือ 1) คน เป็นแหล่งความรู้ที่สำคัญที่สุด และคน คือ ผู้ที่จะนำความรู้ต่าง ๆ ไปใช้ในการพัฒนาองค์กร 2) เทคโนโลยี เป็นตัวช่วยการค้นหาและแลกเปลี่ยน ที่สำคัญ คือ สามารถจัดเก็บข้อมูล ทำให้คนสามารถที่จะนำความรู้ต่าง ๆ ไปใช้ในการพัฒนาองค์กรได้อย่างง่าย และรวดเร็วขึ้น และ 3) กระบวนการจัดการความรู้ คือ การบริหารจัดการในทุก ๆ ขั้นตอนของการจัดการองค์ความรู้ โดยในทุก ๆ ส่วนจะต้องมีความเชื่อมโยงกันอย่างสมดุลและมีประสิทธิภาพ ซึ่งการจัดการความรู้สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ใช่เพียงความได้เปรียบด้านการแข่งขันในระยะยาวเท่านั้น แต่เป็นวิธีการหนึ่งที่มีความได้เปรียบระยะสั้นในตลาด (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) โดยกระบวนการจัดการความรู้ขององค์กรต่าง ๆ นั้นสามารถแบ่งออกเป็นกระบวนการย่อย ๆ ประกอบด้วย 1) การกำหนดความรู้และแหล่งของความรู้ (Knowledge Identification) 2) การแสวงหาความรู้จากภายนอก (Knowledge Acquisition) 3) การพัฒนาหรือสร้างองค์ความรู้ใหม่ (Knowledge Creation) 4) การบูรณาการความรู้ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน (Knowledge Integration) 5) การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) และ 6) การจัดเก็บความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ (Knowledge Storage and Maintenance) เพื่อนำไปใช้ใหม่ในอนาคต และกระบวนการจัดการความรู้ขององค์กรที่มีประสิทธิภาพยังสามารถส่งผลต่อการพัฒนาผลการปฏิบัติงานขององค์กรได้ในสองระดับ คือ ผลการปฏิบัติงานระดับบุคคล (Individual Performance) และผลการปฏิบัติงานระดับองค์กร (Organizational Performance) ซึ่งผู้บริหารของหน่วยงานควรทำให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการจัดการความรู้ขององค์กรร่วมกัน ทั้งในระดับบุคคลและหน่วยงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน

กระบวนการจัดการความรู้เป็นส่วนหนึ่งของความสามารถในการบูรณาการความรู้ที่ตามมาควบคู่กับวัฒนธรรมการเรียนรู้ ซึ่งช่วยทำให้เกิดความรู้ฝังลึกภายในองค์กร ถ้าจะให้เกิดผลดีต่อองค์กร องค์กรต่าง ๆ ควรมีความสามารถในการบูรณาการความรู้เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการความรู้ให้รวมกันเป็นระบบ (Kim et al., 2012) การจัดการความรู้ที่ประสบความสำเร็จ ควรจัดให้มีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อความรู้ การมีโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคนิค โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร และการสนับสนุนของผู้บริหารระดับสูง ซึ่งกลยุทธ์การจัดการความรู้ที่เหมาะสมควรสอดคล้องกับความต้องการขององค์กรและสภาพแวดล้อม โดยสนับสนุนการจัดการความรู้ และการปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องกัน (อรรถไกร พันธุ์ศักดิ์, 2556) แนวคิดความสามารถในการบูรณาการความรู้ (Knowledge Integration Capability: KIC) ในการศึกษา

ครั้งนี้ได้นำเสนอสาระสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย ความหมายของความสามารถในการบูรณาการความรู้ การวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการบูรณาการความรู้ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.6.1 ความหมายของความสามารถในการบูรณาการความรู้

ความสามารถในการบูรณาการความรู้ เป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาความรู้ใหม่ การแสวงหา การแบ่งปัน ถ่ายโอน การบูรณาการความรู้ที่มีอยู่ภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างความรู้ใหม่ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน และประยุกต์ความรู้ รวมถึงการจัดการเทคโนโลยีที่มีอยู่ในองค์กร เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่องค์กร (Xiao-di, Song-zheng, Juanru, & Heng, 2008) ความสามารถในการบูรณาการความรู้ถูกกำหนดขึ้นจาก 2 กลไกหลัก คือ การปฏิบัติตามคำสั่ง และการทำงานประจำขององค์กร ทั้งนี้ ความสามารถในการบูรณาการความรู้เป็นกลไกการบูรณาการความรู้ที่อยู่ในองค์กร เป็นความสามารถหลักที่ช่วยให้ธุรกิจมีการดำเนินงานเชิงรุก (Grant, 1996) พนักงานแต่ละคนจะแบ่งปันความรู้ เพราะความกดดันจากผู้จัดการหรือหัวหน้างาน ซึ่งเป็นแรงจูงใจจากภายนอก หรืออาจเป็นเพราะพนักงานแลกเปลี่ยนความรู้เพื่อความคุ้มค่าต่อความสำเร็จของทีมงาน (Hirst, Knippenberg, & Zhou, 2009) ทีมงานสามารถพัฒนาความสามารถในการบูรณาการความรู้กับทรัพยากรของบุคคลให้มีผลการดำเนินงานที่สูงขึ้นและโดดเด่นในทรัพยากรที่แตกต่างกันนี้มีอิทธิพลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ (Gardner, Gino, & Staats, 2012) นอกจากนี้ งานวิจัยจากประเทศออสเตรเลียและประเทศสหรัฐอเมริกาสนับสนุนแนวคิดหลักที่กล่าวถึง ความรู้ใหม่ได้มาจากภายในและภายนอกองค์กรอาจจะไม่มีประสิทธิภาพพอจึงควรบูรณาการความรู้ที่มีอยู่ เพื่อก่อให้เกิดการแก้ปัญหาทางนวัตกรรมบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Salunke, 2018)

2.6.2 การวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้

ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ประกอบด้วย วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการกระบวนการจัดการความรู้ และความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.6.2.1 วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture: LC) เป็นค่านิยม ความเชื่อที่แสดงให้เห็นพฤติกรรมของคนแต่ละคนในองค์กรเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาความรู้ใหม่ โดยการกระตุ้นหรือสนับสนุนให้เกิดการร่วมมือกันทำงานเป็นทีมเพื่อมุ่งไปสู่นวัตกรรมขององค์กร โดยมีนักวิชาการให้ความหมาย ดังนี้

วัฒนธรรมการเรียนรู้ เป็นปฏิสัมพันธ์ของคนในสังคม หมายถึง คุณค่าของความรู้ ประเภทของความรู้ที่คงอยู่ในองค์กร หรือกิจกรรมด้านความรู้ที่เป็นที่ยอมรับในองค์กร

และเป็นค่านิยม คุณค่า ความเชื่อที่แสดงออกเป็นพฤติกรรมของบุคคลและองค์กร ที่มีกระบวนการของการพัฒนาความรู้ใหม่ ประกอบด้วย การเปิดใจ การไว้วางใจ การประสานงาน การช่วยกันปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร ด้วยการพัฒนาทุนมนุษย์ การอำนวยความสะดวกในกระบวนการการทำงานที่ปลูกฝังไปสู่การปฏิบัติ และวัฒนธรรมการเรียนรู้เป็นการส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานหรือทีมงานสามารถสร้างองค์กรแห่งนวัตกรรม (Putnam, 1993; Garvin, 1993; Gold et al., 2001, Lee & Choi, 2003; Škerlavaj, Štemberger, Škrinjar & Dimovski, 2007; Kim et al., 2012) นอกจากนั้น ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีอิทธิพลทางบวกต่อประโยชน์ของการเดินทาง โดยมีตัวแปรคั่นกลาง คือ วัฒนธรรมการเรียนรู้ เพราะวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่เข้มแข็งสามารถเป็นตัวเชื่อมโยงทางบวก อีกทางเลือกหนึ่ง คือ ประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์สามารถสร้างอิทธิพลทางอ้อมต่อประโยชน์ของการเดินทางผ่านภาพลักษณ์ตราสินค้า (Huang & Liu, 2020)

2.6.2.2 ความสามารถในการกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC) เป็นความสามารถขององค์กรในการสร้าง แบ่งปัน ถ่ายโอนและประยุกต์ใช้ความรู้ที่มีผลให้เกิดประโยชน์แก่องค์กร โดยมีนักวิชาการให้ความหมายต่าง ๆ ดังนี้

ความสามารถขององค์กรในกระบวนการจัดการความรู้ เป็นความสามารถขององค์กรในการกระบวนการจัดการความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวคนและความรู้ที่จัดเก็บ ด้วยกระบวนการคัดเลือกความรู้ที่มีคุณค่าต่อองค์กร เพื่อสร้างประสิทธิผลขององค์กรให้ผลการดำเนินงานที่ดี โดยมีกระบวนการจัดการความรู้ ดังนี้ 1) การสร้างความรู้ (Knowledge Creating) เป็นกระบวนการแทนที่ความรู้เดิมด้วยความรู้ใหม่หรือเป็นความสามารถที่สะสมของสมาชิก โดยการรวบรวม วิเคราะห์ การตีความ การปรับเปลี่ยนขั้นตอนกระบวนการจัดการความรู้ที่ก่อให้เกิดข้อได้เปรียบที่เหนือคู่แข่งที่อาจมาจากลูกค้า การจ้างผู้เชี่ยวชาญ การซื้อตัวจากบริษัทอื่น และอาจเป็นความสำเร็จจากการลงมือทดลอง (ความรู้จากประสบการณ์) การปรับปรุงกระบวนการทำงานและการสะท้อนสิ่งวิฤต 2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) คือ การที่กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งร่วมกัน มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยความสมัครใจ เพื่อร่วมสร้างความเข้าใจหรือพัฒนาแนวปฏิบัติในเรื่องนั้น ๆ 3) การถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer) เป็นการถ่ายทอดความรู้จากผู้รู้ไปยังผู้ที่ต้องการความรู้ หรือการ ได้มาซึ่งความรู้ของผู้ที่ต้องการความรู้ ซึ่งเป็นเหมือนการทำงานร่วมกันของคนในองค์กรที่ร่วมกันถ่ายทอดความรู้ของสมาชิก และ 4) การประยุกต์ใช้ความรู้ (Knowledge Application) เป็นการนำความรู้ที่จัดเก็บมา ทำให้เกิดความเชื่อมโยงความรู้ที่นำออกมาใช้กับประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคล ผลที่ได้คือ เกิดการเรียนรู้ขึ้นในตัวบุคคล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญและก่อประโยชน์ในระยะยาวกับองค์กร (Nelson & Winter, 1982; Brown & Duguid, 2001; Gold et al., 2001; Lee & Choi, 2003; Kim, Chaudhury, & Rao, 2002; Ryu et al., 2005)

ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและความสามารถในการจัดการความรู้มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งความสามารถในการจัดการความรู้ประกอบด้วย การจัดการความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการความรู้ด้านลูกค้า และการจัดการความสามารถในการจัดการความรู้ (Tamriverdi, 2005) ทั้งนี้ บรรยากาศในการทำงานมีความสำคัญต่อความสามารถในการ บูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศ และส่งผลต่อการทำงานเป็นทีม ซึ่งกระบวนการที่ทำให้ผลการดำเนินงานสำเร็จเกิดจากการสร้าง การแปลง และการแลกเปลี่ยนความรู้ ซึ่งมีอิทธิพลด้านบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งความรู้ที่สำคัญ ๆ ขององค์กรและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถปรับรูปแบบความรู้สู่การนำไปปฏิบัติ ซึ่งช่วยให้พนักงานสามารถแลกเปลี่ยนและบูรณาการความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Basagliaa, Caporarello, Magni, & Pennarolab, 2010) นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการจัดการความรู้และความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน เพื่อให้บรรลุความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน มหาวิทยาลัยเอกชนต้องสร้างความรู้ สะสมความรู้ แบ่งปันความรู้ และประยุกต์ใช้ความรู้ ด้วยการสนับสนุนให้ระบุหรือจำแนกประเภทความรู้และกำหนดเป้าหมายไปยังทุกส่วนขององค์กร (Mahdi, Nassar, & Almsafir, 2019)

2.6.2.3 ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Capability: ITC) เป็นความสามารถที่จะจัดการเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพภายใต้ความแตกต่างของระดับความรู้ ทักษะในกระบวนการดำเนินงานด้านธุรกิจแต่ละประเภท โดยมีความหมายสรุปได้ ดังนี้

ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เป็นความสามารถที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ เพื่อครอบคลุมชนิดและระดับความรู้ที่แตกต่างกัน โดยให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงความรู้และปัญหาที่เกิดขึ้น จึงช่วยอำนวยความสะดวกในกระบวนการเปลี่ยนองค์ความรู้สู่การปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพต่อการทำงานประจำหรือทำงานตามชุดคำสั่ง (Armour, 2001; Kim & Sanders, 2002; Basagliaa et al., 2010; Kim et al., 2012) ทั้งนี้ ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) และการลงทุนทางมนุษย์ สนับสนุนโดยตรงต่อการสร้างคุณค่าโดยรวมต่อผลการดำเนินงานของธนาคาร และมีผลต่อการสร้างคุณค่าต่อองค์กร ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กรควรใช้เป็นเครื่องมือในการบูรณาการเพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจแทนที่จะเป็นโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งจะช่วยในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ และผลของการศึกษาสนับสนุนแนวคิดมุมมองพื้นฐานทรัพยากรขององค์กร (Lim, 2007) องค์กรอาจจะเพิ่มความได้เปรียบอย่างยั่งยืนจากการใช้ประโยชน์จาก IT เพื่อพัฒนาความสามารถทางธุรกิจ ทำให้ยากต่อคู่แข่งที่จะลอกเลียนแบบ องค์กรที่มีความสามารถเป็นเลิศทาง

IT ทำให้เกิดค่าธรรมเนียมการตรวจสอบในระดับที่สูงขึ้น เนื่องมาจากขนาดลูกค้าที่เพิ่มขึ้น ค่าธรรมเนียมการตรวจสอบขององค์กรที่มีความสามารถทางเทคโนโลยีขั้นสูงจะเพิ่มขึ้นมากกว่า องค์กรที่ไม่มีความสามารถดังกล่าว (Hoffman, Sellers, & Skomra, 2018)

กล่าวโดยสรุป ความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญ และผู้ประกอบการแบบเข้มข้น (Entrepreneurial Intensity) มีอิทธิพลด้านบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ซึ่งความสามารถในการบูรณาการความรู้ประกอบด้วย 1) วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture) เช่น โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมงานประจำ ระบบการให้รางวัล และปรัชญาขององค์กร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบูรณาการความรู้ (Xiao-di et al. 2008) 2) ความสามารถในการกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC) องค์กรและทีมงานต้องพัฒนาพื้นฐานของการบูรณาการความรู้ให้เกิดขึ้น (Kim et al. 2002) และ 3) ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Capability) เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน และช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยการอำนวยความสะดวกให้ทีมงานมีปฏิสัมพันธ์ เพราะจะส่งผลย้อนกลับทำให้คนที่ทำงานร่วมกันสามารถส่งข้อมูลที่ตรงประเด็น และตรงกับเรื่องที่สนใจหรือตรงกับงานที่ทำ ซึ่งการเข้าใจบรรยากาศของทีมงานจะช่วยเพิ่มความสามารถในการบูรณาการความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Kim & Sanders, 2002; Kim et al., 2012)

การพัฒนาแนวคิดความสามารถในการบูรณาการความรู้จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาความสามารถในการบูรณาการความรู้และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 1993 – 2019 สามารถสรุปความสามารถในการบูรณาการความรู้ได้ ดังตารางที่ 2.3 และภาพที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 มิติความสามารถในการบูรณาการความรู้

นักวิชาการ	ความสามารถในการบูรณาการความรู้							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Garvin (1993)			✓		✓			
Putnam (1993)			✓		✓			
Grant (1996)							✓	
Brown & Duguid (2001)							✓	
Gold et al. (2001)					✓		✓	

ตารางที่ 2.3 มิติความสามารถในการบูรณาการความรู้ (ต่อ)

นักวิชาการ	ความสามารถในการบูรณาการความรู้							
	A	B	C	D	E	F	G	H
Armour (2001)						✓		
Kim et al. (2002)						✓	✓	
Kim & Sanders (2002)	✓							
Lee & Choi (2003)			✓		✓			
Nicholson & Sahay (2004)						✓		
Ryu et al. (2005)							✓	
Tanriverdi (2005)	✓	✓						
Lin (2007)						✓		
Škerlavaj et al. (2007)	✓							
Basaglia et al. (2010)						✓		
Kim et al. (2012)			✓	✓			✓	
Hoffman, Sellers, & Skomra (2018)						✓		
Salunke (2018)							✓	✓
Mahdi, Nassar, & Almsafir (2019)							✓	

ที่มา: Garvin (1993); Putnam (1993); Grant (1996); Brown & Duguid (2001); Gold et al. (2001); Armour (2001); Kim et al. (2002); Kim & Sanders (2002); Lee & Choi (2003); Nicholson & Sahay (2004); Ryu et al. (2004); Tanriverdi (2005); Škerlavaj et al. (2007); Lin (2007); Basaglia et al. (2010); Kim et al. (2012); Hoffman et al. (2018); Salunke (2018)

A แทน เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT)

B แทน ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Capability: KMC)

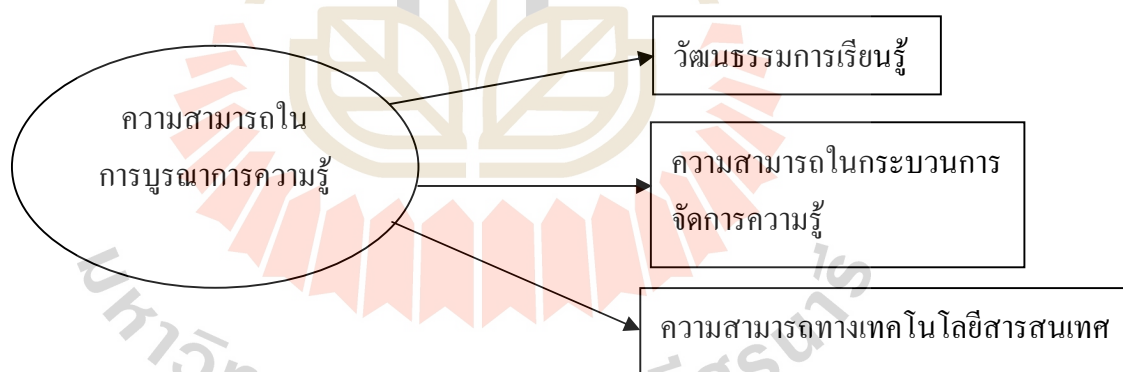
C แทน วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture: LC)

D แทน ความสามารถทางเทคโนโลยี (Technological Capability)/ความสามารถในการบูรณาการความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology knowledge integration capability)

E แทน บรรยากาศการทำงานเป็นทีม (Team Climate)

- F แทน ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Capability: ITC)
- G แทน ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC)
- H แทน ความสามารถในการเรียนรู้ (Learning Capability)

ตารางที่ 2.3 กระบวนการจัดการความรู้เป็นส่วนหนึ่งของความสามารถในการบูรณาการความรู้ที่ต้องมาควบคู่กับวัฒนธรรมการเรียนรู้ อีกทั้งความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ช่วยเพิ่มผลการดำเนินงานขององค์กร และความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศและความสามารถในการจัดการความรู้มีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร ในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำแนวคิดของ Garvin (1993); Grant (1996); Gold et al. (2001); Kim et al. (2002); Ryu et al. (2005); Kim et al. (2012) มาใช้ มี 3 มิติ คือ วัฒนธรรมการเรียนรู้ (Learning Culture: LC) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC) และความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Capability: ITC)



ภาพที่ 2.3 โมเดลการวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้

ที่มา: Garvin (1993); Grant (1996); Gold et al. (2001); Kim et al. (2002)

Ryu et al. (2005); Kim et al. (2012)

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นการมุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจ โดยปรารถนาที่จะริเริ่มผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ ๆ หรือ

กระบวนการใหม่ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาโอกาสในการแข่งขันด้านธุรกิจ การชนะคู่แข่งด้านธุรกิจ และยอมรับถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ความเป็นผู้ประกอบการขององค์กรมี 2 ประเภท คือ ผู้ประกอบการที่มีความสามารถที่จะสร้างโอกาสธุรกิจได้หลากหลาย และพวกอนุรักษ์นิยมที่ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ชอบนวัตกรรมใหม่ ๆ ซึ่งองค์กรสามารถเลือกผู้จัดการที่มีพฤติกรรมกล้าเสี่ยง ด้วยเป้าหมายที่เน้นนวัตกรรมและการส่งเสริมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ได้ (Covin et al. 2006) แนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 5 มิติ ดังนี้

2.7.1 ด้านความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) หมายถึง แนวคิดใหม่ที่แตกต่าง เพื่อสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ด้วยเทคโนโลยีหรือกระบวนการใหม่ (Lumpkin & Dess, 1996; Wiklund & Shepherd, 2005; Wang, 2008; Li et al. 2009; Wong & Laschinger, 2013; Muchiri, 2013; Wolff et al. 2015)

2.7.2 ด้านความกล้าเสี่ยง (Risk taking) หมายถึง การนำทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างโอกาสจากทรัพยากร เพื่อดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ หรือภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน (Lumpkin & Dess, 1996; Miller & Friesen, 1978; Hobfoll, 1989; Covin et al. 2006; Miller, 2007; Wang, 2008; Li et al. 2009; Wong & Laschinger, 2013; Wolff et al. 2015; กฤตกร จิรภานุเมศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และพนิดา แซ่มช้าง, 2554)

2.7.3 ด้านความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) หมายถึง ความปรารถนาที่จะป้องกันหรือตอบสนอง โดยใช้ข้อได้เปรียบในการแข่งขัน เพื่อให้ได้ผลที่ดีกว่าคู่แข่ง (Lumpkin & Dess, 1996; Wang, 2008; Li et al. 2009; Muchiri, 2013; กฤตกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554)

2.7.4 ด้านการดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) หมายถึง การดำเนินงานที่มุ่งสร้างโอกาสใหม่ ๆ ทางธุรกิจ ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้สามารถแข่งขันได้ (Lumpkin & Dess, 1996; Hughes & Morgan, 2007; Wang, 2008; Li et al. 2009; Wong & Laschinger, 2013; Muchiri, 2013; Wolff et al. 2015; กฤตกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554)

2.7.5 ด้านความเป็นอิสระ (Autonomy) หมายถึง การให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงานในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กร ให้สอดคล้องกับโอกาสทางการตลาด (Lumpkin & Dess, 1996; Li et al. 2009; Muchiri, 2013; กฤตกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554)

การวัดแนวคิดของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ สรุปได้ว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จะมีแนวคิดเกี่ยวกับการวัดที่คล้ายคลึงกัน คือ 1) ความสามารถทางนวัตกรรม คือ แนวคิดใหม่ที่แตกต่าง เพื่อสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ภายใต้เทคโนโลยีหรือกระบวนการใหม่ 2) ความกล้าเสี่ยง คือ การนำทรัพยากรที่มีอยู่มาสร้างโอกาสจากทรัพยากร เพื่อ

ดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ ๆ หรือภายใต้สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน

3) การดำเนินงานเชิงรุก คือ กระบวนการที่จะเข้าสู่ตลาดใหม่ที่เผชิญการแข่งขันโดยป้องกันหรือตอบสนอง เพื่อให้ผลที่ดีกว่าคู่แข่ง 4) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน คือ การดำเนินงานที่มุ่งเน้นความเสี่ยงสำหรับสร้างโอกาสใหม่ เพื่อช่วยแก้ปัญหาและการแข่งขันได้ และ 5) ความเป็นอิสระ คือ การให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงานในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กร ให้สอดคล้องกับโอกาสด้านการตลาด ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ คือ การมุ่งเน้นที่จะใช้ความรู้ ทักษะของบุคคลากรหรือทีมงาน โดยให้ความเป็นอิสระในการทำงาน เพื่อให้เกิดแนวคิดหรือกระบวนการใหม่ในการดำเนินธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สำหรับไปสร้างโอกาสด้านธุรกิจและมีโอกาสเหนือคู่แข่ง โดยผู้วิจัยวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใน 5 มิติ โดยมีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Lumpkin & Dess (1996) ; Li et al. (2009); Muchiri (2013) และ Zehir et al. (2015)

ตัวแปรของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินการเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ (Zehir et al., 2015) โดยตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และ ความเป็นอิสระล้วนมีนัยสำคัญด้านสถิติ ยกเว้นมิติด้านการดำเนินงานเชิงรุกเท่านั้นที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้กิจกรรมของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการมีนวัตกรรมขององค์กร (กฤษฎกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554) ในประเด็นของความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลด้านบวกต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ แต่ความกล้าเสี่ยงไม่มีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการรายย่อย (Josien, 2012) ซึ่งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานในระดับประเทศมีความแปรปรวนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Semrau, Ambos, & Kraus, 2016) ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมากจะดำเนินการดีกว่ากิจการที่ไม่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Hult, Snow & Kandemir, 2003) เมื่อนำการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไปใช้ในระดับบุคคล ในมิติความก้าวร้าวในการแข่งขัน ควรได้รับการปรับแนวคิด ทั้งการแข่งขันทันทุนรวมถึงความสามารถในการแข่งขันของแต่ละคนด้วย เพราะผลกระทบของทฤษฎีพิเศษของผู้ประกอบการ การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ความสามารถในการแข่งขัน และการประสบความสำเร็จยังเป็นเรื่องที่ได้แย้งและไม่สามารถหาข้อสรุปที่ชัดเจนได้ (Andre, 2013) อีกทั้งการเริ่มต้นเข้าสู่ตลาดในช่วงแรก ๆ นั้น ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการอาจยังไม่ประสบ

ความสำเร็จ เพราะความคิดริเริ่มใหม่ ๆ มักมีอุปสรรคทางการค้ากับคู่แข่ง ประกอบกับเกิดความกดดันของอุตสาหกรรม และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมการแข่งขันภายใต้ความกดดันของอุตสาหกรรมที่สูงขึ้น (Gao, Ge, Lang, & Xu, 2018)

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 1978 – ค.ศ. 2017 สามารถสรุปตัวแปรย่อยของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังตารางที่ 2.4 และภาพที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 มิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
Miller & Friesen (1978)		✓								
Hobfoll (1989)		✓								
Lumpkin & Dess (1996)	✓	✓	✓	✓	✓					
Wiklund & Shepherd (2005)	✓									
Covin, Green & Slevin (2006)	✓	✓	✓							
Hughes & Morgan (2007)				✓						
Miller (2007)		✓								
Naldi, Nordqvist, Sjoberg, & Wiklund (2007)	✓	✓		✓						
Wang (2008)	✓		✓	✓						
Andre (2013)			✓							
Wong & Laschinger (2013)	✓	✓		✓						
Zehir et al. (2015)	✓	✓	✓	✓	✓					
Wolff, Pett, & Ring (2015)	✓	✓		✓						
Cui et al. (2017)	✓	✓		✓		✓	✓			

ตารางที่ 2.4 มิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

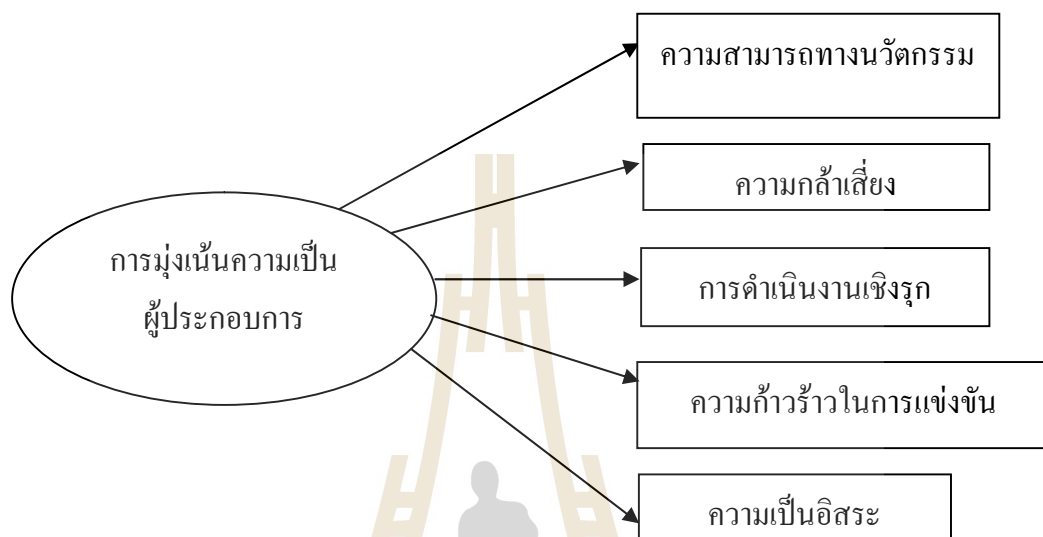
นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
กฤษกร จิรภานุเมศ, และคณะ (2554)		✓	✓	✓	✓					
ปรารธนา หลีกภัย (2557)	✓	✓	✓					✓	✓	✓

ที่มา: Miller & Friesen (1978); Hobfoll (1989); Lumpkin & Dess (1996); Wiklund & Shepherd (2005); Covin et al. (2006); Hughes & Morgan (2007); Lin (2007); Miller (2007); Naldi et al. (2007); Wang (2008); Li et al. (2009); Wong (2012); Andre (2013); Muchiri (2013); Wong & Laschinger (2013); Zehir et al. (2015); Wolff et al. (2015); Cui et al. (2017); กฤษกร จิรภานุเมศ และคณะ (2554); ปรารธนา หลีกภัย (2557)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน ความสามารถในการดูดซับความรู้ (Absorptive capacity)
- G แทน ความสามารถในการเชื่อมโยงกับเครือข่าย (Boundary-spanning)
- H แทน ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation)
- I แทน ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)
- J แทน ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)

จากตารางที่ 2.4 การสรุปเปรียบเทียบมิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ในทัศนะของนักวิชาการมีความสอดคล้องกันมากที่สุด พบว่า มี 5 มิติ คือ ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) และความเป็นอิสระ (Autonomy) ตามแนวคิดของ Lumpkin & Dess (1996), Li et al. (2009), Muchiri (2009) และ Zehir et al. (2015) ซึ่งสามารถแสดงมิติการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ดังนั้น จึงได้นำทั้ง 5 มิติดังกล่าวมาใช้

เป็นตัวแปรความมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการในงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย



ภาพที่ 2.4 โมเดลการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ที่มา: Lumpkin & Dess (1996) ; Li et al. (2009); Muchiri (2013); Zehir et al. (2015)

2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรตามแนวคิด TBL และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรตามแนวคิด BSC โดยมีรายละเอียด ดังนี้

2.8.1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนตามแนวคิด TBL

การตรวจสอบว่า ธุรกิจมีความยั่งยืนหรือไม่ สามารถตรวจสอบได้จากเศรษฐกิจ การจัดการผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จึงควรให้คำจำกัดความของการขับเคลื่อน ธุรกิจด้วยกำไรหรือกลยุทธ์ขององค์กรที่ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมที่เป็น เหตุจากการดำเนินกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองขององค์กร (Salzmann et al. 2005) ซึ่งผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm performance) มี 2 ประเภท คือ 1) ผลการดำเนินงานทางการเงิน (Accounting-based performance/financial performance) และชื่อเสียงขององค์กร (Corporate reputation) (Lee & Roh, 2012) นอกจากนี้ Goyal, Rahman, & Kazmi (2013) อธิบายว่า ผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm performance) มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

โดยผลการดำเนินงานขององค์กร มี 2 ประเภท คือ 1) ผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงิน (Financial performance) และ 2) ผลการดำเนินงานที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน (Non-financial performance) ได้แก่ ผลการดำเนินงานด้านการตลาด (Marketing performance) ผลการดำเนินงานด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human resource performance) และผลการดำเนินงานด้านการปฏิบัติการ (Operational performance) ส่วนผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (Corporate Sustainability) ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ด้านสังคม (Social) ด้านเศรษฐกิจ (Economic) อีกทั้ง Divito & Bohnsack (2017) ได้ทดสอบการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความยั่งยืน โดยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการประกอบด้วยตัวแปรที่หลากหลาย ได้แก่ ความสามารถทางนวัตกรรม การดำเนินงานเชิงรุก ความกล้าเสี่ยง และการมุ่งเน้นอนาคต และมีผลการค้าขายที่ยั่งยืนในการตัดสินใจประกอบด้วย ตัวแปรเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินการตามแนวปฏิบัติอย่างยั่งยืน และแนวปฏิบัติทางสังคมในสถานที่ทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า EO มีบทบาทในการส่งเสริมผลการปฏิบัติงานทางอ้อมโดยสามารถเพิ่มการดำเนินงานด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Courrent, Chasse, & Omrin, 2018) อีกทั้งมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และการปฏิบัติที่นำไปสู่ความยั่งยืนมีอิทธิพลทางบวกต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีตัวแปรคั่นกลาง ได้แก่ ชื่อเสียงขององค์กร ความพึงพอใจของลูกค้า และความผูกพันขององค์กร และพบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นตัวแปรคั่นกลางชั้นที่สองที่มีส่วนช่วยเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (Cantele & Zardini, 2018) สภาพแวดล้อมที่ผันผวนอาจมีผลทางบวกและผลทางลบต่อผลการดำเนินงานขององค์กร จากการส่งเสริมให้องค์กรมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น หรือผลทางลบในการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่เหนือกว่า ทั้งนี้ นโยบายขององค์กรควรสนับสนุนให้ SMEs เน้นการวิจัยและพัฒนา ท่ามกลางความผันผวนของสิ่งแวดล้อม และความท้าทายสำหรับผู้จัดการเรื่องความสามารถขององค์กรที่สร้างคุณค่าในทรัพยากรและความพอใจของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีผลการดำเนินงานที่ดี (Pratono & Mahmood, 2016)

กรอบการบูรณาการของผลการดำเนินงานขององค์กรและปัจจัยที่มีอิทธิพล ต้องอาศัยมุมมองพื้นฐานทรัพยากรโดยรวมกับทฤษฎีของ Porter ซึ่งกรอบแนวคิดนั้นได้จำแนกปัจจัยที่ขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของ SMEs และข้อมูลผลการดำเนินงานแบบองค์รวมของอุตสาหกรรมที่มีแรงงานที่มีฝีมือ (Rahman & Ramli, 2014) เช่น ตัวแปรคั่นกลางการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในการยืดหยุ่นการทำธุรกิจและต้นทุน และส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กร ถ้าหากการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ขาดประสิทธิภาพ

ก็อาจจะไม่เกิดประโยชน์ต่อผลการดำเนินงานขององค์กร เช่น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Orientation: EO) อยู่ในตำแหน่งที่เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์เพื่อฝึกฝนและให้การศึกษา กล่าวได้ว่า EO อาจเป็นกลไกในการขับเคลื่อนความสามารถในการผลิตเชื่อมโยงกับความต้องการของตลาด (Chavez, Yu, Jacobs, & Feng, 2017) นอกจากนี้ Wagner (2010) อธิบายว่า การมุ่งเน้นการโฆษณา เป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ซึ่งในการวิจัยพัฒนาความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับขนาดขององค์กร โดยไม่มีตัวแปรกำกับที่มีความสัมพันธ์ระหว่างความยั่งยืนขององค์กรและผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ในการวิเคราะห์ความอ่อนไหวได้แยกตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทางสังคมและผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมออก ซึ่งมีอิทธิพลทางตรงและเป็นตัวแปรกำกับที่มีอิทธิพลสมบูรณ์ต่อผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้แนวปฏิบัติห่วงโซ่อุปทานที่สำเร็จได้เกิดจากผลการดำเนินงานทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้จัดการห่วงโซ่อุปทานรับรู้ว่าประโยชน์หลัก ๆ เกี่ยวข้องกับการสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติของผู้ซื้อ (Awan et al., 2017)

2.8.2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนตามแนวคิด BSC

ผลการดำเนินงานขององค์กรเป็นแนวคิดที่มีหลายมิติได้แบ่งตัวชี้วัด ได้แก่ การผลิต การเงิน หรือการตลาด หรือเกี่ยวกับการเติบโตและผลกำไร (Atalaya, Anafarta, & Sarvanc, 2013) ซึ่ง Wolff et al. (2015) ได้พัฒนารอบแนวคิดเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นการเรียนรู้ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร และผลการดำเนินงานขององค์กรในอุตสาหกรรมบริการและการผลิต ซึ่งพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเชิงกลยุทธ์นั้น นับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันที่มีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง องค์กรทั้งหลายต่างทุ่มเทความพยายามอย่างมากกับการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรตนเอง รวมถึงการกำหนดดัชนีชี้วัดคุณภาพขององค์กรเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กร โดยใช้ Balanced Scorecard (กัลยรัตน์ วีระชนชัยกุล, 2554) นอกจากนี้ Nikolaou & Tsalis (2013) ได้นำทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดของการวัดผลการดำเนินงานคุณภาพยั่งยืน (Sustainable Balanced Scorecard: SBSC) ไปใช้ในตัวชี้วัดของ Global Reporting Initiative (GRI) จากการศึกษาของ Ivanov & Avasilc i (2014) ได้ศึกษาจำแนกตัวชี้วัดหลักภายในองค์กร เพื่อที่จะใช้วัดกระบวนการทางนวัตกรรม พบว่า การวิเคราะห์กรอบแนวคิดได้นำตัวชี้วัดผลการดำเนินงานขององค์กร ได้แก่ 1) ด้านลูกค้า ประกอบด้วย 4 ประเภท คือ เวลา คุณภาพ ผลการดำเนินงาน และการบริการ 2) ด้าน

กระบวนการภายในธุรกิจ โดยเน้นทุกกิจกรรมและกระบวนการหลักที่องค์กรคาดหวังคุณค่าที่มอบให้แก่ลูกค้า 3) ด้านการเงิน เป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจควรรู้ว่าเงินที่ลงทุนกลายเป็นกำไรหรืออย่างไร และ 4) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต องค์กรควรเรียนรู้ว่า พนักงานมีความสำคัญในการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ ดังนั้น ความต้องการความรู้ ทักษะ และความสามารถของพนักงานมีความสำคัญ โดยเฉพาะเทคโนโลยี และกระบวนการใหม่ ๆ ที่จะนำมาใช้ในตลาด

การศึกษาของ Montoya, Martins, Velásquez, & Ceballos (2017) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเป็นผู้ประกอบการเพิ่มขึ้น โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (0.675) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ ($p < 0.1$) จึงกล่าวได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้สูงสุด ซึ่งกิจกรรมของการเป็นผู้ประกอบการ มีผลกระทบต่อนวัตกรรมขององค์กร ดังนั้น สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง บริษัทต้องการการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคลหรือระดับกลุ่ม เพื่อที่จะสร้างหรือคิดค้นสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ บริการ ภาพลักษณ์และกระบวนการที่แตกต่าง ซึ่งยากต่อการเลียนแบบจากคู่แข่ง (Ireland & Webb, 2007) การนำนวัตกรรมไปใช้ให้เร็วขึ้นนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศ จากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ทำหายในมุมมองแบบเก่า พบว่า การเพิ่มขึ้นของนวัตกรรม นวัตกรรมที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ซึ่งการดำเนินการเชิงรุกจะมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างรวดเร็ว ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบภายในเกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรมของกิจการใหม่ต่อความสัมพันธ์ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานจำนวนไม่มาก อีกทั้งไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับผลของความเร็วด้านนวัตกรรมมีความสัมพันธ์กับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานหรือไม่ และไม่มีการศึกษาความเป็นอิสระและความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Shan et al. 2016)

นอกจากนั้น การศึกษาแบบจำลองโครงสร้างเชิงเส้นที่ใช้ในการศึกษาวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กร (INNO) มากที่สุด คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) ซึ่งเป็นอิทธิพลทางตรงเพียงอย่างเดียวและมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.25 ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อปัจจัยผลการดำเนินงานขององค์กร (PERF) มากที่สุด คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของผู้บริหาร (EO) มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลรวม เท่ากับ 0.77 เป็นอิทธิพลทางตรง เท่ากับ 0.68 และอิทธิพลทางอ้อมเท่ากับ 0.09 ซึ่งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการใช้ในการอธิบายความสามารถของผู้บริหาร เนื่องจากความสามารถของผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรม ด้วยผู้ประกอบการสามารถนำความคิดใหม่ ๆ มาสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์

เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ สามารถบริหารความเสี่ยง เพื่อผลการดำเนินงานที่ดีขององค์กร (กฤตกร จิรภานุเมศ และคณะ, 2554)

สรุปได้ว่า องค์กรธุรกิจที่มีการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่คิดค้นสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ มีการดำเนินงานเชิงรุกจะมีผลต่อการพัฒนานวัตกรรมอย่างรวดเร็ว ซึ่งความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร อีกทั้งการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 2005 – ค.ศ. 2018 สามารถสรุปการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ได้ดังตารางที่ 2.5 และภาพที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 มิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
Salzmann et al. (2005)	✓	✓				✓						✓	✓	
Ireland & Webb (2007)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓			
Salzmann et al. (2005)	✓	✓				✓						✓	✓	
Ireland & Webb (2007)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓			
Sebhatu (2008)						✓						✓	✓	✓
Wagner (2010)												✓	✓	
Lee & Roh (2012)								✓						

ตารางที่ 2.5 มิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ
องค์กร (ต่อ)

นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ					ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร									
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	
Atalaya, Anafarta, & Sarvanc (2013)	✓	✓	✓	✓	✓			✓							
Goyal et al. (2013)	✓									✓	✓	✓	✓	✓	
Nikolaou & Tsalis (2013)	✓							✓	✓	✓	✓				
Ivanov & Avasilic (2014)	✓							✓	✓	✓	✓				
Pratono & Mahmood (2015)	✓	✓		✓				✓							
Shan, Song, & Jua (2016)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓				
Awan et al. (2017)		✓					✓					✓	✓	✓	
DiVito & Bohnsack (2017)	✓	✓	✓	✓	✓							✓	✓	✓	
Montoya et al. (2017)	✓	✓	✓	✓	✓				✓						
Cantele & Zardini (2018)	✓											✓	✓	✓	
กฤตกร จิรภาณุ เมศ และคณะ (2554)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓							

ตารางที่ 2.5 มิติการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ
องค์กร (ต่อ)

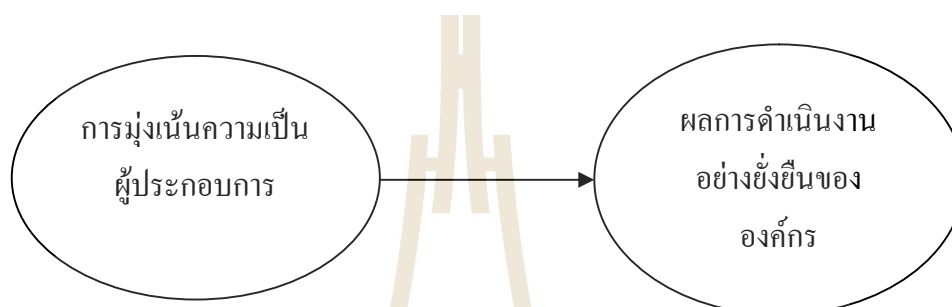
นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ					ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร								
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
กัลยารัตน์ ธีระชน ชัยกุล (2554)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓			

ที่มา: Salzmann et al. (2005); Ireland & Webb (2007); Sebhatu (2008); Wagner (2010); Lee & Roh (2012); Atalaya et al. (2013); Nikolaou & Tsalis (2013); Josien (2012); Goyal et al. (2013); Ivanov & Avasile i (2014); Pratono & Mahmood (2015); Shan et al. (2016); Awan et al. (2017); DiVito & Bohnsack (2017); Montoya et al. (2017); Cantele & Zardini (2018); กัลยารัตน์ ธีระชนชัยกุล (2554); กฤษกร จิรภานุเมศ และคณะ (2554)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน ยอดขาย (Sales)
- G แทน การเติบโตด้านยอดขาย (Sales Growth)
- H แทน มุมมองด้านการเงิน
- I แทน มุมมองด้านลูกค้า
- J แทน มุมมองด้านกระบวนการภายในธุรกิจ
- K แทน มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต
- L แทน ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (Environment)
- M แทน ผลการดำเนินงานทางสังคม (Social)
- N แทน ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Economic)

จากตารางที่ 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง
ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และผลการ

ดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ ผลการดำเนินงานขององค์กรมีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ซึ่งงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานขององค์กรที่ไม่เกี่ยวข้องกับทางการเงิน แสดงดังภาพที่ 2.5 และสมมติฐานที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 2.5 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

ที่มา: Ireland & Webb (2007); Sebhatu (2008); Shan et al. (2016); Awan et al. (2017); DiVito & Bohnsack (2017); Cantele & Zardini (2018)

H₁: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและผลการดำเนินงานทางนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานขององค์กร อีกทั้งผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรส่งผ่านตัวอื่นมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและผลการดำเนินงานทางนวัตกรรม (Zehir et al., 2015) โดย Pérez-Luño, Wiklund, & Cabrera (2011) พบว่าร้อยละ 54 นวัตกรรมขององค์กรอื่นมาใช้ ร้อยละ 7 สร้างนวัตกรรมภายในองค์กร และร้อยละ 39 เป็นการผสมผสานของ 2 อย่าง นอกจากนั้น การดำเนินการเชิงรุกและความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลต่อจำนวนนวัตกรรมที่สร้างขึ้นและขยายขอบเขตให้กับองค์กรที่ชอบการสร้างมากกว่าการนำไปใช้ ขณะที่ภาวะผู้นำมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของโรงแรมและมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมโดยผ่านนวัตกรรมและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ขณะที่ภาวะผู้นำไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง แต่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อนวัตกรรม (Semuel et al. 2017)

นอกจากนั้น ความเป็นเจ้าของธุรกิจครอบครัวมีอิทธิพลทางบวกต่อการพัฒนาภาพลักษณ์ของธุรกิจครอบครัว ยิ่งความคาดหวังของธุรกิจครอบครัวสูง จะส่งเสริมภาพลักษณ์ของธุรกิจครอบครัวและความกล้าเสี่ยง ในทางกลับกันความกล้าเสี่ยงและภาพลักษณ์ของธุรกิจครอบครัวก็ส่งเสริมผลการดำเนินงานขององค์กร (Memili, Eddleston, Kellermanns, Zellweger, & Barnett, 2010) ขณะที่การมุ่งเน้นการตลาดและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อจัดการกับเครือข่ายและผู้จัดการโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (Mu, Thomas, Peng, & Di Benedetto, 2017) และช่องด้านการจัดจำหน่ายทางตรงต่อผู้บริโภคมีอิทธิพลทางบวกต่อกำไรขั้นต้นและอัตรากำไรสุทธิของไวน์ ส่วนห่วงโซ่อุปทานเป็นช่องทางในการระบายของุ่นซึ่งมีอิทธิพลทางบวกต่อกำไรขั้นต้น (Newton, Gilinsky, & Jordan, 2015)

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 2010 – ค.ศ. 2018 สามารถสรุปการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้ดังตารางที่ 2.6 และภาพที่ 2.6

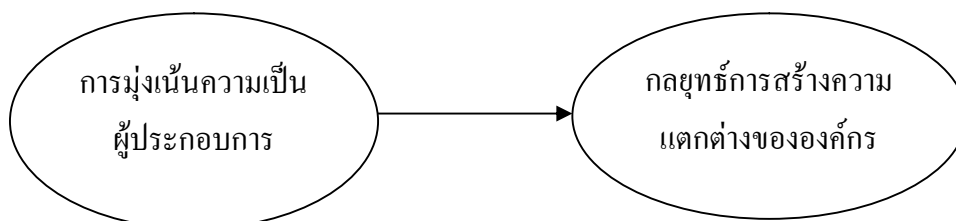
ตารางที่ 2.6 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง					
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
Memili et al. (2010)		✓						✓			
Pérez-Luño et al. (2011)		✓		✓						✓	
Newton et al. (2015)	✓	✓	✓	✓	✓	✓					
Zehir et al. (2015)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Mu et al. (2017)	✓	✓		✓				✓			✓
Semuel et al. (2017)	✓	✓	✓	✓	✓		✓			✓	
Gao et al. (2018)				✓							

ที่มา: Memili et al. (2010); Pérez-Luño et al. (2011); Newton et al. (2015); Zehir et al. (2015); Mu et al. (2017); Semuel et al. (2017); Gao et al. (2018)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน การควบคุมช่องทางการจัดจำหน่าย (control of distribution channels)
- G แทน การนำเสนอสินค้าและบริการด้วยคุณภาพสูง (offering of products / services of high quality)
- H แทน การปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร (improving brand image and company reputation)
- I แทน การพัฒนาตราสินค้าให้แข็งแกร่ง
- J แทน การนำเสนอนวัตกรรมสินค้า/การเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง (offering products/services are different)
- K แทน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (New Product Development: NPD)

จากตารางที่ 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง แสดงว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 5 มิติ คือ ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness) ความเป็นอิสระ (Autonomy) มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ได้แก่ ด้านการควบคุมช่องทางการจัดจำหน่าย (control of distribution channels) และการนำเสนอสินค้าและบริการด้วยคุณภาพสูง (offering of products / services of high quality) การปรับปรุงภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กร (improving brand image and company reputation) การพัฒนาตราสินค้าให้แข็งแกร่ง การนำเสนอนวัตกรรมสินค้า/ การเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง (offering products / services are different) ซึ่งงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ดังภาพที่ 2.6 และสมมติฐานที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2.6 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ที่มา: Memili et al. (2010); Pérez-Luño et al. (2011); Zehir et al. (2015); Mu et al. (2017); Samuel et al. (2017)

H₂: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

2.10 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

ความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC) ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT infrastructure) ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศด้านมนุษย์ (Human IT Resources) (Wang, Wang, & Liang, 2014) ขณะที่ Bharadwaj (2000) พบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ (KMPC) กับผลการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ (KMPC) ประกอบด้วย โครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT infrastructure) ทรัพยากรเทคโนโลยีสารสนเทศด้านมนุษย์ (Human IT Resources) ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT-enabled intangibles) และผลการดำเนินงานขององค์กร (Firm performance) ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางด้านบัญชี (accounting-based performance/financial performance) ได้แก่ ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ความเสี่ยง (Risk) ยอดขาย (Sales) การเติบโต (growth) และจำนวนของบริษัท (Number of firms) อีกทั้ง Salunke (2018) พบว่า ตัววัดของตัวแปรผู้ประกอบการบริการ ประกอบด้วย ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก และการปรับตัว ส่วนตัววัดของตัวแปรความสามารถในการบูรณาการความรู้ ประกอบด้วย ความสามารถในการเรียนรู้ และความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ ได้แก่ การบูรณาการความรู้ และการได้มาซึ่งความรู้ โดยพบว่า ความรู้สามารถทำให้สมบรูณ์ขึ้นด้วยความสามารถในการบูรณาการความรู้ (KIC) ซึ่งธุรกิจบริการที่เน้นโครงการในการดำเนินงานไม่เพียงแต่ทดสอบ

ความซับซ้อนของกระบวนการจัดการความรู้ในกระบวนการนวัตกรรมบริการ แต่ยังมีหลักฐานสนับสนุนความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมบริการสามารถเกิดความยั่งยืนได้

ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดกลางควรมีการสะสมทุนทางสังคมซึ่งจะนำไปสู่การช่วยเพิ่มการจัดการความรู้ นอกจากนี้การมีเครือข่ายขนาดกลางและขนาดเล็กมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการได้รับการตรวจสอบคุณค่าทุนทางสังคมเพิ่มเติม ซึ่งทุนทางสังคมและการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นตัวแปรที่ส่งผลทางอ้อมต่อการจัดการความรู้ (Liu & Lee, 2015) ซึ่งการแสวงหาความรู้เป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างการพึ่งพาเครือข่ายและการรับรู้โอกาส นอกจากนี้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างการแสวงหาความรู้และการรับรู้โอกาส โดยภาพรวมแล้วการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละบุคคลรับรู้โอกาสมากกว่าเมื่อสะสมความรู้ทางธุรกิจไว้เพียงพอและสรุปได้ว่า การรับรู้โอกาสอาจจะประสบความสำเร็จได้มากขึ้นผ่านกระบวนการเครือข่ายที่ซับซ้อน การแสวงหาความรู้ และการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (Song, Min, Lee, & Seo, 2017) ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้ความรู้เป็นมิติที่สำคัญที่สุดเพราะสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานในการจัดจ้างคนภายนอก นอกจากนี้ กระบวนการจัดการความรู้ทุกกระบวนการมีความสำคัญอย่างมากต่อผลการดำเนินงาน (Shiaw-Tong et al., 2016)

การปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดนวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการจัดการความรู้ หากองค์กรขาดการปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์แล้ว นวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการจัดการความรู้ย่อมไม่อาจเกิดขึ้น ดังนั้น การปฏิบัติงานทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่ง แสดงให้เห็นว่า นวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร (ปรีชา คามาดี และคณะ, 2560)

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ และงานวิจัยเชิงประจักษ์ ระหว่างปี ค.ศ. 2000 – ค.ศ. 2018 สามารถสรุปการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ได้ ดังตารางที่ 2.7 และภาพที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

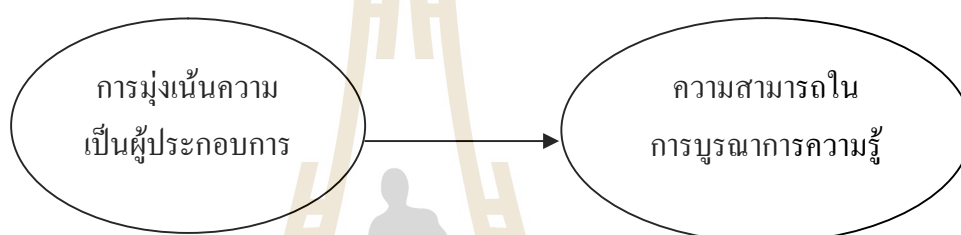
นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ						ความสามารถในการบูรณาการความรู้		
	A	B	C	D	E	F	G	H	I
Bharadwaj (2000)	✓	✓	✓	✓	✓			✓	✓
Wang, Wang, & Liang (2014)								✓	✓
Liu & Lee (2015)	✓	✓		✓			✓		✓
Shiaw-Tong et al. (2016)	✓	✓	✓	✓	✓				✓
Song, Min, Lee, & Seo (2017)	✓	✓		✓					✓
Salunke (2018)	✓	✓		✓		✓			✓
ปรีชา คามาดี และคณะ (2560)	✓	✓	✓	✓	✓				✓

ที่มา: Bharadwaj (2000); Wang et al. (2014); Liu & Lee (2015); Shiaw-Tong et al. (2016); Song et al. (2017); Salunke (2018); ปรีชา คามาดี และคณะ (2560)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน การปรับตัว (Adaptiveness)
- G แทน วัฒนธรรมการเรียนรู้ (learning culture)
- H แทน ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT capability)
- I แทน ความสามารถในการบูรณาการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC)

ตารางที่ 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถในการบูรณาการความรู้ แสดงว่าการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 5 มิติ คือ ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness) ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) การดำเนินงานเชิงรุก

(Proactiveness) ความเป็นอิสระ (Autonomy) มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการบูรณาการความรู้ ได้แก่ ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT capability) ความสามารถในการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process Capability: KMPC) ซึ่งงานวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและความสามารถในการบูรณาการความรู้ ดังภาพที่ 2.7 และสมมติฐานที่ 3 ดังนี้



ภาพที่ 2.7 ความสัมพันธ์การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

ที่มา: Bharadwaj (2000); Liu & Lee (2015); Shiao-Tong et al. (2016); Song et al. (2017); Salunke (2018); ปรีชา คามาดี และคณะ (2560)

H₃: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

2.11 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ผ่านกลยุทธการสร้างแตกต่าง

การพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม เพื่อบรรลุความต้องการในปัจจุบัน ความก้าวหน้าของการพัฒนาอย่างยั่งยืนดำเนินไปอย่างช้า ๆ ดังนั้นความต้องการคำแนะนำที่เป็นรูปธรรมเพิ่มขึ้น เพื่อธุรกิจได้ดำเนินกลยุทธ์และประสบความสำเร็จในเส้นทางที่ยั่งยืน ซึ่งทฤษฎีต่าง ๆ ได้เชื่อมโยงจากมุมมองความยั่งยืนกับกิจกรรมและกลยุทธ์ขององค์กร ประกอบด้วย กระบวนการเชิงกลยุทธ์ เนื้อหาเชิงกลยุทธ์ และบริบทเชิงกลยุทธ์ (Baumgartner & Rauter, 2017)

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกลยุทธ์ ส่วนใหญ่ศึกษาองค์ประกอบของกลยุทธ์ระดับองค์กร เช่น การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างความแตกต่าง ผลการศึกษาพบว่า การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างความแตกต่างเป็นองค์ประกอบหลักของผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศในระยะยาว อย่างไรก็ตามการศึกษาส่วนใหญ่เน้นศึกษาธุรกิจที่มีขนาดใหญ่และธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ งานวิจัยส่วนน้อยที่ศึกษาอิทธิพลของการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างความแตกต่างที่มีต่อผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องทางการเงินของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการระดับองค์กรและการสร้างความแตกต่างมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Kaya, 2015) ซึ่งกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นกลยุทธ์ที่ไม่สามารถรับประกันความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์พื้นฐานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือผลิตภัณฑ์ที่มีการลอกเลียนแบบโดยคู่แข่ง ดังนั้น ความสำเร็จของการสร้างความแตกต่าง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ยืดหยุ่น ต้นทุนที่เหมาะสม ปรับปรุงการบริการ ลดการดูแลรักษาหรือซ่อมบำรุง มีช่องทางจัดจำหน่ายจำนวนมาก และมีให้เลือกหลากหลาย องค์กรส่วนใหญ่ต้องการให้มีกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง โดยสามารถร่วมมือกันระหว่างฝ่ายการวิจัยและ โฆษณาและฝ่ายการตลาด และมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากกว่า เพื่อดึงดูดนักวิทยาศาสตร์และคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Fred & Forest, 2015) ทั้งนี้ การวิจัยและพัฒนาที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร อย่างไรก็ตาม ความรู้ที่มีอิทธิพลต่อกิจกรรม R&D ที่มุ่งเน้นการเติบโตในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ จึงเป็นข้อจำกัดต่อผู้บริหาร (Lome, Heggeseth, & Moen, 2016) ทั้งนี้ ตัวแปรกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง สามารถวัดจากผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ความรวดเร็ว การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการในวงกว้าง การเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การเสนอบริการหลังการขาย (Semuel et al. 2017)

การมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรโดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและผลการดำเนินงานทางนวัตกรรม และพบว่าการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางนวัตกรรม โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Zehir et al., 2015) นอกจากนี้กลยุทธ์ความยั่งยืนเชิงรุกมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยผ่านระบบการควบคุมความยั่งยืน ซึ่งกลยุทธ์ความยั่งยืนเชิงรุก ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านสิ่งแวดล้อมและกลยุทธ์ด้านสังคมเป็นตัวแปรคั่นกลางที่มีอิทธิพลบางส่วน ขณะที่กลยุทธ์ด้านเศรษฐกิจไม่เป็นตัวแปรคั่นกลาง (Wijethilake, 2017) นอกจากนี้ ภายใต้อุตสาหกรรมที่มีความกดดันต่ำกว่านั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานเชิงรุกและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการมีทิศทางบวก ผลของกลยุทธ์ระดับ

ปานกลาง และกลยุทธ์การแข่งขันก็มีทิศทางบวกเช่นกัน อย่างไรก็ตามภายใต้อุตสาหกรรมที่มีระดับความกดดันที่สูงกว่าจะมีความสัมพันธ์ระหว่างการดำเนินงานเชิงรุกและผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งมีทิศทางของความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เส้นตรง ทั้งนี้ ผลของตัวแปรแทรกกลางและกลยุทธ์การแข่งขันมีทิศทางของความสัมพันธ์ในทางลบ (Gao et al. 2018)

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษามุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และงานวิจัยเชิงประจักษ์ระหว่างปี ค.ศ. 1984 - ค.ศ. 2018 สามารถสรุปกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างได้ดังตารางที่ 2.8 และภาพที่ 2.8



ตารางที่ 2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์
การสร้างความแตกต่าง

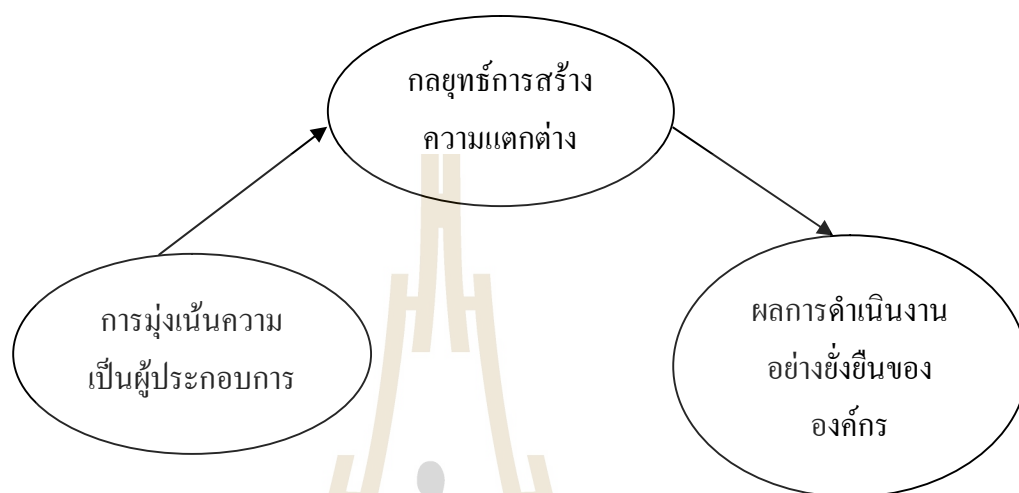
นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ					กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง						ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร										
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	
Dess & Davis (1984)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓									
Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓						✓									
Zehir et al. (2015)	✓	✓	✓	✓	✓							✓	✓	✓								
Fred & Forest (2015)		✓		✓				✓					✓	✓								
Lome et al. (2016)									✓							✓						
Semuel et al. (2017)	✓	✓		✓			✓						✓									
Wijethilake (2017)				✓						✓	✓								✓	✓	✓	
Gao et al. (2018)				✓				✓					✓	✓	✓							

ที่มา: Dess & Davis (1984); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004); Zehir et al. (2015); Fred & Forest (2015); Lome et al. (2016); Semuel et al. (2017); Wijethilake (2017); Gao et al. (2018)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน นวัตกรรมด้านการตลาด (innovation in marketing)
- G แทน การส่งเสริมด้านการตลาด/แคมเปญโฆษณา (advertising campaigns)
- H แทน การนำเสนอนวัตกรรมสินค้า/การเสนอสินค้าและบริการที่แตกต่าง (offering products/services are different)
- I แทน การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด
- J แทน การนำเสนอนวัตกรรมอย่างยั่งยืน (promoting sustainability innovation)
- K แทน การจัดการเรียนรู้อย่างยั่งยืนและการจัดการความรู้ (engaging sustainability learning and knowledge management)
- L แทน รายได้สุทธิจากการดำเนินงานขั้นพื้นฐาน
- M แทน ยอดขาย (Sales)
- N แทน การเติบโตด้านยอดขาย (Sales Growth)
- O แทน มุมมองด้านการเงิน
- P แทน มุมมองด้านลูกค้า
- Q แทน มุมมองด้านกระบวนการทางธุรกิจ
- R แทน มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา
- S แทน ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (environment)
- T แทน ผลการดำเนินงานทางสังคม (social)
- U แทน ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (economic)

จากตารางที่ 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้นแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนั้น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน

อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ดังกล่าว ดังภาพที่ 2.8 และสมมติฐานที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 2.8 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ที่มา: Dess & Davis (1984); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004); Fred & Forest (2015); Samuel et al. (2017); Wijethilake (2017); Gao et al. (2018) H₄: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

2.12 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

การประกาศวาระการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ ปี ค.ศ. 2030 กล่าวว่า อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มุ่งมั่นที่จะพัฒนาผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จากการศึกษาจำนวนมากพยายามที่จะนำการจัดการความรู้เป็นการส่งเสริมผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร อย่างไรก็ตามความเป็นไปได้ที่จะเชื่อมโยงประโยชน์ของการจัดการความรู้กับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนยังขาดการอภิปราย จากผลการวิจัยนี้ พบว่า ความสัมพันธ์ของมุมมองการปฏิบัติและเศรษฐกิจต้องปรับกับเป้าหมายก่อนหน้า เพื่อบรรลุผลสำเร็จของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ด้วยการพัฒนาความร่วมมือในการจัดการความรู้จากภายนอก การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการสนับสนุน และการขยายทุนสำหรับการพัฒนาการจัดการความรู้ (Wu,

Gao, Xia, Tseng, Chiu, & Zhang, 2019) นอกจากนั้น Abbas (2020) ได้พิจารณาประเด็นความเชื่อมโยงของสิ่งแวดล้อมและการลดลงของทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งสำคัญของการศึกษา ซึ่งพบว่า การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Total Quality Management: TQM) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ และการจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมบางส่วนต่อการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรและความยั่งยืนขององค์กร ข้อค้นพบของการศึกษานี้ เป็นข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าต่อการจัดการอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ ด้วยการสร้างความยั่งยืนขององค์กรผ่านการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรและความยั่งยืนขององค์กร

ความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ อีกทั้งความเข้มข้นของผู้ประกอบการอิทธิพลด้านบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ประกอบด้วย วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการระดมการจัดการความรู้ ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งความเข้มข้นของผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Kim et al., 2012) นอกจากนั้น จำนวนสมาชิกของทีมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการในการสร้าง การแปลง และการแลกเปลี่ยนความรู้ และมีอิทธิพลด้านบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Gold et al. 2001) อีกทั้งการจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมสีเขียวและกิจกรรมในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ การสร้างความรู้และการได้มาซึ่งความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนการแบ่งปันความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนั้น การจัดการความรู้มีความสำคัญเท่ากันในอุตสาหกรรมผลิตและบริการทุกขนาด (Abbas & Sagsan, 2019)

ทั้งนี้ บรรณาธิการ (2557) อธิบายว่า ตัวแปรการมุ่งเน้นการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ความมุ่งมั่นในการเรียนรู้ (Commitment to Learning) การแบ่งปันวิสัยทัศน์ (Shared Vision) ความใจกว้าง (Open-Mindedness) และการแบ่งปันความรู้ภายในองค์กร (Intra-Organizational Knowledge Sharing) ตัวแปรการมุ่งเน้นตลาด ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ การมุ่งเน้นลูกค้า (Customer Orientation) การมุ่งเน้นคู่แข่ง (Competitor Orientation) การประสานงานระหว่างการทำงาน (Inter-functional Coordination) ทั้งนี้ แนวคิด The Integrated Scorecard โดยมีการนำไปปฏิบัติได้แก่ กรอบแนวคิดทางความสามารถที่สนับสนุนกลยุทธ์ความยั่งยืนขององค์กร โดยจำแนกวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งองค์กรจะสำเร็จได้เมื่อสร้างคุณค่าและอำนวยความสะดวกในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสิ่งแวดล้อม และความคิดริเริ่มทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ที่ส่งผลให้มีการตรวจสอบและการวัดระดับความสำเร็จของกลยุทธ์ และการสร้างการทำงานร่วมกันระหว่างการจัดการประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน และการรายงานผลการดำเนินงาน (Journeault, 2016)

การเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (ชัยนันท์ บุญอยู่, นิภา รุ่งเรืองวุฒิไกร, มนตรี พิริยะกุล และ นภาพร ชันชนภา, 2559) ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานทางการเงิน ส่วนพลวัตเทคโนโลยีสีเขียวมีความสัมพันธ์ทางลบระหว่างผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ส่วนการถ่ายทอดความรู้และการบูรณาการความรู้ต่าง ๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งตัววัดผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมประกอบด้วย ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง และการดำเนินงานเชิงรุก (Jiang et al., 2018) อิทธิพลของกลยุทธ์ต่อการผลิตสะอาดชี้ให้เห็นว่าถึงความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจที่ใช้กลยุทธ์ในการขับเคลื่อนจะมีโอกาสสูงในการใช้การผลิตสะอาดที่สำเร็จอย่างมีนัยสำคัญต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Guimarães, Severo, & Vasconcelos, 2018)

การพัฒนาแนวคิดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ จากนักวิชาการต่าง ๆ จากการศึกษาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ และงานวิจัยเชิงประจักษ์ระหว่างปี ค.ศ. 2001 - ค.ศ. 2018 สามารถสรุปการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ ได้ดังตารางที่ 2.9 และภาพที่ 2.9

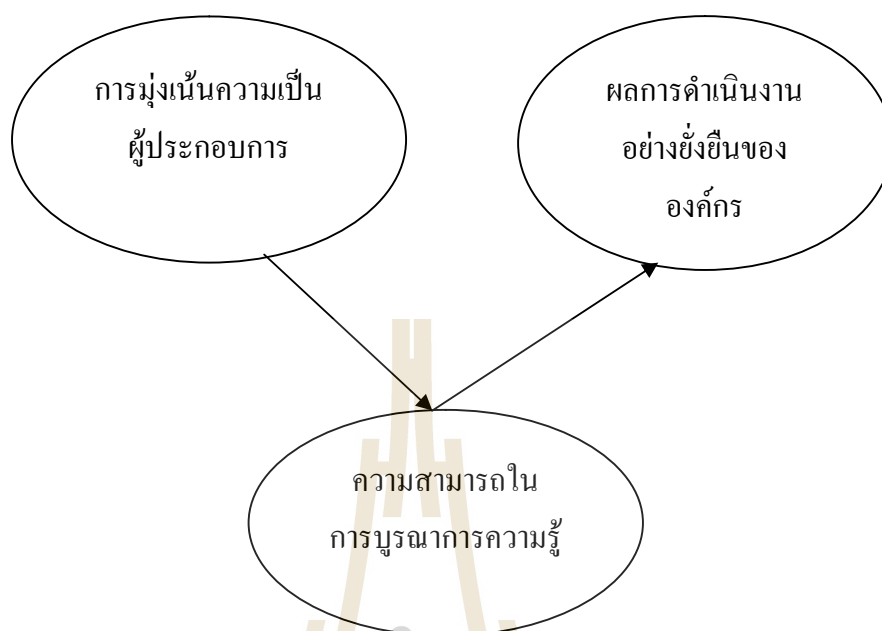
ตารางที่ 2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

นักวิชาการ	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ								ความสามารถในการบูรณาการความรู้			ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร							
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S
Gold et al. (2001)	✓	✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓	✓						
Kim et al. (2012)	✓	✓	✓	✓	✓				✓	✓	✓	✓	✓						
Journeault (2016)										✓					✓		✓	✓	✓
Jiang et al. (2018)	✓	✓		✓							✓				✓	✓			
Guimar~aes et al. (2018)	✓	✓	✓	✓							✓				✓				
ปรารธนา หลีกภัย (2557)	✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓										
ธัญนันท์ บุญอยู่ และคณะ (2559)	✓	✓		✓					✓			✓		✓					

ที่มา: Gold et al. (2001); Kim et al. (2012); Journeault (2016); Jiang et al. (2018); Guimar~aes et al. (2018); ปรารธนา หลีกภัย (2557); ธัญนันท์ บุญอยู่ และคณะ (2559)

- A แทน ความสามารถทางนวัตกรรม (Innovativeness)
- B แทน ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)
- C แทน ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)
- D แทน การดำเนินงานเชิงรุก (Proactiveness)
- E แทน ความเป็นอิสระ (Autonomy)
- F แทน ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy Orientation)
- G แทน ความสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation)
- H แทน ความใส่ใจในความสำเร็จ (Achievement Orientation)
- I แทน วัฒนธรรมการเรียนรู้ (learning culture)
- J แทน ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT capability)
- K แทน ความสามารถในการจัดการความรู้ (knowledge management process capability: KMPC)
- L แทน กำไร (Profit)
- M แทน ยอดขาย (Sales)
- N แทน การเติบโตของยอดขาย (Sales growth)
- O แทน ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม
- P แทน ผลการดำเนินงานทางการเงิน
- Q แทน กระบวนการภายในธุรกิจ (Internal business processes)
- R แทน ผลการดำเนินงานทางสังคม (Social performance)
- S แทน ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (Economic performance)

จากตารางที่ 2.9 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวมาข้างต้น แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ซึ่งงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนั้น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ ดังภาพที่ 2.9 และสมมติฐานที่ 5 ดังนี้



ภาพที่ 2.9 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

ที่มา: Gold et al. (2001); Kim et al. (2012); Journeault (2016); Jiang et al. (2018); Guimarães et al. (2018); ธัญนันท์ บุญอยู่ และคณะ (2559)

H₅: การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

2.13 กรอบแนวคิดของการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี จึงได้กำหนดตัวแปรที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

2.13.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน ความเป็นอิสระ (Lumpkin & Dess, 1996; Li et al. 2009; Muchiri, 2013; Zehir et al. 2015)

2.13.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) คือ ปัจจัยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ประกอบด้วย ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานทางสังคม และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ด้านการเงิน ได้แก่ ยอดขาย (sales) และการเติบโตของยอดขาย (sales growth) ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ และด้านการเรียนรู้ และการเติบโต (Elkington, 1997; Salzman et al. 2005; Sebhatu, 2008; Josien, 2012; Zehir et al.,

2015; Prajogo, 2016; Cantele & Zardini, 2018; Kaplan & Norton, 1996, 1997; ขวัญกมล ดอนขวา, 2556)

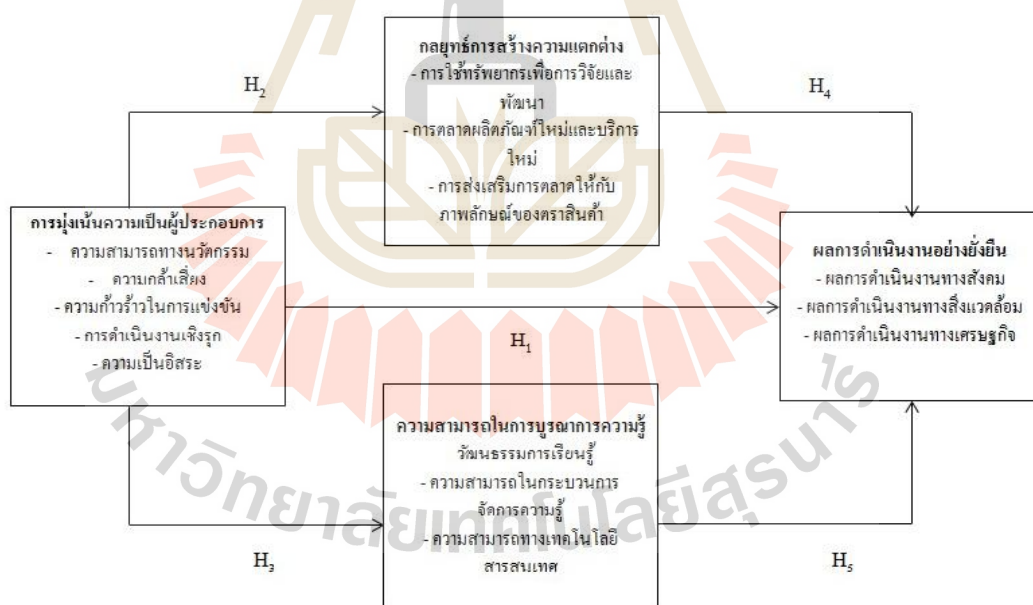
2.13.3 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) คือ

1) ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ประกอบด้วย การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Dess & Davis, 1984; Porter, 1985, 2003; Fitzsimmons & Fitzsimmons, 2004)

2) ปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้ ประกอบด้วย วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (Garvin, 1993; Grant, 1996; Gold et al., 2001; Kim et al. (2002); Ryu et al., 2005; Kim et al., 2012)

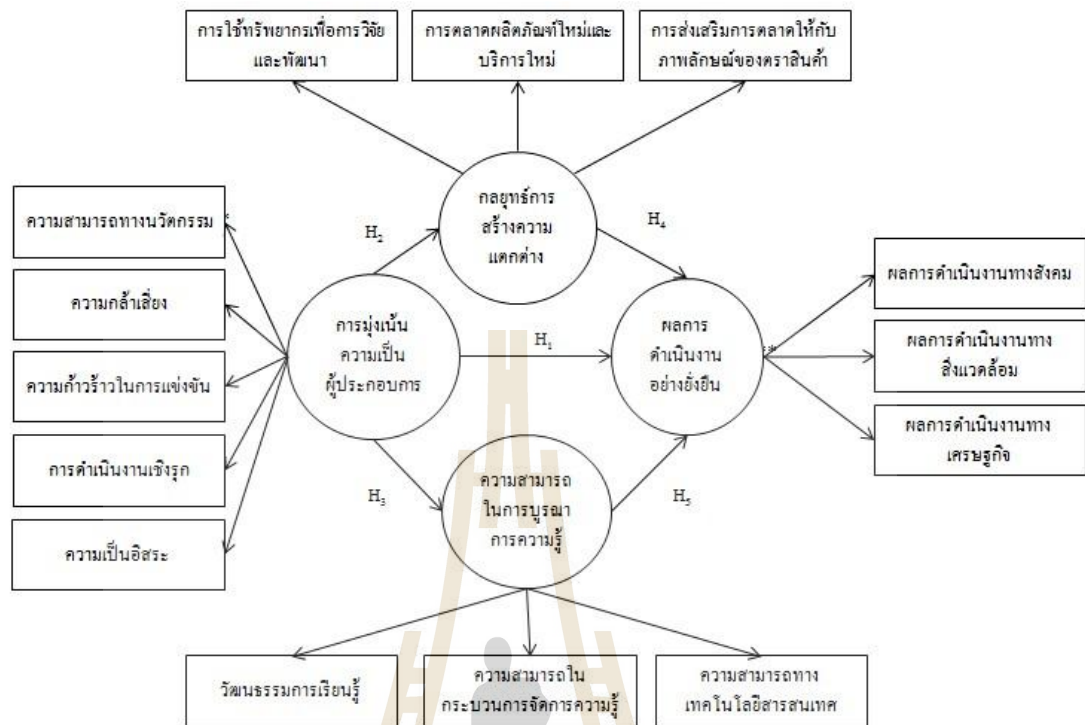
2.13.4 ตัวแปรแฝงภายนอก มีอิทธิพลต่อตัวแปรคั่นกลาง และตัวแปรคั่นกลางมีอิทธิพลต่อตัวแปรแฝงภายใน

การกำหนดตัวแปรแฝงภายนอก ตัวแปรแฝงภายใน และตัวแปรคั่นกลาง ซึ่งได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังภาพที่ 2.10



ภาพที่ 2.10 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา: Garvin (1993); Kaplan & Norton (1996, 1997); Dess & Davis (1984); Porter (1985, 2003); Gold et al. (2001); Kim et al. (2002); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004); Ryu et al., (2005); Sebhatu (2008); Li, Huang, & Tsai (2009); Josien (2012); Kim et al. (2012); Muchiri (2013); Zehir et al. (2015); Prajogo (2016); Cantele & Zardini (2018); ขวัญกมล ดอนขวา (2556)



ภาพที่ 2.11 โมเดลสมการ โครงสร้าง

ที่มา: Garvin (1993); Kaplan & Norton (1996, 1997); Dess & Davis (1984); Porter (1985, 2003); Gold et al. (2001); Kim et al. (2002); Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004); Ryu et al., (2005); Sebhatu (2008); Li et al. (2009); Josien (2012); Kim et al. (2012); Muchiri (2013); Zehir et al. (2015); Prajogo (2016); Cantele & Zardini (2018); ขวัญกมล ดอนขวา (2556)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา
วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีวิธีในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มเป้าหมายได้เน้นเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่เป็นประธานกลุ่ม คณะกรรมการ และสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งในระดับที่ดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องสามารถวัดจาก 1) มีรายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) กลุ่มมีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และ 5) วิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน โดยทำการศึกษาในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดของการวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมติฐานงานวิจัย
8. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย

9. นำเสนอข้อเสนอแนะที่ด้านการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์ และพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1 ประชากร

ประชากร คือ วิชาศึกษิตชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส จำนวน 1,036 กลุ่ม (สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส, 2559) โดยเน้นเฉพาะประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของวิชาศึกษิตชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความเข้มแข็งในระดับที่ดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จากการสัมภาษณ์ นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยกลุ่มวิชาศึกษิตชุมชนที่มีความยั่งยืนวัดจาก 1) มีรายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) กลุ่มมีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และ 5) กลุ่มมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชน โดยเน้นกลุ่มวิชาศึกษิตชุมชนที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 1,036 กลุ่ม (ชัลวา หะยีจะหลง, รุ่งนภา ทวนทอง, และมารีณี สล้าหมาด สัมภาษณ์ 1 เมษายน พ.ศ. 2561)

3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้เป็นวิชาศึกษิตชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งทราบจำนวนประชากรทั้งหมดในวิชาศึกษิตชุมชนจังหวัดยะลา วิชาศึกษิตชุมชนจังหวัดปัตตานี และวิชาศึกษิตชุมชนจังหวัดนราธิวาสที่มีความเข้มแข็งในระดับที่ดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง มีจำนวน 1,036 กลุ่ม เมื่อใช้เกณฑ์ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยหากมีแบบจำลองมีขนาดตัวแปรแฝงน้อยกว่า 5 ปัจจัย ควรจะมีขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010) สำหรับการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้มี 4 ตัวแปรแฝง และ 14 ตัวแปรสังเกตได้ ประกอบด้วย ตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงการมุ่งมั่น ความเป็นผู้ประกอบการ 5 ตัวแปร ตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 3 ตัวแปร ตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้ 3 ตัวแปร และตัวบ่งชี้ของตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร 3 ตัวแปร ซึ่งผู้วิจัยคำนึงถึงความเป็นจริงของสัดส่วนที่ผู้ตอบจะส่งข้อมูลกลับคืนมาครบทุกชุด อีกทั้งการกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะทำให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณทางสถิติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก (Wiersma & Jurs, 2009) ทั้งนี้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 300 ตัวอย่าง (Norusis, 2010) ดังนั้น การศึกษานี้ได้

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิสาหกิจชุมชนจำนวนอย่างน้อยเท่ากับ 384 กลุ่ม โดยเก็บแบบสอบถาม 1 ตัวอย่าง ต่อ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยประธานคณะกรรมการหรือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันตอบเพื่อให้ข้อมูลร่วมกัน 2-3 คน ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.1 ดังนี้

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและขนาดตัวอย่าง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และ นราธิวาส จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

จังหวัด	ยะลา		ปัตตานี		นราธิวาส	
	จำนวนทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง	จำนวนทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง	จำนวนทั้งหมด	จำนวนตัวอย่าง
ประเภทผลิตภัณฑ์						
เครื่องประดับ/อัญมณี	1	1	3	2	3	1
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า	32	8	77	38	52	13
การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร	145	36	277	136	119	30
ของชำร่วย/ของที่ระลึก	7	2	12	6	6	2
เครื่องจักสาน	8	2	19	9	10	3
เครื่องมือ/เฟอร์นิเจอร์	4	1	9	4	6	2
เครื่องดื่ม	18	4	21	1	13	3
ดอกไม้ประดิษฐ์	2	1	6	3	6	2
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	8	2	12	6	3	1
การผลิตสินค้าอื่น ๆ	35	9	74	36	48	12
รวม	260	66	510	239	266	69

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส (2559)

จากตารางที่ 3.1 พบว่า จังหวัดปัตตานีมีขนาดกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด รองลงมา คือ จังหวัดนราธิวาสและจังหวัดยะลา ตามลำดับ ส่วนประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด คือ การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร รองลงมา คือ การผลิตสินค้าอื่น ๆ และผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า ตามลำดับ

3.2.3 การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยเลือกตัวอย่างซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1. สุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) หมายถึง การวิจัยเรื่องนี้ได้เจาะจงเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาสที่มีระดับความเข้มแข็งในระดับดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความยั่งยืนวัดจาก 1) มีรายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) กลุ่มมีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และ 5) กลุ่มมีส่วนร่วมกิจกรรมชุมชน

2. สุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามกลุ่มจังหวัด ซึ่งแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด และในกลุ่มเดียวกันจะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน แต่จะมีความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

3. แบ่งจำนวน 384 ตัวอย่างตามสัดส่วนประชากรที่เป็นจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

3.2.4 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัยเป็นพื้นที่ในจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ระยะเวลาเก็บข้อมูลอยู่ช่วงเวลาเดือนมกราคม - มิถุนายน พ.ศ. 2562

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตอบเอง (Self-report questionnaire) ประกอบด้วย 6 ส่วน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ที่ตั้งวิสาหกิจชุมชน รายได้กลุ่มเฉลี่ยต่อปี จำนวนสมาชิก จำนวนผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทกิจการ/กิจกรรม แหล่งการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ความเป็นอยู่ของสมาชิก การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน รวมทั้งสิ้น 6 ข้อคำถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด (Close-ended) แบบเลือกคำตอบ (Checklist) วัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale)

ส่วนที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำที่แสดงให้เห็นการมุ่งเน้นในการดำเนินธุรกิจ โดยปรารถนาที่จะริเริ่มผลิตภัณฑ์และตราสินค้าใหม่ ๆ หรือ

กระบวนการใหม่ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อหาโอกาสในการแข่งขันด้านธุรกิจและการชนะคู่แข่งด้านธุรกิจ และยอมรับถึงความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Lumpkin & Dess (1996) และ Li et al. (2009) และ Muchiri (2013) และ Zehir et al. (2015) โดยการวัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมี 5 มิติ ได้แก่ 1) ความสร้างสรรค์นวัตกรรมและสิ่งใหม่ (ความสามารถทางนวัตกรรม) 2) การบริหารความเสี่ยง (ความกล้าเสี่ยง) 3) ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (ความก้าวร้าวในการแข่งขัน) 4) การดำเนินงานเชิงรุก และ 5) ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ (ความเป็นอิสระ)

ส่วนที่ 3 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เป็นการวัดคุณลักษณะหรือการกระทำ ที่แสดงให้เห็นการออกแบบกลยุทธ์ให้มีความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสินค้าและบริการมีคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง และทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Dess & Davis (1984) และ Porter (1985, 2003) และ Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004) โดยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง มี 3 มิติ ได้แก่ 1) การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา 2) การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ และ 3) การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า

ส่วนที่ 4 ความสามารถในการบูรณาการความรู้ เป็นพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาความรู้ใหม่ การแบ่งปัน ถ่ายโอนและประยุกต์ความรู้ รวมถึงการจัดการเทคโนโลยีที่มีอยู่ในองค์กร เพื่อให้เกิดผลประโยชน์แก่องค์กร ดังนั้น การวัดความสามารถในการบูรณาการความรู้อยู่บนพื้นฐานแนวคิดของ Garvin (1993) และ Grant (1996) และ Gold et al. (2001) และ Kim et al. (2002) และ Ryu et al. (2005) และ Kim et al. (2012) มี 3 มิติ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมการเรียนรู้ 2) ความสามารถในการจัดการความรู้ และ 3) ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ส่วนที่ 5 ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ได้แก่ ผลการดำเนินงานทางสังคม ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิด TBL (Elkington, 1997; Salzmann et al., 2005; Sebhatu, 2008; Josien, 2012; Zehir et al., 2015; Prajogo, 2016; Cantele & Zardini, 2018; ขวัญกมล ดอนขวา, 2556) และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจตามแนวคิด Balanced Scorecard ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรของ Kaplan & Norton (1996, 1997) ที่ประเมินผลการดำเนินงานจากตัวชี้วัดที่เกี่ยวข้องทางการเงินและตัวชี้วัดที่ไม่เกี่ยวข้องทางการเงิน มี 4 มิติ ประกอบด้วย 1) ด้านการเงิน ได้แก่ ยอดขาย (sales) และการเติบโตของยอดขาย (sales growth) 2) ด้านลูกค้า ได้แก่ จำนวนลูกค้า คุณภาพสินค้า 3) ด้านกระบวนการภายในธุรกิจ ได้แก่ ประสิทธิภาพในการทำงาน และ 4) ด้านการเรียนรู้และการเติบโต ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพ การสร้างงานและอาชีพ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 ส่วนที่ 3 ส่วนที่ 4 และส่วนที่ 5 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended question) ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเกิร์ตสเกลซึ่งแสดงถึงระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ ดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการกำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับความคิดเห็นใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุดและหารด้วยจำนวนชั้นตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น (Fisher, 1953) โดยมีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนช่วงชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

การกำหนดเกณฑ์ดังกล่าวได้ความกว้างของชั้นเท่ากับ 0.80 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นในการอธิบายความหมายของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างตามช่วงคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.01 – 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามที่เป็นแบบเปิด (Open-ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัยอย่างเป็นอิสระ

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

งานวิจัยเรื่องนี้ มีขั้นตอนในการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถาม ดังนี้

3.4.1 ทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร เพื่อใช้ในการพัฒนารอบแนวคิดแบบจำลองสมการโครงสร้างสำหรับปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นกรอบในการพัฒนาเครื่องมือในแบบสอบถาม

3.4.2 สุ่มตัวอย่างเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้องจากนั้นสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดการวิจัยและขอบเขตที่ได้กำหนดไว้

3.4.3 พัฒนาแบบสอบถาม โดยการอ้างอิงข้อคำถามที่ใช้อธิบายตัวแปรจากงานวิจัยที่เคยทำการศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากข้อคำถามดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว อีกทั้งได้เรียบเรียงตามลักษณะคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย

3.4.4 นำแบบสอบถามที่พัฒนาแล้วปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาในการวัด ความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ แล้วทำการปรับปรุงก่อนนำไปหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

3.4.5 นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิ ที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ทางด้านผู้ประกอบการจำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.พรศิริ จงกล อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหกรรม สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รองศาสตราจารย์ ดร.อมรรัตน์ โมพี อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตสัตว์ สำนักวิชาเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี และคุณยุพวัลย์ ชมชื่นดี นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการพิเศษ หัวหน้ากลุ่มส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยมากกว่าเกณฑ์ 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งในการตรวจสอบมีการให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

ในการพิจารณาค่าความเที่ยงตรง มีหลักการ ดังนี้

1. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้
2. ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

3.4.6 สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย

3.5 ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการหาค่าความเที่ยงตรงในเนื้อหาโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านเป็นผู้ดำเนินการ ซึ่งผลการวิเคราะห์แต่ละข้อคำถาม พบว่า มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) อยู่ในช่วง 0.67 ถึง 1.00 โดยมากกว่าเกณฑ์ 0.50 (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งหมายความว่า ข้อคำถามจากแบบสอบถามในครั้งนี้มีคุณภาพเหมาะสม มีความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา ภาษา และสามารถวัดในสิ่งที่จะวัดได้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่กำหนดไว้

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามจำนวนอย่างน้อย 30 ชุด ไปทดสอบกับผู้ที่มิได้มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยการกำหนดเกณฑ์จากค่า Alpha ของ Cronbach (Cronbach 's alpha coefficient) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Kline, 2011)

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวน ข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) การทดลองใช้ (Try out) 30 คน
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ		
1. ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่	7	0.860
2. ด้านการบริหารความเสี่ยง	5	0.844
3. ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	4	0.818
4. การดำเนินงานเชิงรุก	4	0.860
5. ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ	5	0.874
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง		
6. การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา	6	0.880
7. การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	6	0.916
8. การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ ของตราสินค้า	4	0.864
ความสามารถในการบูรณาการความรู้		
9. วัฒนธรรมการเรียนรู้	5	0.887
10. ความสามารถในการ จัดการความรู้	5	0.895
11. ความสามารถในเทคโนโลยี สารสนเทศ	5	0.922
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน		
12. ผลการดำเนินงานด้านสังคม	4	0.835
13. ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม	7	0.859
14. ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ	8	0.934
รวม	75	0.983

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามที่ทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กลุ่ม พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า (Coefficient) 0.983 เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของ Kline (2011) กำหนดว่าเป็นแบบสอบถามที่มีค่า

ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับดีมาก และเมื่อพิจารณาแบบสอบถามแต่ละด้าน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.818 ถึง 0.934 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.70 ดังนั้น เครื่องแบบแบบสอบถามจึงมีค่าความเชื่อมั่นในระดับดีมากเช่นกัน จึงมีคุณภาพเพียงพอต่อการนำไปใช้เป็นแบบสอบถามฉบับที่พร้อมนำไปใช้จริง

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ปัจจัยที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปัจจัยที่ 3 ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และปัจจัยที่ 4 ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร จากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส เป็นต้น นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานการประชุม สัมมนาวิชาการ บทความออนไลน์ รายงานการวิจัย และบทความวิชาการที่เกี่ยวข้อง

3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่เป้าหมาย อย่างน้อยเท่ากับ 384 กลุ่ม ด้วยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยวิธีเฉพาะเจาะจงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการดำเนินงานต่อเนื่องอย่างน้อย 3 ปี อีกทั้งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และแบ่งจำนวน 384 ตัวอย่าง ตามสัดส่วนประชากรที่เป็นจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากร เพื่อให้ได้ตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมาย โดยเก็บแบบสอบถาม 1 ตัวอย่าง ต่อ 1 วิสาหกิจชุมชน โดยคณะกรรมการหรือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันตอบเพื่อให้ข้อมูลร่วมกัน 2-3 คน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดต่อประสานงานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามและทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ผ่านสำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) การดำเนินการติดต่อประสานงาน

(1) ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อประสานงานทางโทรศัพท์กับนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส ในการ

ติดต่อประสานงานเบื้องต้น ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการอธิบายวัตถุประสงค์ ประโยชน์ของการศึกษา และวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จะเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากผู้ตอบ 2-3 คนต่อ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ ประธานกลุ่ม กรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่ม

(2) ผู้วิจัยลงพื้นที่แต่ละจังหวัดด้วยตนเอง เพื่ออธิบายการเก็บข้อมูลกับนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส และเจ้าหน้าที่เคหะกิจผู้ดูแลวิสาหกิจชุมชนแต่ละอำเภอของจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส โดยแจกเอกสารชี้แจงการเก็บข้อมูล อธิบายขั้นตอน วิธีการเก็บข้อมูล วัตถุประสงค์และประโยชน์ของการศึกษา และแบบสอบถาม จากนั้น นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการนำบัญชีรายชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของแต่ละอำเภอที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนด ไปดำเนินการประสานงานการเก็บข้อมูล โดยผู้รับผิดชอบเป็นเจ้าหน้าที่เคหะกิจผู้ดูแลวิสาหกิจชุมชน พร้อมแนบใบลงชื่อผู้ตอบแบบสอบถาม และเน้นย้ำเรื่องการเก็บข้อมูลจาก 2-3 คน ต่อ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ เก็บแบบสอบถาม 1 ตัวอย่าง ต่อ 1 วิสาหกิจชุมชน จำนวน 384 วิสาหกิจชุมชน โดยทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิทยานิพนธ์จากสำนักเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ไปยังเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส

2) ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล
การเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จากผู้ตอบ 2-3 คน คือ ประธานกลุ่ม กรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่ม ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามประมาณ 8 สัปดาห์

3) การติดตามการเก็บรวบรวมข้อมูล
การติดตามการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชน ดำเนินการหลังจากประชุมชี้แจงการเก็บแบบสอบถามแล้ว 4 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้ประสานงานนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการและเจ้าหน้าที่เคหะกิจผู้ดูแลวิสาหกิจชุมชนแต่ละอำเภอของจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาสด้วยการสร้างไลน์กลุ่ม เพื่อใช้ในการส่งรูปถ่ายประกอบการเก็บรวบรวมข้อมูล การติดตามแบบสอบถาม เมื่อครบ 8 สัปดาห์ ผู้วิจัยได้ประสานงานไปยังนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัด ทั้งนี้เจ้าหน้าที่เคหะกิจผู้ดูแลวิสาหกิจชุมชนแต่ละอำเภอได้ส่งแบบสอบถามให้นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาสตรวจสอบเบื้องต้น แล้วส่งมายังผู้วิจัย ซึ่งเมื่อผู้วิจัยตรวจสอบแบบสอบถาม พบว่า มีแบบสอบถามบางชุดไม่สมบูรณ์ ครบถ้วนจึงได้

ประธานนักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการและชี้แจงในไลน์กลุ่ม เพื่อการแก้ไขข้อมูลให้สมบูรณ์ในแต่ละแบบสอบถามที่มีปัญหา นอกจากนั้นได้ตรวจสอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามตอบในทิศทางเดียวกันทั้งฉบับ จึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลใหม่ตามแต่ละอำเภอของจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาสที่มีปัญหา เมื่อเก็บข้อมูลใหม่เรียบร้อยแล้ว เลขาธิการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการเพื่อตรวจสอบเบื้องต้นแล้วส่งให้ผู้วิจัยต่อไป โดยให้ระยะเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งที่ 2 นี้ประมาณ 2 สัปดาห์

4) ผลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการจากการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย จำนวน 384 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเลือกตัวแทนในการตอบจากประธานกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่ม โดยเก็บแบบสอบถาม 1 ตัวอย่าง ต่อ 1 วิสาหกิจชุมชน จำนวนแบบสอบถามที่จัดส่งไปจำนวน 388 ฉบับ ผู้วิจัยได้แบบสอบถามที่มีความครบถ้วนสมบูรณ์เพียงพอต่อการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสิ้น 384 ฉบับ คิดเป็นอัตราตอบกลับเป็นร้อยละ 98 ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นอัตราการตอบกลับที่อยู่ในระดับดีมาก (Babbie, 2002) ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการตรวจสอบรูปแบบสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในครั้งนี้จึงเป็น 384 ฉบับ

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปด้านคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปได้ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย 1) กลุ่มมีรายได้อย่างต่อเนื่อง 2) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น 3) กลุ่มมีกิจกรรมดำเนินงานได้ 4) สมาชิกมีความเป็นอยู่ดีขึ้น และ 5) กลุ่มมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.)

3) วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) สำหรับประมวลข้อมูลอ้างอิงไปยังประชากรที่ศึกษา โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement Model) เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อใช้วัดตัวแปรแฝงที่กำหนดดำเนินการโดยการกำหนดข้อมูลจำเพาะของแบบจำลอง การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง การตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม (Overall Fit) ของแบบจำลองการวัดและการประมาณค่าพารามิเตอร์ โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

3.2 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ดำเนินการโดยตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และทำการศึกษาอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปร คือ

1) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร (การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปรสังเกตได้ พิจารณาการแจกแจงของตัวชี้วัด คือ ความเบ้ไม่เกิน ± 3 และค่าความโด่งไม่เกิน ± 10 (Kline, 2011)

2) การตรวจสอบตัวแปรหรือตัวบ่งชี้เป็นตัวแปรที่วัดคุณลักษณะหรือองค์ประกอบเดียวกันและมีความสัมพันธ์กัน หรือเหมาะสมที่จะนำมาวิเคราะห์องค์ประกอบหรือไม่ คือ ค่าสถิติของ Kaiser-Meyer-Olkin's measures of sampling adequacy (KMO) และสถิติ Bartlett's Test of Sphericity เมื่อเลือกสถิติทดสอบตัวนี้จะได้ค่าสถิติทดสอบ 2 ค่า สถิติทดสอบตัวแรกคือ ค่า Kaiser-Meyer-Olkin's measures of sampling adequacy (MSA) มีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 เมื่อตัวแปรแต่ละตัวสามารถทำนายได้ด้วยตัวแปรอื่น โดยปราศจากความคลาดเคลื่อน (สุภมาส อังสุโชติ, สมถวิล

วิจิตรวรรณ, และรัชณีกุล วิทยุโณภานุวัฒน์, 2554) ส่วนค่าช่วงอื่น ๆ แปลความหมาย (Hair et al., 2010) ดังนี้

.80 ขึ้นไป	หมายถึง	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบดีมาก
.70 – .79	หมายถึง	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบดี
.60 – .69	หมายถึง	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบปานกลาง
.50 – .59	หมายถึง	เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบน้อย
น้อยกว่า .50	หมายถึง	ไม่เหมาะสมที่จะวิเคราะห์หองค์ประกอบ

สถิติทดสอบตัวที่สอง คือ Bartlett's Test of Sphericity ใช้ทดสอบว่า ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ โดยมีสมมติฐานของการทดสอบ ดังนี้

H_0 : Correlation Matrix เป็น Identity matrix (เมทริกซ์ที่มีค่าในแนวทแยงเป็น 1 ค่า นอกแนวทแยงเป็น 0) หรือตัวแปรต่าง ๆ ไม่สัมพันธ์กัน

H_1 : Correlation Matrix ไม่เป็น Identity matrix หรือตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กัน ถ้าค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญ แสดงว่า ตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์หองค์ประกอบได้

3) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient)

ทั้งนี้สามารถสรุปกระบวนการวิเคราะห์แบบจำลองการวัด (Measurement model) และแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ได้ ดังนี้

(1) การกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของแบบจำลอง (Specification of the model)

(2) การระบุความเป็นไปได้ค่าเดียวของแบบจำลอง (Identification of the model)

(Kline, 2011) ได้กำหนดกฎของแบบจำลององค์ประกอบเชิงยืนยันว่า แบบจำลองที่มีมากกว่าหรือเท่ากับ 2 ตัวแปรแฝงควรมีตัวแปรสังเกตได้อย่างน้อย 2 ตัวแปรต่อตัวแปรแฝง 1 ตัวแปรแบบจำลองนั้น สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ได้ค่าเดียวหรือไม่ จากการพิจารณาแบบจำลองสมการโครงสร้างเป็น 2 เงื่อนไข คือ เงื่อนไขจำเป็น (Necessary Condition) และเงื่อนไขพอเพียง (Sufficient Condition)

(1) เงื่อนไขจำเป็น (Necessary Condition) การพิจารณาจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า (Free Parameter) ในแบบจำลองการวิจัยเทียบกับจำนวนสมาชิกของเมทริกซ์ความแปรปรวน-ความแปรปรวนร่วม (Variance-Covariance Matrix) ในแนวทแยงของตัวแปรที่ศึกษา

โดยพิจารณาจากระดับค่าองศาอิสระ (df) ของแบบจำลองที่ควรมีค่ามากกว่าศูนย์ (0) โดยคำนวณจากสมการ $df = [(p)(p+1)/2]-k$ โดยที่ p คือ จำนวนตัวแปรสังเกตได้ และ k คือ จำนวนค่าพารามิเตอร์ที่โปรแกรมสำเร็จรูปต้องประมาณค่า (จำนวนค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ค่าความผิดพลาด และค่าความสัมพันธ์ร่วมระหว่างตัวแปรแฝง) (Hair, et.al., 2010)

(2) เงื่อนไขพอเพียง (Sufficient Condition) ของการระบุได้พอดี มี 3 เงื่อนไข (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) คือ

(2.1) แบบจำลองไม่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Under identified Model) เป็นแบบจำลองที่มีจำนวนสมการน้อยกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่าหรือต้องประมาณค่า ในที่นี้จะทำให้ได้องศาอิสระในการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ติดลบ ทำให้ไม่สามารถทดสอบสมมติฐานทางสถิติได้

(2.2) แบบจำลองที่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Just identified Model) เป็นแบบจำลองซึ่งเกิดขึ้นเมื่อมีจำนวนสมการหรือจำนวนค่าแปรปรวนและค่าแปรปรวนร่วมของค่าตัวแปรบ่งชี้เท่ากับจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า ซึ่งจะทำให้องศาอิสระของการทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลองที่สร้างขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นศูนย์ ไม่สามารถทดสอบความกลมกลืนของแบบจำลอง (Model Testing) ในภาพรวมได้ และไม่มีประโยชน์ที่จะนำค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณค่าได้ไปอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปร

(2.3) แบบจำลองที่สามารถระบุความเป็นค่าเดียวได้ (Over identified Model) เป็นแบบจำลองที่มีจำนวนค่าแปรปรวนและค่าแปรปรวนร่วมมากกว่าจำนวนพารามิเตอร์ที่ไม่ทราบค่า จึงทำให้องศาอิสระของสถิติทดสอบมากกว่าศูนย์ แบบจำลองเช่นนี้มีข้อดีที่สามารถประมาณค่าพารามิเตอร์ตามเกณฑ์ที่กำหนดได้ และแบบจำลองเงื่อนไขนี้จึงเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง เพราะสามารถคำนวณพารามิเตอร์อิสระในแบบจำลองการวิจัย ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการประมาณค่า และค่าสถิติที่ได้แล้ว ยังสามารถตรวจสอบแบบจำลอง (Model Testing) การวิจัยได้

แบบจำลองเงื่อนไขที่ 2.3 จะ ได้แบบจำลองที่เหมาะสม

4) การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง (Parameter Estimation of Model)

การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองใช้การประมาณค่าแบบจำลองทวนซ้ำ (Iteration) โดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมาประมาณค่าในรูปแบบเมตริกซ์ (Sample Covariance Matrix: S) เพื่อมาหาค่าประมาณพารามิเตอร์จากแบบจำลองที่ระบุค่าเริ่มต้น คือ Computed Covariance Matrix (Σ) การประมาณค่าจะทำซ้ำจนกว่าค่าที่ได้จะใกล้เคียงกับค่าของข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด (Convergence) หมายถึง Residual Covariance Matrix เท่ากับหรือเข้า

ใกล้เคียงกันสิ้นสุดการประมาณค่าพร้อมกับรายงานผลการวิเคราะห์ แต่หากเมตริกซ์ทั้งสองไม่ใกล้เคียงกันก็จะเริ่มกำหนดค่าเริ่มต้นใหม่แล้วตรวจสอบอีกครั้งจนกว่าเมตริกซ์ทั้งสองจะมีค่าใกล้เคียงกันตามเกณฑ์ (Mathematical Function) ที่กำหนดไว้

5) การตรวจสอบความถูกต้องและการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลอง

การตรวจสอบความถูกต้องและการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองพิจารณาจากความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) (สุภมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554)

5.1) ความตรง (Validity) หมายถึง ความสามารถของตัวแปรหรือตัวบ่งชี้ที่ใช้วัดตัวแปรแฝงในแบบจำลอง โดยพิจารณาจากความมีนัยสำคัญของค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ในเมตริกซ์ประสิทธิผลจากตัวแปรแฝงที่มีต่อตัวแปรสังเกตได้หรือเมตริกซ์สัมประสิทธิ์องค์ประกอบ เรียกว่า เมตริกซ์ LX หรือ LY ค่าน้ำหนักองค์ประกอบควรมีค่าสูงและมีนัยสำคัญทางสถิติ t-value มากกว่า 1.96 (Diamantopoulos & Sigauw, 2000) เพื่อสามารถเปรียบเทียบความสำคัญของตัวแปรสังเกตได้ว่า ตัวแปรใดใช้วัดตัวแปรแฝงได้ดีที่สุด ด้วยการพิจารณาร่วมกับค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน (Standardized loading) ซึ่งควรมีค่าขั้นต่ำที่ยอมรับได้เป็น 0.5 หรือสูงกว่า สำหรับค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ดีมีค่า 0.7 หรือสูงกว่า (Hair et al., 2010)

5.2) ความเที่ยง (Reliability) หมายถึง ความคงเส้นคงวาของการวัดหรือความเที่ยงบอกระดับที่ตัวแปรวัดโดยปราศจากความคลาดเคลื่อนในการวัด (Measurement Error) การพิจารณาความเที่ยงของตัวแปรจะพิจารณาที่ผลการวิเคราะห์ในส่วนของ Square Multiple Correlation เป็นสัดส่วนความแปรปรวนของตัวแปรที่อธิบายได้โดยตัวแปรแฝง ซึ่งมีค่าเท่ากับค่าการร่วม (Communality) ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การพิจารณาความเที่ยง (Reliability) ยังสามารถพิจารณาจากความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) (Hair et al., 2010) ดังนี้

5.2.1 ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) การกำหนดเกณฑ์ที่ระบุว่า ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้อยู่ในเกณฑ์ระดับที่ดี ค่า AVE ควรมีค่า 0.5 ซึ่งบ่งชี้ว่าไม่เกิดค่าผิดพลาดของการวัดที่ทำให้เกิดการผันแปรในตัวแปรสังเกตได้มากกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังศึกษาอยู่

5.2.2 ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) บ่งชี้ว่าตัวแปรแฝงในแบบจำลองมีค่าความเที่ยงอยู่ในระดับใด โดยเกณฑ์ค่า CR ระดับที่ดี ควรมีค่า 0.70 หรือสูงกว่า หากค่า CR มีค่าระหว่าง 0.6 ถึง 0.7 จะอยู่ในเกณฑ์ระดับยอมรับได้

6) การตรวจสอบภาพรวมของแบบจำลองสมการ (Goodness of Measure)

การตรวจสอบภาพรวมของแบบจำลองสมการ โครงสร้างตามสมมติฐานที่พัฒนาขึ้น จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่ โดยพิจารณาจากการบูรณาการเกณฑ์การวัดความสอดคล้องจากนักวิชาการต่างๆ (Diamantopoulos & Siguaw, 2000; Hair et al., 2010; สุกมาศ อังสุโชติ และคณะ, 2554) การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ใช้ Maximum likelihood ในการประมาณค่า โดยโปรแกรมได้นำเมทริกซ์ความแปรปรวน-เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากประมาณค่าตามโมเดล (computed covariance matrix:) ลบจากนำเมทริกซ์ความแปรปรวน-เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลดิบ (sample covariance matrix: S) เรียกเมทริกซ์ผลต่างนี้ว่า เมทริกซ์ส่วนที่เหลือ (residual covariance matrix) โปรแกรมจะใช้สถิติทดสอบ χ^2 -test ตรวจสอบว่า computed covariance matrix () ต่างจาก sample covariance matrix (S) หรือไม่ โดยสมมติฐานว่าง $H_0: S =$ และสมมติฐานทางเลือก $H: S$ ค่า χ^2 ที่ไม่มีนัยสำคัญ จะแสดงว่า โมเดลการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์สอดคล้องกลมกลืนกัน การตอบวัตถุประสงค์การวิจัยจะเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้าง (Structural Equation Models) ของปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งมีค่าดัชนีที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลอง มีดังนี้ คือ

6.1) ค่าสถิติไคสแควร์ (Chi-square) เป็นค่าที่ทดสอบว่า เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรแตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่ได้จากการประมาณค่าหรือไม่ หากค่าไคสแควร์ไม่มีนัยสำคัญด้านสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรไม่แตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากการประมาณค่า สรุปได้ว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อย่างไรก็ตาม Kline (2011) กล่าวว่า ค่าไคสแควร์ มีความอ่อนไหวตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง หากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่จะมีผลทำให้พบความไม่สอดคล้องของข้อมูลกับแบบจำลองได้ง่าย (Badness of fit statistic)

6.2) ดัชนีวัดความสอดคล้องส่วนเพิ่ม (Incremental fit indices) เป็นดัชนีที่เปรียบเทียบ แบบจำลองในการวิจัยกับแบบจำลองที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (Baseline model) ดัชนีที่ใช้ในการพิจารณา คือ ดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แต่โดยปกติค่ามีมากกว่า 0.90 จะแสดงถึงความสอดคล้องของแบบจำลองที่ดี แต่หากแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่าง เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลอง (Hair et al., 2010) คือ ค่า CFI ที่มีค่ามากกว่า 0.92

6.3) ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าที่ทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากแบบจำลองมีค่าตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่าง เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลองคือ RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.07 (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่าตั้งแต่ 0.92 ขึ้นไป) (Hair et al., 2010) และพิจารณาช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA มีค่าอยู่ระหว่าง 0.03-0.08 (Hair et al., 2010) (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่ามากกว่า 0.92)

6.4) ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐานของส่วนเหลือ (Standard Root Mean Residual: SRMR) เป็นค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนหารด้วยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการเปรียบเทียบความสอดคล้องข้ามแบบจำลอง (Comparing fit across model) ค่าที่น้อยแสดงถึงความสอดคล้องที่ดี หากแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่าง เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลอง (Hair et al., 2010) คือ SRMR มีค่า 0.08 หรือน้อยกว่า

4) วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และวัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคนกลาง คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างขององค์ประกอบปัจจัยทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปร ซึ่งวัตถุประสงค์ที่ 3 และ 4 ใช้วิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential Statistics) จากการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง มีเกณฑ์การวัดทางสถิติดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การประเมินการวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor

Analysis: CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	แหล่งที่มา
ค่าระดับความน่าจะเป็นของไค-สแควร์ (Chi-square: Cmin)	$p > 0.05$	Kline (2011)
ดัชนีในการเปรียบเทียบความกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ไค-สแควร์สัมพัทธ์: Cmin/df)	< 3	Hair, et al. (2010)

ตารางที่ 3.3 เกณฑ์การประเมินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) (ต่อ)

ค่าดัชนี	เกณฑ์	แหล่งที่มา
ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI)	> 0.90	Kline (2011)
การปรับค่า GFI เป็นค่ามาตรฐาน (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI)	> 0.90	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดความเหมาะสมพอดี (Normed Fit Index: NFI)	> 0.95	Hair et al. (2010)
ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI/ Tucker-Lewis Index: TLI)	> 0.92	Hair et al. (2010) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 ($n > 250$) และตัวแปรสังเกตได้จำนวนระหว่าง 12-30 ตัว
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)	0.03-0.08	Hair et al. (2010)
ค่าเฉลี่ยค่าความคลาดเคลื่อน (Root Mean Residual: RMR)	< 0.05	Hair et al. (2010)
ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนเหลือ (Standardized Root Mean Square Residual: SRMR)	0.08	Hair et al. (2010) สำหรับกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 ($N > 250$) และตัวแปรสังเกตได้จำนวนระหว่าง 12-30 ตัว

บทที่ 4

ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการ มุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการ ความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อ พัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความ เป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้ และเพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยใช้ วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้น การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษา มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายของตัวแปรที่ศึกษา ซึ่งประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการ ความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

4.4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผล ต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

4.5 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

4.6 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการ ดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

4.7 การอภิปรายผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 384 วิสาหกิจชุมชน)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (วิสาหกิจชุมชน)	ร้อยละ
จังหวัด		
ยะลา	67	17.4
ปัตตานี	243	63.3
นราธิวาส	74	19.3
รวม	384	100.0
รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน		
รายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	169	44.0
รายได้คงที่อย่างต่อเนื่อง	183	47.7
รายได้ไม่แน่นอน	17	4.4
รายได้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์	2	0.5
รายได้ลดลง	13	3.4
รวม	384	100.0
จำนวนสมาชิก (คน)		
จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นทุกปี	93	24.2
จำนวนสมาชิกเท่าเดิม	291	75.8
รวม	384	100.0

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ประเภทกิจการ	จำนวน (วิสาหกิจ ชุมชน)	จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์	จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์	จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์
เครื่องประดับ/อัญมณี	3	2	-	1
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า	37	11	5	21
การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร	204	68	51	85
ของชำร่วย/ของที่ระลึก	17	4	3	10
เครื่องจักสาน	19	5	4	10
เครื่องมือ/เฟอร์นิเจอร์	11	4	2	5
เครื่องคั้ม	19	13	3	3
ดอกไม้ประดิษฐ์	9	2	4	3
ผลิตภัณฑ์สมุนไพร	13	6	3	4
การผลิตสินค้าอื่น ๆ ได้แก่ น้ำยาล้าง	47	29	7	11
งาน ผลิตนม สบู่				
ประเภทอื่น ๆ (รวม)	58	36	6	16
รับซื้อผลผลิตทางการเกษตร	9	7	-	2
ปรับปรุงผลผลิต	2	1	1	-
เลี้ยงโค จำหน่ายอาหาร โคขุน วัว	9	7	1	1
ข้าว ทำนา	6	2	2	2
ออมทรัพย์	1	1	-	-
เลี้ยงแพะ	10	9	1	-
ยางกันถ้วย	1	1	-	-
เลี้ยงเป็ด ไก่ ไข่ไก่	2	2	-	-
ผลิตพืช ลองกอง ผัก ขมิ้น ข้าวโพด	13	4	-	9
เพาะพันธุ์ไม้				
ผลิตปัจจัยการผลิต ปุ๋ยหมัก	2	-	-	2
ท่องเที่ยวอนุรักษ์ป่าชายเลน	1	1	-	-

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ประเภทกิจการ	จำนวนผลิตภัณฑ์	จำนวน (วิสาหกิจชุมชน)	จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์	จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์	จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์
เลี้ยงปลา		2	1	1	-
ข้อคำถาม		จำนวน (วิสาหกิจชุมชน)		ร้อยละ	
การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตสินค้า					
ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในท้องถิ่น			145		37.8
ทรัพยากรหรือวัตถุดิบนอกท้องถิ่น			24		6.3
ทรัพยากรหรือวัตถุดิบทั้งในและนอกท้องถิ่น			215		56.
รวม			384		100.0
ความเป็นอยู่ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน					
รายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย			254		66.1
มีหนี้สินลดลง			35		9.1
มีเงินออม			88		22.9
รายได้ไม่เพียงพอ			4		1.0
มีรายได้เพิ่มแต่ไม่แน่นอน			1		0.3
บางคนมีหนี้สิน			1		0.3
มีรายได้เสริม			1		0.3
รวม			384		100.0

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน	จำนวน (วิสาหกิจ ชุมชน)	ร้อยละ (การถูกเลือก)
วิสาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนการศึกษาแก่ ชุมชน	164	26.5
วิสาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนให้เงิน ช่วยเหลือคนในชุมชน	201	32.4
วิสาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนการสร้าง สาธารณูปโภค เช่น การจัดการสิ่งปฏิกูล ระบาย หมู่บ้าน ถนนภายในหมู่บ้าน เป็นต้น	52	8.4
วิสาหกิจชุมชนมีการร่วมกิจกรรมเพื่อให้ตระหนัก คุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ	203	32.7
รวม	620	100.0

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 384 กลุ่ม พบว่า วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยส่วนใหญ่เป็นจังหวัดปัตตานี จำนวน 243 กลุ่ม (ร้อยละ 63.3) รองลงมาจังหวัดนราธิวาส จำนวน 74 กลุ่ม (ร้อยละ 19.3) และจังหวัดยะลา จำนวน 67 กลุ่ม (ร้อยละ 17.4) เมื่อพิจารณารายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า รายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จำนวน 169 กลุ่ม (ร้อยละ 44.0) จำนวนสมาชิกเท่าเดิม จำนวน 291 กลุ่ม (ร้อยละ 75.8) ส่วนใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดำเนินการประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร จำนวน 204 กลุ่ม การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ส่วนใหญ่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบทั้งในและนอกท้องถิ่น จำนวน 215 กลุ่ม (ร้อยละ 56.1) ความเป็นอยู่ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย จำนวน 254 กลุ่ม (ร้อยละ 66.1) และการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่เลือกตอบวิสาหกิจชุมชนมีการร่วมกิจกรรมเพื่อให้ตระหนักคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ จำนวน 203 กลุ่ม (ร้อยละ 32.7)

4.2 ผลการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยายของตัวแปรที่ศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษา 4 ตัวแปรแฝง ประกอบด้วย การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยมี 14 ตัวแปรสังเกตได้ดำเนินการวิเคราะห์ด้วยค่าสถิติบรรยาย ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่ง ดังรายละเอียดตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปร

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปล ผล	ค่าความเบ้ (Skewness: SK)	ค่าความ โด่ง (Kurtosis: KU)
การมุ่งเน้นความเป็น ผู้ประกอบการ					
1. ด้านการสร้างสรรค์ นวัตกรรม/ สิ่งใหม่	3.81	0.547	มาก	-0.272	-0.082
2. ด้านการบริหารความเสี่ยง	3.82	0.595	มาก	-0.205	-0.552
3. ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	3.77	0.616	มาก	-0.206	-0.235
4. การดำเนินงานเชิงรุก	3.74	0.646	มาก	-0.054	-0.383
5. ความเป็นอิสระในการ บริหารกลุ่ม	3.91	0.594	มาก	-0.326	-0.168
กลยุทธ์การสร้างความ แตกต่าง					
6. การใช้ทรัพยากรเพื่อการ วิจัยและพัฒนา	3.65	0.623	มาก	-0.116	-0.221
7. การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ และบริการใหม่	3.70	0.706	มาก	-0.274	0.104
8. การส่งเสริมการตลาด ให้กับภาพลักษณ์ของตรา สินค้า	3.76	0.670	มาก	-0.259	-0.202

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และค่าความโด่งของตัวแปร (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปล ผล	ค่าความเบ้ (Skewness: SK)	ค่าความ โด่ง (Kurtosis: KU)
ความสามารถในการบูรณาการ					
ความรู้					
9. วัฒนธรรมการเรียนรู้	3.92	0.608	มาก	-0.225	-0.382
10.ความสามารถใน กระบวนการจัดการความรู้	3.79	0.629	มาก	-0.162	-0.549
11.ความสามารถทาง เทคโนโลยีสารสนเทศ	3.52	0.734	มาก	-0.180	-0.295
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน					
12.ผลการดำเนินงานด้าน สังคม	3.93	0.636	มาก	-0.272	-0.082
13.ผลการดำเนินงานด้าน สิ่งแวดล้อม	3.73	0.650	มาก	-0.205	-0.552
14.ผลการดำเนินงานด้าน เศรษฐกิจ	3.79	0.647	มาก	-0.206	-0.235

ตารางที่ 4.2 เป็นการประเมินด้วยแบบสอบถามที่มีมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.52 – 3.93 ของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านสังคม มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.93 ผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.79 และ 3.73 ตามลำดับ

รองลงมาคือ ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการกระบวนการจัดการความรู้ และความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.92 3.78 และ 3.52 ตามลำดับ

ตัวแปรความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มๆ ด้านการบริหารความเสี่ยง ด้านการสร้างสร้งนวัตกรรม/สิ่งใหม่ ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน การดำเนินงานเชิงรุก มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.91 3.82 3.81 3.77 และ 3.74 ตามลำดับ

ตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่ และบริการใหม่ และการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและ มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.77 3.70 และ 3.65 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ลักษณะการแจกแจงการกระจายข้อมูลของตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด พบว่า ตัวแปรสังเกตได้โดยส่วนใหญ่มีค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.326 ถึง -0.054 ซึ่งน้อยกว่าเกณฑ์ ± 3 เรียกว่า เป็นค่าความเบ้เป็นลบ (Negative Skewness) หมายถึง คะแนนข้อมูลส่วนใหญ่สูงกว่าค่าเฉลี่ย หรือกล่าวได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรที่ศึกษาในระดับค่าสูง เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.082 ถึง 0.104 ซึ่งมีค่ามากกว่าศูนย์ (0) หรือเรียกว่า ความโด่งเป็นค่าบวก (Positive Kurtosis) หรือเรียกว่าความโด่งเป็นบวก (Positive kurtosis) มีลักษณะการกระจายเป็นโค้งปกติแบบมียอดสูง (Leptokurtic) แสดงว่าข้อมูลมีการกระจายน้อย (Kline, 2011) แต่เป็นไปตามเกณฑ์ กล่าวคือ ไม่เกิน ± 10 ดังนั้น การแจกแจงของข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ในภาพรวม พบว่า ค่าความเบ้และค่าความโด่งดังกล่าวเข้าใกล้ศูนย์ (0) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จึงมีลักษณะการแจกแจงของข้อมูลเข้าใกล้โค้งปกติ

ตารางที่ 4.3 ค่าความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัย

ตัวแปร	ค่า KMO	Bartlett's Test of Sphericity	df	p-value
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	0.898	1277.258	10	0.000
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	0.749	781.965	3	0.000
ความสามารถในการบูรณาการความรู้	0.728	637.322	3	0.000
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	0.727	470.454	3	0.000

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ค่า KMO รายตัวแปร อยู่ระหว่าง 0.727-0.898 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 (สุกมาส อังสุโชติ และคณะ, 2554) แสดงว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเหมาะสมกับการวิเคราะห์ปัจจัย ส่วนการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Bartlett's Test of Sphericity ถ้า p-value น้อยกว่า จะปฏิเสธ H_0 แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์ y กับ x_1 กันมากพอที่จะวิเคราะห์องค์ประกอบได้

4.3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์ในครั้งนี้ได้จำแนกเป็นระดับความคิดเห็นของวิสาหกิจชุมชนในภาพรวม และในระดับตัวแปรสังเกตได้ ดังแสดงในตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (n = 384 วิสาหกิจชุมชน)

ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(S.D.)	แปล ผล
ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่			
1. กลุ่มฯ มีเทคนิคการสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่บนพื้นฐาน ของผลการวิจัยที่ยอมรับได้	3.77	0.759	มาก
2. กลุ่มฯ ให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ กับผลิตภัณฑ์และบริการ	3.89	0.655	มาก
3. พนักงานในกลุ่มฯ ยอมรับการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ เสมอ	3.96	0.690	มาก
4. สมาชิกของกลุ่มฯ ไม่ถูกตำหนิ แม้ว่าจะไม่มีความคิด ใหม่ ๆ ในการทำงาน	3.66	0.812	มาก
5. กลุ่มฯ ได้สนับสนุนสมาชิกในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ในกระบวนการผลิต/บริการให้เกิดขึ้นในสถาน ประกอบการ	3.84	0.742	มาก
6. กลุ่มฯ ได้ปรับการทำงานให้สอดคล้องกับการสร้าง ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	3.84	0.738	มาก
7. กลุ่มฯ ได้จัดให้มีการศึกษาหรืออบรมแก่สมาชิกอย่าง สม่ำเสมอ	3.74	0.787	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.81	0.547	มาก
ด้านการบริหารความเสี่ยง			
8. กลุ่มฯ มีความปรารถนาอย่างมากในการทำธุรกิจ ถึงแม้ จะมีความเสี่ยงเกิดขึ้น	3.79	0.760	มาก
9. กลุ่มฯ กล้าได้กล้าเสีย แต่ไม่เคยรู้สึกเหนื่อย	3.88	0.726	มาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการมุ่งเน้น
ความเป็นผู้ประกอบการ (n = 384 วิชาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน(S.D.)	แปล ผล
10. การเริ่มทำธุรกิจของกลุ่มฯ ได้คำนึงถึงความเสี่ยงใน การทำกำไรหรือผลประกอบการ	3.78	0.754	มาก
11. เมื่อต้องเผชิญกับการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่มี ความแน่นอน กลุ่มฯจะดำเนินการอย่างระมัดระวัง โดยนำข้อผิดพลาดในอดีตมาเป็นข้อมูลในการ วางแผนในอนาคต	3.86	0.796	มาก
12. กลุ่มฯ มักวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรคในการทำธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อป้องกันความ ผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	3.78	0.753	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.82	0.595	มาก
ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน			
13.ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มฯได้ลดราคาเพื่อเพิ่ม ส่วนแบ่งการตลาด/ยอดขาย	3.58	0.833	มาก
14.กลุ่มฯ มีการพัฒนาสินค้า/บริการอยู่เสมอ เพื่อแสวงหา โอกาสในการแข่งขัน	3.90	0.737	มาก
15.กลุ่มฯมีวิธีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่าง ต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มคุณภาพของสินค้า/บริการใน ราคาเดิม	3.87	0.737	มาก
16.กลุ่มฯ มักเพิ่มยอดขายด้วยการกำหนดราคาที่สามารถ แข่งขันได้	3.73	0.755	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.77	0.616	มาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของการมุ่งเน้น
ความเป็นผู้ประกอบการ (n = 384 วิศวกร (ต่อ)

ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การดำเนินงานเชิงรุก			
17. กลุ่มฯ มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ บริการใหม่	3.83	0.786	มาก
18. กลุ่มฯ มักแสวงหาข้อมูลเพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่ง เสมอ	3.72	0.754	มาก
19. กลุ่มฯ เป็นผู้ริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนคู่แข่งอย่าง ต่อเนื่อง	3.67	0.789	มาก
20. กลุ่มฯ ได้ปรับรูปแบบการทำธุรกิจ ด้วยการหาวิธีการ ผลิตหรือบริการรูปแบบใหม่ที่สามารถแข่งขันได้	3.73	0.748	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.74	0.646	มาก
ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ			
21. กลุ่มฯ จูงใจให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ๆที่เป็น ประโยชน์ต่อผลตอบแทน	3.91	0.726	มาก
22. กลุ่มฯ ให้อิสระแก่สมาชิกในการการปรับปรุง กระบวนการผลิต/บริการใหม่	3.88	0.730	มาก
23. กลุ่มฯ มุ่งให้สมาชิกตัดสินใจด้วยความระมัดระวังเมื่อ มีการผลิต/บริการใหม่	3.81	0.745	มาก
24. กลุ่มฯ มีการทำงานที่มีความยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุน สมาชิกให้เกิดความคิดใหม่ ๆ	3.87	0.719	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.91	0.594	มาก
รวมทั้งหมด	3.81	0.519	มาก

ตารางที่ 4.4 แสดงระดับความคิดเห็นของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า
วิศวกรมีการปฏิบัติการต่อการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.519 จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.91 รองลงมา คือ ตัวแปรการบริหารความเสี่ยง การสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่ ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน และการดำเนินงานเชิงรุก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.82 3.81 3.77 และ 3.74 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของข้อคำถามตามการจัดลำดับค่าเฉลี่ยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังค่าเฉลี่ยต่ำสุด สรุป ดังนี้

ตัวแปรความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.81 ถึง 3.91 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ จูงใจให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผลตอบแทน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มุ่งให้สมาชิกตัดสินใจด้วยความระมัดระวังเมื่อมีการผลิต/บริการใหม่

ตัวแปรการบริหารความเสี่ยง เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.78 ถึง 3.88 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ กล้าได้กล้าเสียในการดำเนินงาน แต่ไม่เคยรู้สึกเหนื่อย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเริ่มทำธุรกิจของกลุ่มฯ ได้คำนึงถึงความเสี่ยงในการทำกำไรหรือผลประโยชน์ประกอบการ และกลุ่มฯ มักวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

ตัวแปรการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.74 ถึง 3.96 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานในกลุ่มฯ ขอรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เสมอ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ สมาชิกของกลุ่มฯ ไม่ถูกตำหนิ แม้ว่าจะไม่มีความคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน

ตัวแปรความมุ่งมั่นในการแข่งขัน เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.58 ถึง 3.90 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ มีการพัฒนาสินค้า/บริการอยู่เสมอ เพื่อแสวงหาโอกาสในการแข่งขัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มฯ ได้ลดราคาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด/ยอดขาย

ตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุก เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.67 ถึง 3.83 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ มีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ เป็นผู้ริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์
การสร้างความแตกต่าง (n = 384 วิศวกรกลุ่มชน)

ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา			
1. กลุ่มฯ มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่	3.63	0.820	มาก
2. กลุ่มฯ มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่	3.63	0.820	มาก
3. กลุ่มฯ มีสมาชิกที่มีคุณสมบัติและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (วิธีการทำธุรกิจ)	3.53	0.757	มาก
4. กลุ่มฯ ให้ความสำคัญต่อการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด	3.67	0.810	มาก
5. กลุ่มฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย	3.67	0.784	มาก
6. กลุ่มฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.74	0.753	มาก
7. กลุ่มฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง	3.65	0.804	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.65	0.623	มาก
การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่			
8. ในช่วงระยะเวลา 1-5 ปีแรก กลุ่มฯ มีการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด	3.72	0.904	มาก
9. ผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มฯ ที่เข้าสู่ตลาดจะมีความแตกต่างจากคู่แข่ง	3.64	0.853	มาก
10. กลุ่มฯ ได้พัฒนารูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์/บริการที่ดีกว่ารูปแบบเดิมอย่างต่อเนื่องเสมอ	3.73	0.822	มาก
11. กลุ่มฯ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเข้าสู่ตลาดได้เร็ว	3.60	0.825	มาก

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์
การสร้างความแตกต่าง (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ค่าเฉลี่ย(\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
		ค่าเฉลี่ย	ผล (S.D.)
12. ราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	3.69	0.808	
13. กลุ่มฯ ให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น การขายปลีก การขายส่ง	3.83	0.832	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.70	0.706	มาก
การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า			
14. กลุ่มฯ ได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	3.84	0.793	มาก
15. กลุ่มฯ มีข้อได้เปรียบจากการที่มีโอกาสทางการตลาด	3.66	0.761	มาก
16. กลุ่มฯ สร้างความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม	3.79	0.737	มาก
17. กลุ่มฯ ได้มีสินค้ามากกว่า 1 ชนิด และมีความแตกต่างอยู่เสมอ	3.77	0.882	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.76	0.670	มาก
รวมทั้งหมด	3.71	0.614	มาก

ตารางที่ 4.5 แสดงระดับความคิดเห็นของกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีการปฏิบัติการต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.614 จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้านี้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.76 รองลงมา คือ ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ และการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.70

และ 3.65 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของข้อคำถามตามการจัดลำดับค่าเฉลี่ยกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังค่าเฉลี่ยต่ำสุด สรุปดังนี้

ตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.66 ถึง 3.84 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ ได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มีข้อได้เปรียบจากการที่มีโอกาสทางการตลาด

ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.60 ถึง 3.83 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ ให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น การขายปลีก การขายส่ง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว

ตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.53 ถึง 3.74 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มีสมาชิกที่มีคุณสมบัติและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (วิธีการทำธุรกิจ)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของความสามารถในการบูรณาการความรู้ (n = 384 วิชาศึกษาชุมชน)

ปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้	ค่าเฉลี่ย(\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	
		เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
วัฒนธรรมการเรียนรู้			
1. สมาชิกแต่ละคนของกลุ่มฯ ใช้เวลาเพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	4.04	0.690	มาก
2. สมาชิกในกลุ่มฯ ได้ทบทวนแนวความคิดที่ได้จากแสดงความคิดเห็นร่วมกันเสมอ	3.89	0.696	มาก
3. สมาชิกกลุ่มฯ มีการถ่ายทอดการเรียนรู้ร่วมกัน	3.93	0.746	มาก
4. กลุ่มฯ ตระหนักดีว่าสมาชิกทุกคนควรมีความคิดริเริ่ม	3.88	0.721	มาก

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของความสามารถในการบูรณาการความรู้ (n = 384 วิชาศึกษาชุมชน) (ต่อ)

ปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้	ค่าเฉลี่ย(\bar{x})	ส่วน	
		เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปล ผล
5. กลุ่มฯ ได้ทำงานร่วมกับชุมชนภายนอก โดยให้การสนับสนุนชุมชน	3.84	0.805	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.92	0.608	มาก
ความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้			
6. กลุ่มฯ มีวิธีการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานในการดำเนินธุรกิจ	3.73	0.762	มาก
7. กลุ่มฯ มีกระบวนการแสวงหาความรู้ทางธุรกิจจากภายนอกกลุ่มให้แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	3.81	0.766	มาก
8. กลุ่มฯ ได้ถ่ายทอดความรู้ทางธุรกิจให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	3.80	0.747	มาก
9. กลุ่มฯ ใช้ความรู้ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่	3.76	0.742	มาก
10. กลุ่มฯ ใช้ความรู้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน	3.85	0.730	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.79	0.629	มาก

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของความสามารถในการบูรณาการความรู้ (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ความสามารถในการบูรณาการความรู้	ค่าเฉลี่ย(\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	
		เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล (S.D.)
ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ			
11. กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	3.49	0.873	มาก
12. กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้า	3.48	0.861	มาก
13. กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยในการกำหนดราคาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	3.54	0.823	มาก
14. กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของยอดขาย	3.55	0.835	มาก
15. กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนทางธุรกิจ	3.52	0.811	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.52	0.734	มาก
รวมทั้งหมด	3.74	0.591	มาก

ตารางที่ 4.6 แสดงระดับความคิดเห็นของความสามารถในการบูรณาการความรู้ พบว่าวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นของความสามารถในการบูรณาการความรู้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.591 จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรความสามารถในการบูรณาการความรู้อยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.92 รองลงมา คือ ตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ และความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.79 และ 3.52 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของข้อคำถามตามการจัดลำดับค่าเฉลี่ยความสามารถในการบูรณาการความรู้ของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังค่าเฉลี่ยต่ำสุด สรุปดังนี้

ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.84 ถึง 4.04 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การสมาชิกแต่ละคนของกลุ่มฯ ใช้เวลาเพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ ได้ทำงานร่วมกับชุมชนภายนอก โดยให้การสนับสนุนชุมชน

ตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.73 ถึง 3.85 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ ใช้ความรู้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มีวิธีการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานในการดำเนินธุรกิจ

ตัวแปรความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.48 ถึง 3.55 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของยอดขาย และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้า

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (n = 384 วิสาหกิจชุมชน)

ปัจจัยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	ค่าเฉลี่ย(\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	
		ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ผลการดำเนินงานทางสังคม			
1. กลุ่มฯ ได้จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยแก่สมาชิก	4.04	0.760	มาก
2. กลุ่มฯ สนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนในระดับที่สูงขึ้น	3.72	0.825	มาก
3. กลุ่มฯ ได้จัดให้มีเงินค่าตอบแทนที่เพียงพอแก่สมาชิก	3.82	0.802	มาก
4. กลุ่มฯ ได้ปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนด้วยความยุติธรรม และเสมอภาค	4.14	0.717	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.93	0.636	มาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	
		เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม			
5. กลุ่มฯ มีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้พลังงาน	3.79	0.814	มาก
6. กลุ่มฯ มีกระบวนการในการทำงานที่ช่วยลดขยะ	3.91	0.766	มาก
7. กลุ่มฯ มีกระบวนการในการทำงานนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่	3.64	0.946	มาก
8. กลุ่มฯ มีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้น้ำ	3.70	0.867	มาก
9. กลุ่มฯ ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	3.76	0.836	มาก
10. กลุ่มฯ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่น	3.88	0.893	มาก
11. กลุ่มฯ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายนอกท้องถิ่น	3.41	1.029	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.73	0.650	มาก
ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ			
12. ยอดขายของกลุ่มฯ สูงกว่าในปีที่ผ่านมา	3.62	0.858	มาก
13. การเติบโตของยอดขายของกลุ่มฯ สูงกว่าในปีที่ผ่านมา	3.61	0.796	มาก
14. จำนวนลูกค้าของกลุ่มฯ มากกว่าในปีที่ผ่านมา	3.66	0.788	มาก
15. คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯ ดีกว่าในปีที่ผ่านมา	3.80	0.763	มาก
16. สมาชิกของกลุ่มฯ มีประสิทธิภาพในการทำงานด้าน ความสามารถในการลดต้นทุนเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	3.75	0.779	มาก
17. กลุ่มฯ ให้ความสำคัญกับมาตรฐานการครองชีพของสมาชิก เช่น ค่าตอบแทน ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	3.89	0.766	มาก
18. กลุ่มฯ ได้สร้างงานและอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชน	3.99	0.754	มาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (n = 384 วิสาหกิจชุมชน) (ต่อ)

ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วน	
		เบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
19. กลุ่มฯ ได้สร้างการกระจายรายได้ที่ดีให้แก่กันในชุมชน เช่น รายได้ของคนในชุมชนจะดีขึ้น	3.98	0.754	มาก
รวม (ค่าเฉลี่ย)	3.79	0.647	มาก
รวมทั้งหมด	3.82	0.562	มาก

ตารางที่ 4.7 แสดงระดับความคิดเห็นของผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.562 จึงกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่มีระดับความคิดเห็นต่อตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนอยู่ในระดับมากใกล้เคียงกัน

เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 3.93 รองลงมา คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก คือ 3.79 และ 3.73 ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดของข้อคำถามตามการจัดลำดับค่าเฉลี่ยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดไปยังค่าเฉลี่ยต่ำสุด สรุปดังนี้

ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านสังคม เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.72 ถึง 4.14 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ ได้ปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนด้วยความยุติธรรม และเสมอภาค และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ สนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนในระดับที่สูงขึ้น

ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.61 ถึง 3.99 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ ได้สร้างงานและอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชน และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเติบโตของยอดขายของกลุ่มฯ สูงกว่าในปีที่ผ่านมา

ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อ พบว่า ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากอยู่ระหว่าง 3.41 ถึง 3.91 โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มฯ มีกระบวนการในการทำงานที่ช่วยลดขยะและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มฯ มีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ภายนอกท้องถิ่น

ตารางที่ 4.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	สัดส่วน (%)
ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ		
1. สมาชิกมีจำนวนน้อย แรงงาน ไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ทำให้ส่งสินค้าไม่ทัน	5	4.68
2. เวลาในการทำงานไม่ค่อยตรงกัน ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการทำกิจกรรมกลุ่ม และยากต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกัน	2	1.88
3. การจ้างงานแบบรายชิ้นมากกว่า เพราะเคยใช้วิธีจ้างงานแบบรายวัน แต่ไม่สามารถเพิ่มจำนวนผลผลิตได้ตามต้องการ	2	1.88
4. สมาชิกมีอายุมากขึ้น ศักยภาพลดลง ไม่สามารถทำงานละเอียดได้ เช่น การสานย่านลิเภา	1	0.93
5. สมาชิกกลุ่มขาดความสามารถในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น	1	0.93
6. การส่งเสริมเรื่องระบบกลุ่มให้ยั่งยืน	1	0.93
รวม	12	11.21
ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างแตกต่าง		
7. ขาดโรงงานที่มีมาตรฐาน ทำให้สินค้าไม่ได้เครื่องหมายมาตรฐาน จึงทำให้ยากต่อการทำตลาด เพราะไม่รองรับกับปริมาณความต้องการสินค้าของตลาดในอนาคตได้ และยากต่อการขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น ออ. ฮาลาล	17	15.89
8. เงินทุนมีจำกัดไม่สามารถขยายกำลังการผลิตขนาดใหญ่ได้ ทำให้การพัฒนาในกลุ่มค่อนข้างช้า เช่น การพัฒนา packaging	8	7.49
9. สนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีจุดเด่น	3	2.81

ตารางที่ 4.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	สัดส่วน (%)
10. ช่องทางตลาดยังไม่กว้างขวาง จำหน่ายได้ในชุมชน	3	2.81
11. มีการแข่งขันทางการตลาดค่อนข้างสูง	2	1.88
12. กลุ่มได้ปรับแผนในการผลิตและแปรรูป มาวางแผนผลิตวัตถุดิบแทน มุ่งแก้ปัญหาคาขาดแคลนวัตถุดิบ ปรับปรุงวัตถุดิบให้มีคุณภาพมาก ขึ้น และบูรณาการกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต หาดใหญ่ หรือศูนย์อำนวยการบริหารชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เพื่อ การแก้ปัญหาและปรับเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกร	1	0.94
13. กลุ่มบ้านเห็ดเบตงมีการนำส่วนแบ่งรายได้อย่างน้อย 40% นำมา จัดซื้อเครื่องมือต่าง ๆ เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์ และมีการแตกผลิตภัณฑ์ ย่อยในการเพิ่มสินค้ากลุ่ม	1	0.94
14. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่เป็นที่รู้จัก ควรมีการส่งเสริมการตลาดให้กับ กลุ่มต่างๆ	1	0.94
15. กลุ่มต้องการตลาดที่มั่นคง ต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มรายได้	1	0.94
รวม	37	34.58
ปัจจัยความสามารถในการบูรณาการความรู้		
16. ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าสู่ภายนอก	4	3.75
17. วัตถุดิบจากภายนอกมีราคาเพิ่มขึ้นทุกปี ขาดตลาด ต้นทุนวัตถุดิบสูง ทำให้ผลิตสินค้าไม่ต่อเนื่อง กลุ่มควรส่งเสริมให้สมาชิกเพาะปลูก	3	2.82
18. ขาดความรู้เรื่องการยืดอายุของผลิตภัณฑ์ การเก็บรักษารสชาติ และ กลิ่น	3	2.82
19. ต้องการการสนับสนุนด้านการตลาดและบรรจุภัณฑ์ใหม่	2	1.88
20. การเพิ่มสมาชิกที่มีทักษะทำได้ยาก	1	0.94
21. ขาดความรู้ภายในระบบ โรงเรือนทำให้มีสิ่งแปลกปลอมจำนวนมาก	1	0.94

ตารางที่ 4.8 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ด้านปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชน (ต่อ)

ข้อเสนอแนะ	จำนวน	สัดส่วน (%)
22. ขาดความรู้ในการลดต้นทุนการผลิตสินค้า	1	0.94
23. ขาดความรู้ในการพัฒนาคุณภาพผลิตสินค้า ความรู้ผลิตขนม	1	0.94
24. ต้องการข้อมูลข่าวสารในการจัดอบรม การออกบูธ การขอปัจจัยต่อ ยอดวิสาหกิจชุมชน	1	0.94
25. ขาดความรู้ในการแปรรูปผ้าทอ ประดิษฐ์เศษผ้าเหลือใช้	1	0.94
26. ต้องการศึกษาดูงานนอกพื้นที่ หลักการตลาด	1	0.94
รวม	19	17.76
ปัจจัยผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน		
27. ผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามต้องการของตลาด เพราะสมาชิกไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพผลผลิต ดังนั้น ควรส่งเสริมให้ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมามีคุณภาพเพื่อได้มีตลาดรองรับ	29	27.12
28. สภาวะเศรษฐกิจไม่แน่นอน รายได้ไม่คงที่ ตลาดลดลง ถูกค้าไม่ แน่นอน	4	3.85
29. ส่วนใหญ่กลุ่มนำเข้าวัตถุดิบจากภายนอกท้องถิ่นมากกว่าภายใน ท้องถิ่น ซึ่งวัตถุดิบภายนอกท้องถิ่นราคาสูง ทำให้ต้นทุนสูง จึงควร สนับสนุนองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์วัตถุดิบในพื้นที่	3	2.81
30. ได้ใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น	2	1.86
31. ปัญหาภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม แห้งแล้ง ทำให้ไม่สามารถคาดการณ์ ได้ล่วงหน้า	1	0.94
รวม	39	36.45
รวมทั้งหมด	107	100.00

ตารางที่ 4.8 ข้อเสนอแนะด้านปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีข้อเสนอทั้งหมด 107 ประเด็น โดยมีปัจจัยแรก คือ ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ คิดเป็นร้อยละ 11.21 ส่วนใหญ่มีปัญหาสมาชิกมีจำนวนน้อย แรงงานไม่เพียงพอ กับความต้องการของตลาด ทำให้ส่งสินค้าไม่ทันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.68 ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง คิดเป็นร้อยละ 34.58 ส่วนใหญ่ขาดโรงเรือนที่มีมาตรฐาน ทำให้สินค้าไม่ได้เครื่องหมายมาตรฐาน จึงทำให้ยากต่อการทำตลาด เพราะไม่รองรับกับปริมาณความต้องการสินค้าของตลาดในอนาคตได้ และยากต่อการขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานต่าง ๆ เช่น อย. ฮาลาล คิดเป็นร้อยละ 15.89 ปัจจัยที่สาม คือ ปัจจัยด้านความสามารถในการบูรณาการความรู้ คิดเป็นร้อยละ 17.76 ส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการพัฒนาสินค้าสู่ภายนอก คิดเป็นร้อยละ 3.75 ปัจจัยที่สี่ คือ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน คิดเป็นร้อยละ 36.45 ส่วนใหญ่ผลผลิตไม่ได้คุณภาพตามความต้องการของตลาด ควรส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นมาามีคุณภาพเพื่อได้มีตลาดรองรับ คิดเป็นร้อยละ 27.12

4.4 ผลการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของแบบจำลองสมการโครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ดำเนินการโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ เรียกว่า แบบจำลองการวัด (Measurement Model) และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Model) ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สรุปได้ ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นดำเนินการโดย 1) การตรวจสอบข้อมูลขาดหาย (Missing) 2) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรสังเกตได้ (Normal distribution) และ 3) การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อทราบถึงลักษณะของข้อมูล และจัดเตรียมข้อมูลให้เหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ซึ่งรายละเอียดสรุปได้ ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูลขาดหาย

การตรวจสอบข้อมูลขาดหาย พบว่า ข้อมูลมีการขาดหายในลักษณะแบบสุ่มจำนวน 6 ฉบับ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.56 (1.56%) ของจำนวนแบบสอบถามทั้งหมด 384 ชุด เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามลืมตอบคำถามบางข้อ และเมื่อพิจารณาภาพรวมของแบบสอบถามเหล่านั้น พบว่า มีความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบมากกว่าร้อยละ 95 (95%) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงคงข้อมูลของแบบสอบถามเหล่านั้นไว้ แล้วใช้วิธีประมาณค่าข้อมูลที่ขาดหายไปแทน (Replacement of Missing Data) โดยการนำค่าเฉลี่ยของตัวแปรนั้น ๆ มาเป็นค่าประมาณคะแนนของแต่ละตัวแปร ซึ่งผลการดำเนินงานการดังกล่าวไม่ทำให้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเดิมของตัวแปรเหล่านั้นเปลี่ยนแปลงไป (Enders, 2008)

2. การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรสังเกตได้

การประมาณค่าในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างโดยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood: ML) มีข้อตกลงเบื้องต้นว่าข้อมูลต้องมีการแจกแจงปกติหลายตัวแปร (Multivariate Normally) ซึ่งมีข้อสมมติที่แยกแ่การตรวจสอบ 3 ประการ คือ 1) ตัวแปรแต่ละตัวต้องแจกแจงแบบปกติ 2) การกระจายร่วมกัน (Joint Distributor) ของตัวแปรแต่ละคู่ต้องเป็นการแจกแจงแบบปกติของสองตัวแปร (Bivariate Normal) 3) ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทุกคู่เป็นเส้นตรง และมีความแปรปรวนแบบเดียวกัน (Homoscedastic) แต่เนื่องจากเป็นกระบวนการที่มีการตรวจสอบได้ยาก จึงสามารถพิจารณาตรวจสอบผ่านการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรเดียว (Univariate Normally) (Kline, 2011) โดยพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) ไม่เกิน 3.00 (ค่าสัมบูรณ์) และค่าความโด่ง (Kurtosis) 10.00 (ค่าสัมบูรณ์) แสดงว่าข้อมูลมีลักษณะการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (Kline, 2011) การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 14 ตัวแปร ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้ มีค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -0.326 ถึง -0.054 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.082 ถึง 0.104 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ (0) และอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ จากผลการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสรุปได้ว่า การแจกแจงข้อมูลในการศึกษานี้มีลักษณะการแจกแจงเข้าใกล้โค้งปกติ ดังแสดงในตารางที่ 4.2

3. การตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity)

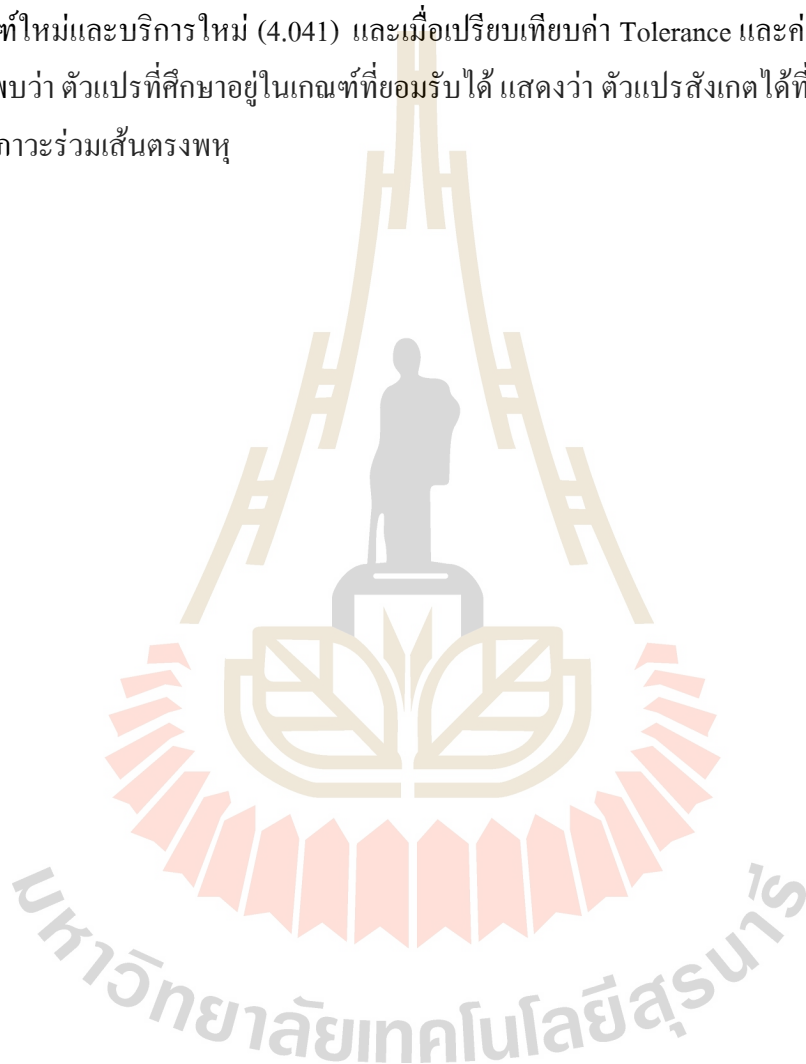
การวิเคราะห์ข้อมูลแบบจำลองสมการโครงสร้างต้องดำเนินการตรวจสอบการผันแปรร่วม หรือ ภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) เพื่อเป็นการยืนยันว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ไม่มีความสัมพันธ์กันสูง จนอาจเกิดผลต่อการวัดในสิ่งเดียวกันหรือทำนายซ้ำซ้อนกัน ซึ่งทำให้ผลในการวิเคราะห์ไม่เที่ยงตรง (Kline, 2011) ซึ่งสามารถวิเคราะห์ด้วย 3 วิธี (1) ค่า Tolerance ของตัวแปรสังเกตได้ที่มีค่าต่ำกว่า 0.01 ดังนั้น ตัวแปรควรมีค่า Tolerance ที่สูง

(2) ค่า VIF (Variance Inflation Factor) ที่มีค่าไม่มากกว่า 10 ดังนั้นตัวแปรควรมีค่า VIF ต่ำกว่า 10 และ (3) ความสัมพันธ์ร่วมระหว่างคู่ตัวแปร (Bivariate Correlation) ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เข้าใกล้หรือเท่ากับ 1.0 บ่งชี้ว่าตัวแปรมีปัญหาความผันแปรร่วมหรือภาวะร่วมเส้นตรงพหุอย่างสูงสุด (Hair et al, 2010) ซึ่งไม่เกินกว่า 0.9 (Kline, 2011) แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ ดังนั้น แต่ละคู่ไม่ควรมีความสัมพันธ์ร่วมกันสูงจนเกินไป ดังแสดงในตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 ผลการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุด้วยค่า Tolerance และ VIF

ตัวแปร	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ		
1. ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่	0.339	2.954
2. ด้านการบริหารความเสี่ยง	0.371	2.695
3. ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	0.348	2.872
4. การดำเนินงานเชิงรุก	0.276	3.619
5. ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ	0.348	2.875
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง		
6. การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา	0.255	3.918
7. การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	0.247	4.041
8. การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า	0.277	3.604
ความสามารถในการบูรณาการความรู้		
9. วัฒนธรรมการเรียนรู้	0.317	3.151
10. ความสามารถในการระดมการจัดการความรู้	0.254	3.942
11. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.354	2.823
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน		
12. ผลการดำเนินงานทางสังคม	0.349	2.863
13. ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	0.458	2.183
14. ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	0.336	2.978

ตารางที่ 4.9 ผลการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ จากการพิจารณาค่า Tolerance ของตัวแปรสังเกตได้จำนวน 14 ตัว พบว่า อยู่ระหว่าง 0.247 ถึง 0.458 โดยค่าต่ำสุด คือ ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (0.247) และค่าสูงสุด คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (0.458) และเมื่อพิจารณาค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 2.183 ถึง 4.041 โดยค่าต่ำสุด คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (2.863) และค่าสูงสุด คือ ตัวแปรตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (4.041) และเมื่อเปรียบเทียบค่า Tolerance และค่า VIF กับเกณฑ์ที่กำหนดพบว่า ตัวแปรที่ศึกษาอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ที่ศึกษาในครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ



ตารางที่ 4.10 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร

ตัวแปรแฝง	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1. ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่	1													
2. ด้านการบริหารความเสี่ยง	0.69	1												
3. ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	0.66	0.68	1											
4. การดำเนินงานเชิงรุก	0.71	0.69	0.73	1										
5. ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ	0.66	0.66	0.67	0.71	1									
6. การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา	0.73	0.68	0.71	0.74	0.69	1								
7. การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	0.70	0.67	0.69	0.73	0.63	0.79	1							
8. การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของ ตราสินค้า	0.66	0.63	0.70	0.74	0.62	0.73	0.79	1						
9. วัฒนธรรมการเรียนรู้	0.63	0.62	0.57	0.63	0.68	0.65	0.61	0.62	1					
10. ความสามารถในการระบวงการจัดการ ความรู้	0.69	0.65	0.67	0.71	0.65	0.71	0.71	0.74	0.76	1				
11. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	0.63	0.62	0.61	0.65	0.56	0.71	0.70	0.66	0.65	0.72	1			
12. ผลการดำเนินงานทางสังคม	0.65	0.60	0.58	0.59	0.64	0.63	0.65	0.65	0.70	0.62	0.74	1		
13. ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	0.54	0.54	0.50	0.49	0.52	0.60	0.54	0.56	0.61	0.60	0.60	0.60	1	
14. ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	0.65	0.66	0.67	0.67	0.67	0.76	0.60	0.68	0.73	0.67	0.72	0.68	0.63	1

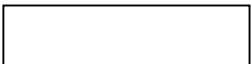
ตารางที่ 4.10 ผลจากการตรวจสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าเป็นบวก แสดงถึงความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมดมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคู่ตัวแปรระหว่าง 0.49 – 0.79 โดยมีคู่ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ต่ำสุด คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมกับการดำเนินงานเชิงรุก (0.49) สำหรับคู่ตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงที่สุด คือ ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่กับตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา (0.79) และตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้ากับตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (0.79) ซึ่งไม่เกินกว่า 0.9 (Kline, 2011) แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า การตรวจสอบปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) ของ 14 ตัวแปรสังเกตได้ ด้วยวิธีตรวจสอบค่า ค่า Tolerance ค่า VIF และความสัมพันธ์ร่วมระหว่างคู่ตัวแปร พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ แสดงได้ว่า ลักษณะของข้อมูล มีความเหมาะสมต่อการประมาณค่าโดยวิธีความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการ โครงสร้าง

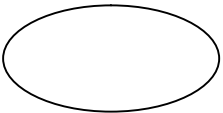


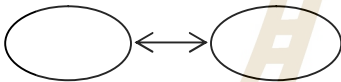
4.5 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์แบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันใช้สำหรับการตรวจสอบและยืนยันความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ที่พัฒนาจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี เพื่อวัดตัวแปรแฝงและยืนยันว่าตัวแปรสังเกตได้แต่ละกลุ่มว่าเป็นตัวบ่งชี้ที่เหมาะสมสำหรับตัวแปรแฝงที่กำหนด ตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝงที่นำไปวิเคราะห์ ได้ใช้สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด ดังตารางที่ 4.11 และดำเนินการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม (Overall Fit) ของแบบจำลองการวัด และการประมาณค่าพารามิเตอร์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด

สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด	ความหมาย
	ตัวแปรสังเกตได้ (observed variable)

ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด (ต่อ)

สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด	ความหมาย
	ตัวแปรแฝง หรือ องค์กรประกอบ (latent variable)
	ความคลาดเคลื่อน (error)
	เส้นทางค่านำหน้าอิทธิพล
ต้น → ตาม	ตัวแปรต้นมีผลทางตรงต่อตัวแปรตาม (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)
ต้น → คั่นกลาง → ตาม	ตัวแปรต้นมีผลทางอ้อมต่อตัวแปรตาม โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง (mediator variable) (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)
	ความแปรปรวนร่วม หรือความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปร
	ค่านำหน้าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรแฝง (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)
	ค่านำหน้าสัมประสิทธิ์อิทธิพลระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรสังเกตได้ (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)
EO	การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ
Innovativeness	การสร้างสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่
Inno1	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 1
Inno2	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 2
Inno3	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 3
Inno4	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 4
Inno5	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 5
Inno6	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 6
Inno7	ข้อความเกี่ยวกับการสรค่นวัตกรรม/สิ่งใหม่ข้อที่ 7

ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด (ต่อ)

สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด	ความหมาย
Risk Taking	การบริหารความเสี่ยง
Risk8	ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงข้อที่ 8
Risk9	ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงข้อที่ 9
Risk10	ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงข้อที่ 10
Risk11	ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงข้อที่ 11
Risk12	ข้อคำถามเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงข้อที่ 12
Competitiveness	การมุ่งมั่นในการแข่งขัน
Compete13	ข้อคำถามเกี่ยวกับการมุ่งมั่นในการแข่งขันข้อที่ 13
Compete14	ข้อคำถามเกี่ยวกับการมุ่งมั่นในการแข่งขันข้อที่ 14
Compet15	ข้อคำถามเกี่ยวกับการมุ่งมั่นในการแข่งขันข้อที่ 15
Compet16	ข้อคำถามเกี่ยวกับการมุ่งมั่นในการแข่งขันข้อที่ 16
Proactiveness	การดำเนินงานเชิงรุก
Proac17	ข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานเชิงรุกข้อที่ 17
Proac18	ข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานเชิงรุกข้อที่ 18
Proac19	ข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานเชิงรุกข้อที่ 19
Proac20	ข้อคำถามเกี่ยวกับการดำเนินงานเชิงรุกข้อที่ 20
Autonomy	ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ
Auto21	ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ ข้อที่ 21
Auto22	ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ ข้อที่ 22
Auto23	ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ ข้อที่ 23
Auto24	ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ ข้อที่ 24
Auto25	ข้อคำถามเกี่ยวกับความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ ข้อที่ 25
DS	กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
RD	การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา
RD1	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 1
RD2	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 2
RD3	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 3
RD4	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 4

ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด (ต่อ)

สัญลักษณ์ของ แบบจำลองการวัด	ความหมาย
RD5	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 5
RD6	ข้อคำถามเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนาข้อที่ 6
MKT	การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่
Mkt7	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 7
Mkt8	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 8
Mkt9	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 9
Mkt10	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 10
Mkt11	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 11
Mkt12	ข้อคำถามเกี่ยวกับการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ข้อที่ 12
Promote	การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า
Promote13	ข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตรา สินค้าข้อที่ 13
Promote14	ข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของข้อที่ 14
Promote15	ข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของข้อที่ 15
Promote16	ข้อคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า ของข้อที่ 16
KIC	ความสามารถในการบูรณาการความรู้
LC	วัฒนธรรมการเรียนรู้
LC1	ข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ข้อที่ 1
LC2	ข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ข้อที่ 2
LC3	ข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ข้อที่ 3
LC4	ข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ข้อที่ 4
LC5	ข้อคำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรมการเรียนรู้ข้อที่ 5

ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด (ต่อ)

สัญลักษณ์ของ แบบจำลองการวัด	ความหมาย
KMPC	ความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้
KMPC6	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ข้อที่ 6
KMPC7	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ข้อที่ 7
KMPC8	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ข้อที่ 8
KMPC9	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ข้อที่ 9
KMPC10	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ข้อที่ 10
ITC	ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ
ITC11	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศข้อที่ 11
ITC12	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศข้อที่ 12
ITC13	ข้อคำถามเกี่ยวกับความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศข้อที่ 13
CSP	ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน
SP	ผลการดำเนินงานทางสังคม
SP1	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสังคมข้อที่ 1
SP2	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสังคมข้อที่ 2
SP3	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสังคมข้อที่ 3
SP4	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสังคมข้อที่ 4
Environment	ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม
EnvP5	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 5
EnvP6	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 6
EnvP7	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 7
EnvP8	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 8
EnvP9	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 9
EnvP10	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 10
EnvP11	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อมข้อที่ 11

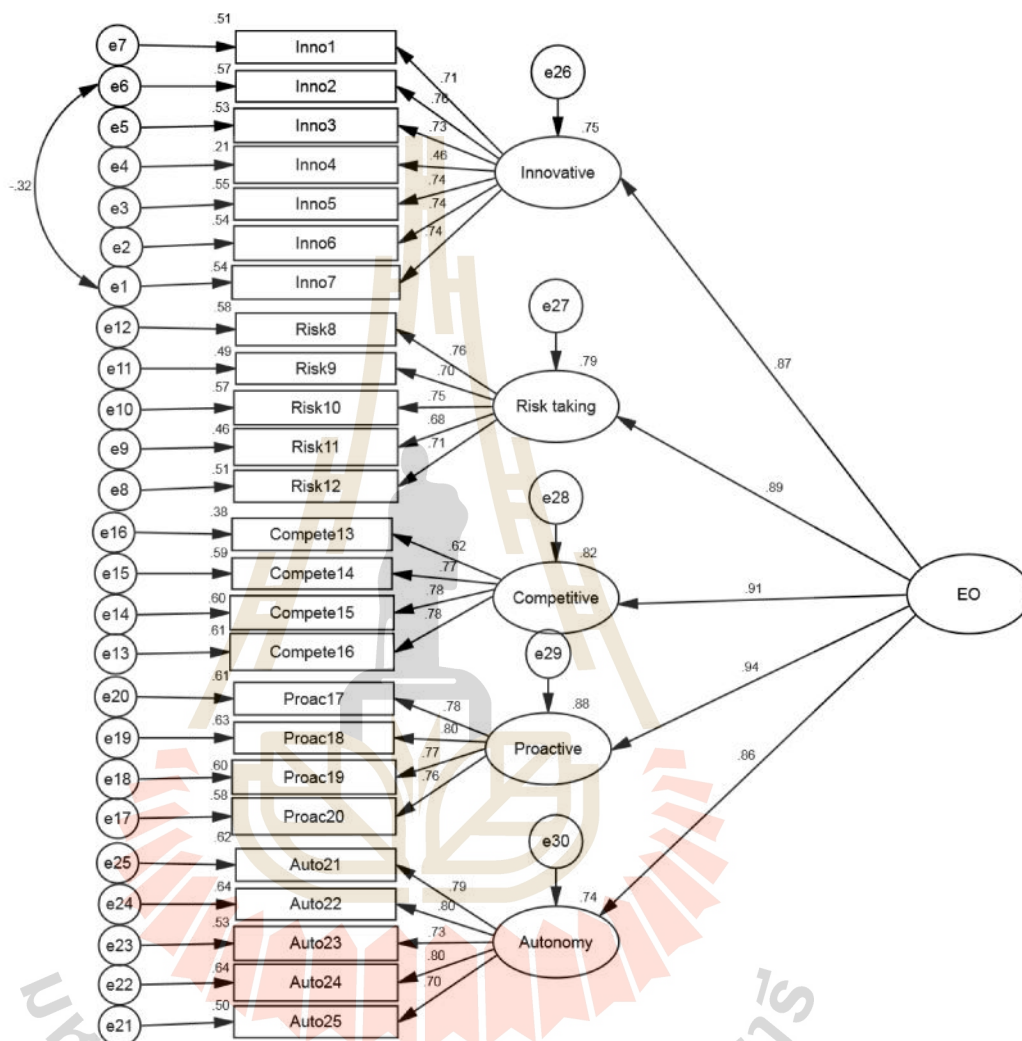
ตารางที่ 4.11 สัญลักษณ์ของแบบจำลองการวัด (ต่อ)

สัญลักษณ์ของ แบบจำลองการวัด	ความหมาย
Economic	ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ
Econ12	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 12
Econ13	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 13
Econ14	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 14
Econ15	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 15
Econ16	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 16
Econ17	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 17
Econ18	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 18
Econ19	ข้อคำถามเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจข้อที่ 19

4.5.1 การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝง

แบบจำลองการวัดในการศึกษานี้สร้างขึ้นจากการทบทวนทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จึงต้องดำเนินการยืนยันโครงสร้างเชิงเส้นระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ที่กำหนดขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับใด โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองการวัดได้ในภาพที่ 4.1-4.4 และตารางที่ 4.12-4.15

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความ
เป็นผู้ประกอบการกับตัวแปรสังเกตได้



Chi-square = 537.363, df = 269, p = .000, RMSEA = 0.051, SRMR = 0.023, CFI = 0.95

ภาพที่ 4.1 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับ
ตัวแปรสังเกตได้

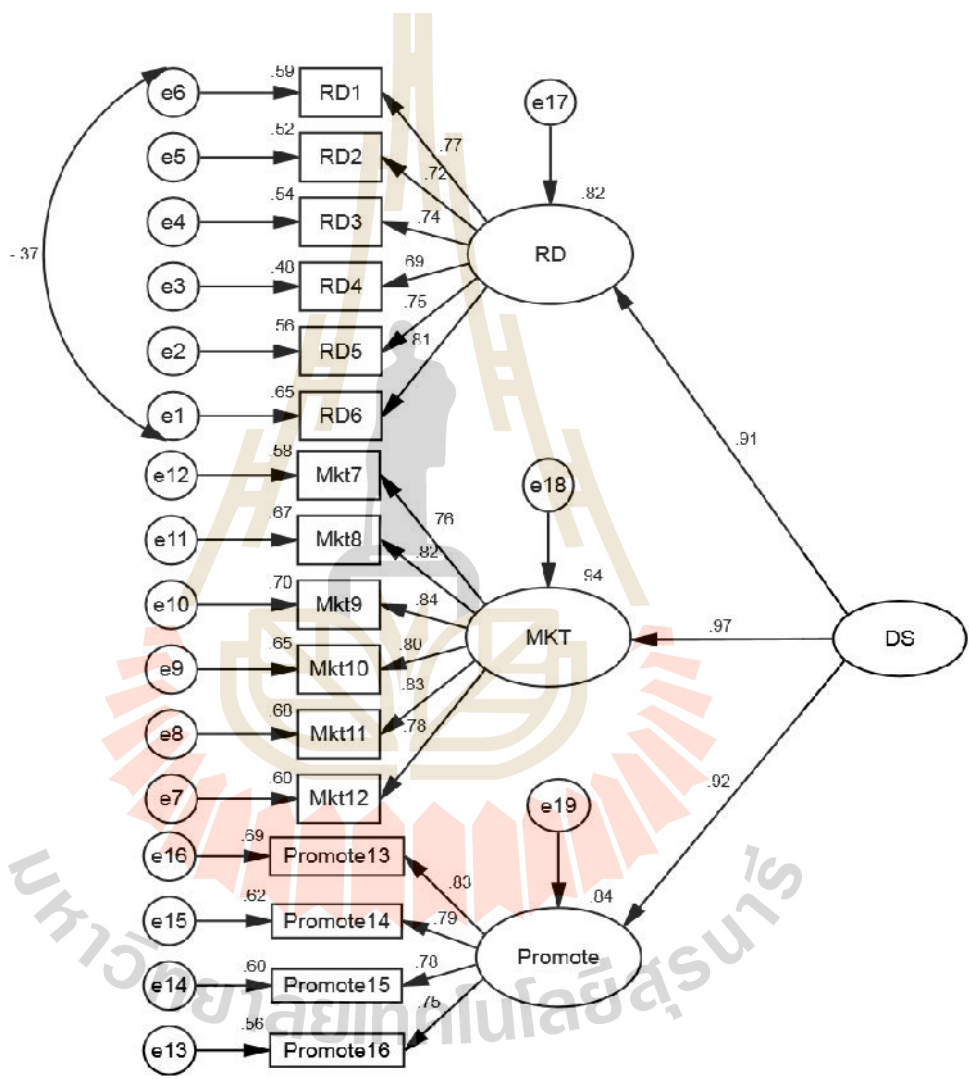
ตารางที่ 4.12 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแปร
แฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับตัวแปรสังเกตได้

ดัชนีวัดความ สอดคล้อง	ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง	การวิเคราะห์ ผล
1.	1.998	น้อยกว่า 3.00	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
2.	RMSEA 0.051	0.03-0.08		ผ่านเกณฑ์
3.	SRMR 0.023	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 (พิจารณาควคู่กับ CFI ที่ มากกว่า 0.92)		ผ่านเกณฑ์
4.	CFI 0.95	มากกว่า 0.92		ผ่านเกณฑ์

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการกับตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองการวัดจากภาพที่ 4.1 และตารางที่ 4.12 พบว่าค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 537.363 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 269 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 นั่นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งโดยปกติจะถูกพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากการให้ข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 13-29 ตัว ค่าสถิติไค-สแควร์ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 384 กลุ่ม และมีตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบตามข้อเสนอดังกล่าว จึงพิจารณาได้ว่า ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าผ่านเกณฑ์ อย่างไรก็ตามค่าสถิติไค-สแควร์มีข้อจำกัดที่ขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงควรพิจารณาค่าสถิติตัวอื่นๆประกอบ เช่น ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์ (χ^2) กับระดับความเป็นอิสระ (df) โดยกำหนดให้มีความน้อยกว่า 3.00 (Hair et al. 2010) ผลการตรวจสอบพบว่า มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.998 ซึ่งน้อยกว่า 3.00 บ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สำหรับการประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.051 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.03-0.08 จึงมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.023 ซึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 ผลการตรวจสอบบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ เช่นเดียวกับดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.95 ซึ่งมากกว่า 0.92 ผลการ

ตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองการวัดตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างกับตัวแปรสังเกตได้



Chi-square = 208.666, df = 100, p = .000, RMSEA = 0.053, SRMR = 0.018, CFI = 0.974

ภาพที่ 4.2 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างกับตัวแปรสังเกตได้

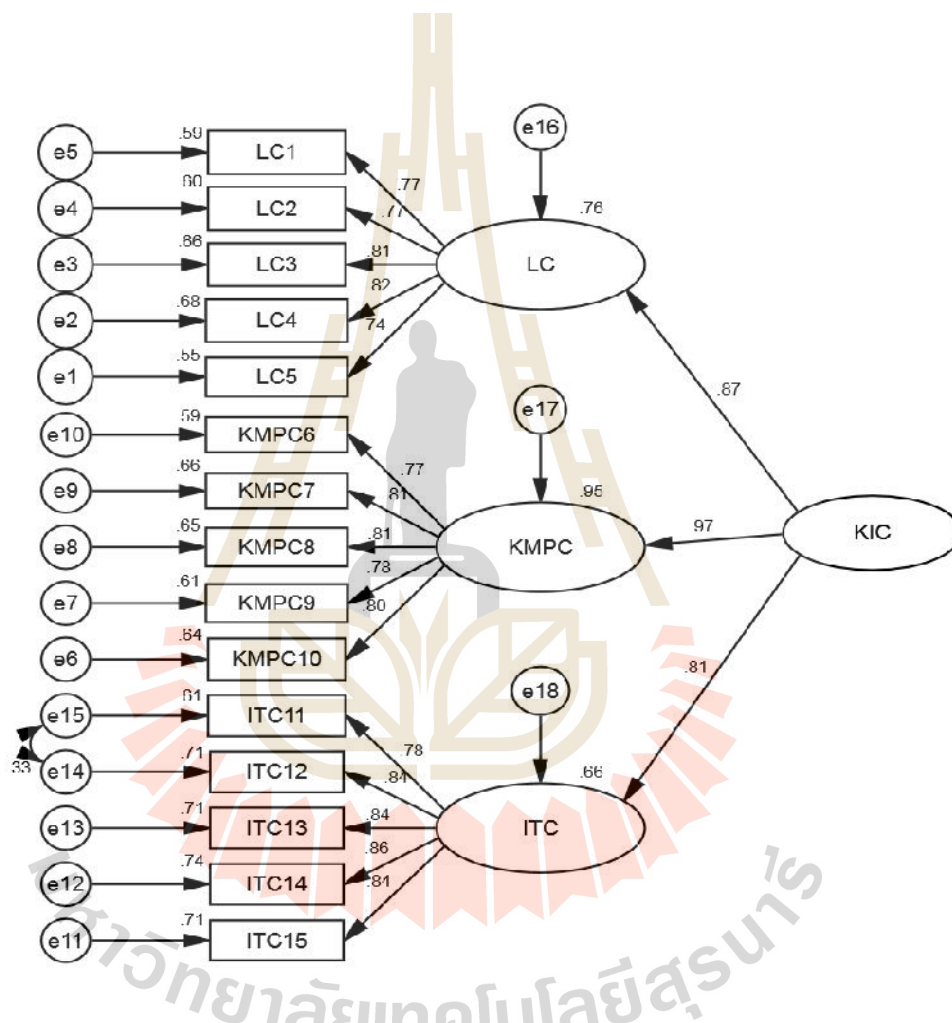
ตารางที่ 4.13 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างกับตัวแปรสังเกตได้

ดัชนีวัดความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง	การวิเคราะห์ผล
1.	χ^2/df	2.087	น้อยกว่า 3.00	Hair et al. (2010) ผ่านเกณฑ์
2.	RMSEA	0.053	0.03-0.08	
3.	SRMR	0.018	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 (พิจารณาควบคู่กับ CFI ที่มากกว่า 0.92)	
4.	CFI	0.974	มากกว่า 0.92	

จากการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างกับตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองการวัดจากภาพที่ 4.2 และตารางที่ 4.13 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 208.666 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 100 ค่า นัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 นั่นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่ง โดยปกติจะถูกพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากการให้ข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 13-29 ตัว ค่าสถิติไค- สแควร์ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจาก วิชาทฤษฎีชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 384 กลุ่ม และมีตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบตามข้อเสนอดังกล่าว จึงพิจารณาได้ว่า ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าผ่านเกณฑ์ ใดๆก็ตามค่าสถิติไค-สแควร์มีข้อจำกัดที่ขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงควรพิจารณาค่าสถิติตัว อื่นๆประกอบ เช่น ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์ (χ^2) กับ ระดับความเป็นอิสระ (df) โดยกำหนดให้มีค่าน้อยกว่า 3.00 (Hair et al. 2010) ผลการตรวจสอบ พบว่า มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.087 ซึ่งน้อยกว่า 3.00 บ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สำหรับการ ประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.053 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.03-0.08 จึงมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่าน เกณฑ์สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน มาตรฐาน (SRMR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.018 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 ผลการตรวจสอบจึง บ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ เช่นเดียวกับดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.974 ซึ่ง

มากกว่า 0.92 ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองการวัดตัวแปร
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงความสามารถในการ
บูรณาการความรู้กับตัวแปรสังเกตได้



Chi-square = 185.720, df = 86, p = .000, RMSEA = 0.055, SRMR = 0.021, CFI = 0.976

ภาพที่ 4.3 แบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้กับ
ตัวแปรสังเกตได้

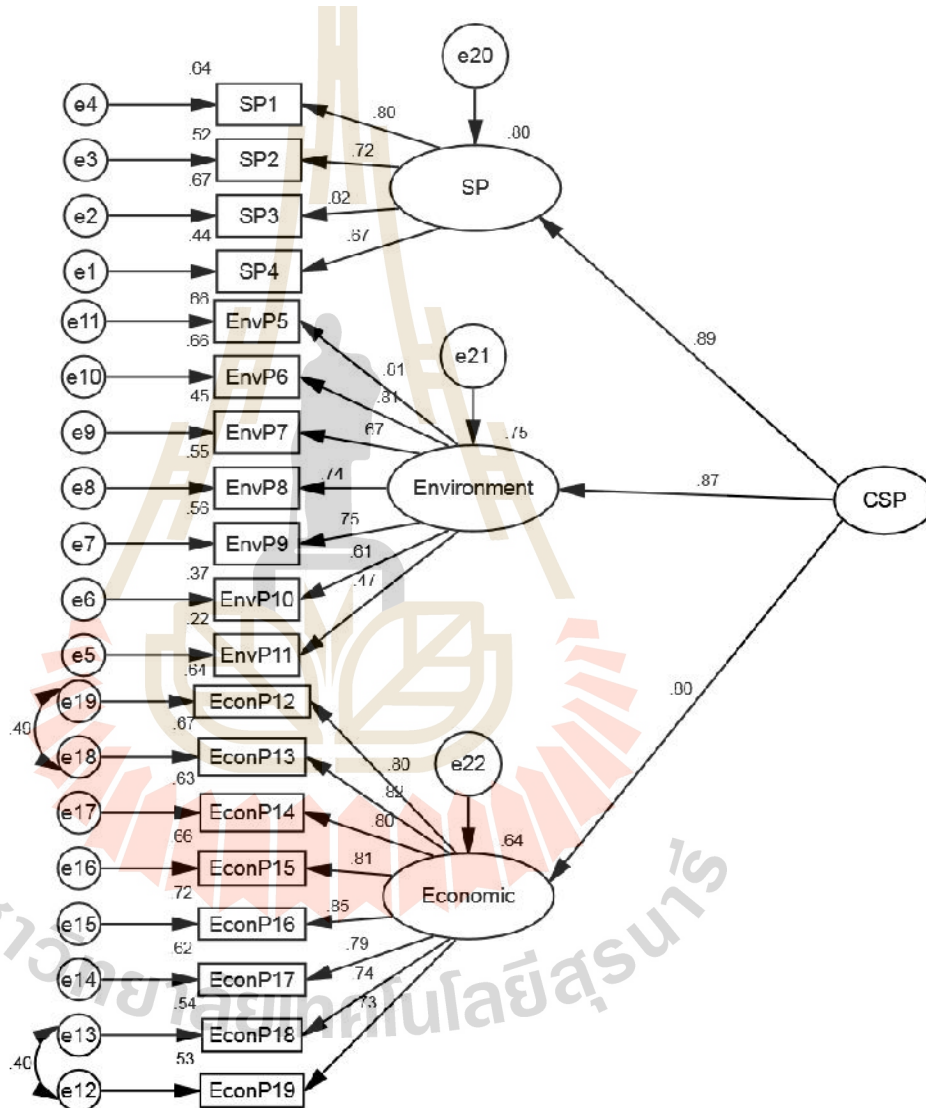
ตารางที่ 4.14 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้กับตัวแปรสังเกตได้

ดัชนีวัดความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง	การวิเคราะห์ผล	
1.	χ^2/df	2.160	น้อยกว่า 3.00	Hair et al. (2010) ผ่านเกณฑ์	
2.	RMSEA	0.055	0.03-0.08		ผ่านเกณฑ์
3.	SRMR	0.021	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 (พิจารณาควบคู่กับ CFI ที่มากกว่า 0.92)		ผ่านเกณฑ์
4.	CFI	0.976	มากกว่า 0.92		ผ่านเกณฑ์

จากการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรความสามารถในการบูรณาการความรู้กับตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองการวัดจากภาพที่ 4.3 และตารางที่ 4.14 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 185.720 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 86 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 นั่นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งโดยปกติจะถูกพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากการให้ข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 13-29 ตัว ค่าสถิติไค-สแควร์ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 384 กลุ่ม และมีตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบตามข้อเสนอดังกล่าว จึงพิจารณาได้ว่า ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าผ่านเกณฑ์ อย่างไรก็ตามค่าสถิติไค-สแควร์มีข้อจำกัดที่ขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงควรพิจารณาค่าสถิติตัวอื่นๆประกอบ เช่น ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์ (χ^2) กับระดับความเป็นอิสระ (df) โดยกำหนดให้มีความน้อยกว่า 3.00 (Hair et al. 2010) ผลการตรวจสอบพบว่า มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.160 ซึ่งน้อยกว่า 3.00 บ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สำหรับการประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.055 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.03-0.08 จึงมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีการากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.021 ซึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ เช่นเดียวกับดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.976 ซึ่งมากกว่า 0.92

ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองการวัดตัวแปรความสามารถในการบูรณาการความรู้ที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรแฝงผลการดำเนินงาน อย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้



Chi-square = 392.372, df = 147, p = .000, RMSEA = 0.066, SRMR = 0.030, CFI = 0.947

ภาพที่ 4.4 แบบจำลองการวัดของตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้

ตารางที่ 4.15 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของตัวแปร
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้

ดัชนีวัดความสอดคล้อง	ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง	การวิเคราะห์ผล	
1.	χ^2	2.669	น้อยกว่า 3.00	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
2.	RMSEA	0.066	0.03-0.08		ผ่านเกณฑ์
3.	SRMR	0.030	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 (พิจารณาควบคู่กับ CFI ที่ มากกว่า 0.92)		ผ่านเกณฑ์
4.	CFI	0.947	มากกว่า 0.92		ผ่านเกณฑ์

จากการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดของตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับตัวแปรสังเกตได้ของแบบจำลองการวัดจากภาพที่ 4.4 และตารางที่ 4.15 พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 392.372 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 147 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 นั้นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งโดยปกติจะถูกพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากการให้ข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 13-29 ตัว ค่าสถิติไค-สแควร์ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 384 กลุ่ม และมีตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบตามข้อเสนอดังกล่าว จึงพิจารณาได้ว่า ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าผ่านเกณฑ์ อย่างไรก็ตามค่าสถิติไค-สแควร์มีข้อจำกัดที่ขึ้นอยู่กับขนาดกลุ่มตัวอย่าง จึงควรพิจารณาค่าสถิติตัวอื่นๆประกอบ เช่น ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) ซึ่งเป็นอัตราส่วนระหว่างค่าไค-สแควร์ (χ^2) กับระดับความเป็นอิสระ (df) โดยกำหนดให้มีค่าน้อยกว่า 3.00 (Hair et al. 2010) ผลการตรวจสอบพบว่า มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.669 ซึ่งน้อยกว่า 3.00 บ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ สำหรับการประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.066 มีค่าอยู่ระหว่าง 0.03-0.08 จึงมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.030 ซึ่งน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08 ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ เช่นเดียวกับดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.947 ซึ่งมากกว่า 0.92 ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า แบบจำลองการวัดตัวแปรผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

4.5.2 การประเมินค่าพารามิเตอร์

แบบจำลองการวัดซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวแปรแฝงและ 14 ตัวแปรสังเกตได้ สามารถดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองการวัดซึ่งพิจารณาจากค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) ซึ่งวัดได้จาก (1) ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) (2) ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) (3) ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) และ (4) ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) ดังแสดงในตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ผลการประมาณค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ คะแนนดิบ	ค่าความคลาด เคลื่อนของค่าเฉลี่ย (SE)	ค่า นัยสำคัญ (Sig.)	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ คะแนนมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ การพยากรณ์ (R ²)	CR	AVE
การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ							
1. ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่	0.95	0.008	.00	0.83	0.69	0.91	0.79
2. ด้านการบริหารความเสี่ยง	1.01	0.010	.00	0.81	0.65		
3. ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน	1.07	0.010	.00	0.82	0.67		
4. การดำเนินงานเชิงรุก	1.17	0.009	.00	0.86	0.75		
5. ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ	1.00	0.010	.00	0.80	0.64		

ตารางที่ 4.16 ผลการประเมินค่าแบบจำลองการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ คะแนนดิบ	ค่าความคลาด เคลื่อนของค่าเฉลี่ย (SE)	ค่า นัยสำคัญ (Sig.)	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ คะแนนมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ การพยากรณ์ (R ²)	CR	AVE
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง							
6. การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา	1.00	0.008	.00	0.88	0.78	0.91	0.77
7. การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่	1.11	0.010	.00	0.89	0.80		
8. การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ ของตราสินค้า	1.05	0.010	.00	0.86	0.74		
ความสามารถในการบูรณาการความรู้							
9. วัฒนธรรมการเรียนรู้	0.85	0.010	.00	0.84	0.70	0.88	0.72
10. ความสามารถในการกระบวนการจัดการ ความรู้	0.94	0.008	.00	0.89	0.80		
11. ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ	1.00	0.015	.00	0.81	0.66		
ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน							
12. ผลการดำเนินงานทางสังคม	1.00	0.013	.00	0.79	0.63	0.82	0.60
13. ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม	0.91	0.017	.00	0.70	0.50		
14. ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ	1.07	0.012	.00	0.83	0.69		

จากตารางที่ 4.16 ผลการประเมินค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองการวัด พบว่า ภาพรวมของแบบจำลองการวัดจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) คะแนนดิบ แสดงว่า ตัวแปรสังเกตได้ทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) จึงสามารถยืนยันความสัมพันธ์ว่า ตัวแปรสังเกตได้มีความสัมพันธ์กับตัวแปรแฝงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ คะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าสูงกว่า 0.70 ทุกตัว โดยพบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) คะแนนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.70-0.89 จากเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ได้กำหนดว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ควรมีค่า 0.5 หรือสูงกว่า (ค่าขั้นต่ำที่ยอมรับได้) และ 0.7 หรือสูงกว่า (ค่าอยู่ในเกณฑ์ดี) แสดงว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรแฝงมีความแปรปรวนร่วมกันในการอธิบายตัวแปรแฝงในระดับสูงมาก ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) หรือค่าความเชื่อถือได้ของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัว บอกถึงความเชื่อมั่นของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของตัวแปรแฝง ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ยังมีค่าสูง ค่าความเชื่อถือได้จะยิ่งมากขึ้น (Kline, 2011) จากการศึกษา พบว่า ขนาดการอธิบายร่วมกันของตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวมีค่าเข้าใกล้ 1 โดยในภาพรวมมีค่า (R^2) อยู่ระหว่าง 0.50-0.80 แสดงว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้เกือบทุกตัวมีความคงที่สูงในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของแต่ละตัวแปรแฝง ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในระดับดี

ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝง พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.79 ซึ่งค่ามากกว่า 0.5 ที่กำหนดเป็นเกณฑ์ยอมรับได้ (Hair et al., 2010) จึงบ่งชี้ว่าไม่เกิดค่าผิดพลาดของการวัดที่ทำให้เกิดการผันแปรในตัวแปรสังเกตได้มากกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังศึกษาอยู่

ความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR) จากเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) กำหนดว่า ความเที่ยงตรงของตัวแปรแฝงอยู่ในระดับเกณฑ์ที่ดี ค่า CR ควรมีค่า 0.7 หรือสูงกว่า หากค่า CR มีค่าระหว่าง 0.6 ถึง 0.7 จะอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2010) จากแบบจำลองการวัด พบว่า ตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ระหว่าง 0.82 ถึง 0.91 ซึ่งค่ามากกว่า 0.70 ที่กำหนดเป็นเกณฑ์ยอมรับได้ จึงบ่งชี้ว่าตัวแปรแฝงทั้งหมดในแบบจำลองการวัดมีค่าความเที่ยงสูง

ผลการประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) ของแบบจำลองการวัด สรุปได้ว่า เป็นแบบจำลองการวัดที่มีคุณภาพเหมาะสมและมีความเที่ยงตรงในระดับดี

ตารางที่ 4.17 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

ตัวแปรแฝง	1	2	3	4
1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	1.00			
2. กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	0.86	1.00		
3. ความสามารถในการบูรณาการความรู้	0.82	0.82	1.00	
4. ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน	0.79	0.78	0.83	1.00

ตารางที่ 4.16 แสดงผลการศึกษาความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) พบว่า ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่า 0.78-0.86 ซึ่งไม่เกินกว่า 0.9 (Kline, 2011) บ่งชี้ว่า ตัวแปรแฝงมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกต่อกันในระดับเหมาะสม หรือกล่าวได้ว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป

4.6 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

แบบจำลองสมการ โครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ในการศึกษานี้สร้างขึ้นจากการทบทวนทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวแปรแฝง และ 14 ตัวแปรสังเกตได้และได้เสนอสมมติฐานตามความสัมพันธ์เชิงเหตุและตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังต่อไปนี้

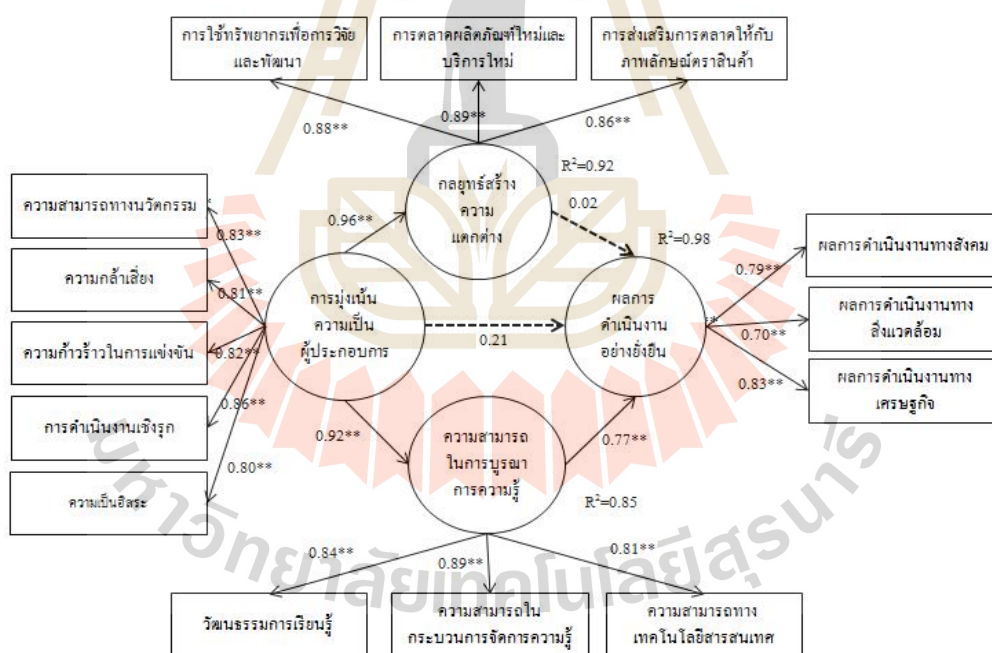
1. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน
2. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง
3. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้
4. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

5. การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย จะดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อ 1) การตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการ โครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) การศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่เป็นสาเหตุที่ในการเกิดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.5.1 การตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวม (Overall Fit) ของแบบจำลองสมการ โครงสร้าง

การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการ โครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 4.5 และตารางที่ 4.16 ดังนี้



Chi-square= 189.09, df= 71, p=0.00, RMSEA= 0.066, SRMR=0.011, CFI=0.975

หมายเหตุ: ** p < .01 เส้นประ คือ เส้นทางอิทธิพลของตัวแปรที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ภาพที่ 4.5 แบบจำลองสมการ โครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน)

หมายเหตุ: ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการ โครงสร้างที่แสดงผล Error term ปรากฏอยู่ในภาคผนวก ค

ตารางที่ 4.18 การประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ดัชนีวัดความสอดคล้อง		ค่าสถิติ	เกณฑ์การพิจารณา	อ้างอิง	การวิเคราะห์ผล
1.	χ^2/df	2.663	น้อยกว่า 3.00	Hair et al. (2010)	ผ่านเกณฑ์
2.	RMSEA	0.066	0.03-0.08		ผ่านเกณฑ์
3.	SRMR	0.011	น้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.80 (พิจารณาควบคู่กับ CFI ที่มากกว่า 0.92)		ผ่านเกณฑ์
4.	CFI	0.975	มากกว่า 0.92		ผ่านเกณฑ์

* $p < .05$, ** $p < .01$

จากภาพที่ 4.5 และตารางที่ 4.18 ทำการประเมินความสอดคล้องของแบบจำลองสมการ โครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 189.09 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 71 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 นั้นหมายถึง ค่าสถิติไค-สแควร์มีนัยสำคัญทางสถิติ จะถูกพิจารณาว่าไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด แต่จากการให้ข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2010) ได้กล่าวว่าในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตได้มีจำนวน 13-29 ตัว ค่าสถิติไค-สแควร์ได้รับการคาดหวังให้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติได้ ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากวิชาศึกษิตยชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวน 384 กลุ่ม และมีตัวแปรสังเกตได้ 14 ตัวแปร ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบตามข้อเสนอดังกล่าว จึงพิจารณาได้ว่า ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่าผ่านเกณฑ์ระดับยอมรับได้ นอกจากนั้น ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.663 ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับเกณฑ์ที่นักวิชาการกำหนดว่าระดับยอมรับได้ควรมีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์น้อยกว่า 3.00 (Hair et al. 2010) ซึ่งบ่งชี้ว่าแบบจำลองสมการ โครงสร้างนี้ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด สำหรับการประเมินด้วยดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.066 (เกณฑ์การพิจารณา 0.03-0.08) ซึ่งมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์สอดคล้องกับการประเมินด้วยดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.011 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (เกณฑ์การพิจารณาน้อยกว่าหรือเท่ากับ 0.08) ผลการตรวจสอบจึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ เช่นเดียวกับดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.975 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (เกณฑ์การพิจารณามากกว่า 0.92) จึงบ่งชี้ว่าผ่านเกณฑ์ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการ โครงสร้างที่กำหนดมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดี

เมื่อพิจารณาแบบจำลองสมการ โครงสร้างในภาพที่ 4.5 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้ค่าสูงกว่า 0.70 ทุกตัว โดยพบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.74 ถึง 0.89 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่กำหนดว่าค่า 0.7 หรือสูงกว่า ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ดี แสดงว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้แต่ละตัวแปรมีความแปรปรวนร่วมกันในการอธิบายตัวแปรแฝงในระดับสูง ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างในระดับดี เมื่อพิจารณาแบบจำลองสมการ โครงสร้างในแต่ละรายตัวแปรแฝงเพื่อการวิเคราะห์ว่าตัวแปรสังเกตได้ตัวแปรใดจะสามารถเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีในแต่ละตัวแปรแฝง ด้วยการพิจารณาจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คะแนนมาตรฐาน ดังนี้

1) ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการวัดด้วย 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม ตัวแปรความกล้าเสี่ยง ตัวแปรความก้าวร้าวในการแข่งขัน ตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุก และตัวแปรความเป็นอิสระ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 0.80 ถึง 0.86 โดยตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุกมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานสูงสุด คือ 0.86 รองลงมา คือ ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม ตัวแปรความก้าวร้าวในการแข่งขัน ตัวแปรความกล้าเสี่ยง และตัวแปรความเป็นอิสระ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.83 0.82 0.81 และ 0.80 ตามลำดับ

2) ตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง วัดด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ และตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 0.86 ถึง 0.89 โดยตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานสูงสุด คือ 0.89 รองลงมา คือ ตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา และตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.88 และ 0.86 ตามลำดับ

3) ตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้ วัดด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้ ตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ ตัวแปรความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 0.81 ถึง 0.89 โดยตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานสูงสุด คือ 0.89 รองลงมา คือ ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้ และตัวแปรความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.84 และ 0.81 ตามลำดับ

4) ตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน วัดด้วย 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสังคม ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม และตัวแปรผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ คำนวณน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกตได้มีค่าระหว่าง 0.70 ถึง 0.83 โดยตัวแปรผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐานสูงที่สุด คือ 0.83 รองลงมา คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสังคม และตัวแปรผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบคะแนนมาตรฐาน 0.79 และ 0.70 ตามลำดับ

4.5.2 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมในแบบจำลองสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: IE) และอิทธิพลรวม (Total Effect: TE) ในแบบจำลองสมการโครงสร้าง เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรเชิงสาเหตุที่มีผลต่อตัวแปรผลในแบบจำลองสมการโครงสร้าง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ทั้งอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม ดังแสดงในตารางที่ 4.17

ตารางที่ 4.19 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: DE)	อิทธิพลรวม (Total Effect: TE)
EO → CSP	0.21 ^{ns}	-	0.21 ^{ns}
EO → DS	0.96**	-	0.96**
EO → KIC	0.92**	-	0.92**

* $p < .05$, ** $p < .01$, ns = no significant

ตารางที่ 4.19 แสดงค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับเข้าสู่มาตรฐาน) พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์

อิทธิพลเท่ากับ 0.21 ซึ่งเป็นการปฏิเสธสมมติฐาน 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน นอกจากนี้การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และ .0.92 ตามลำดับ ซึ่งยอมรับสมมติฐาน 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และยอมรับสมมติฐาน 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้

ตารางที่ 4.20 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: DE)	อิทธิพลรวม (Total Effect: TE)
EO → DS	0.96**	-	-
DS → CSP	0.02 ^{ns}	-	-
EO → DS → CSP	-	-	-

*p<.05, **p<.01, ns = no significant

ตารางที่ 4.20 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จึงปฏิเสธสมมติฐาน 4

ตารางที่ 4.21 ค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (คะแนนปรับสู่มาตรฐาน) ของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

ตัวแปร	อิทธิพลทางตรง (Direct Effect: DE)	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effect: DE)	อิทธิพลรวม (Total Effect: TE)
EO → KIC	0.92**	-	-
KIC → CSP	0.77**	-	-
EO → KIC → CSP	-	0.70**	-

*p<.05, **p<.01

ตารางที่ 4.21 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.92 ความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.77 เมื่อพิจารณาการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล $(0.92) (0.77) = 0.70$ ดังนั้น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.70 จึงยอมรับสมมติฐาน 5

4.7 การอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น นำมาสู่การอภิปรายผลการวิจัย โดยแบ่งหัวข้อในการอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

4.7.1 การศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีระดับการปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ตัวแปรความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ เป็นการให้เสรีภาพในการกระทำของบุคคลหรือทีมงานในการนำสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างประธานกลุ่ม คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ซึ่งกลุ่มได้ส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกนำเสนอความคิดเห็นใหม่ ๆ และผลักดันให้สมาชิกมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง ทำให้กลุ่มมีศักยภาพในการแข่งขันเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม พบว่า การดำเนินงานเชิงรุกมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังคงอยู่ในรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบเดิม ไม่ว่าจะป็นวิธีการขายรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนั้น การแนะนำวิถีหาความรู้ใหม่ ๆ โดยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า คู่แข่งขัน เพื่อวางแผนและพัฒนาการประกอบการของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ อาจมีการแลกเปลี่ยนความรู้จากวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (Hirst et al. 2009) อีกทั้งการพิจารณาช่องทางใหม่ที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เช่น การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ซึ่งควรศึกษาให้เข้าใจและนำไปทดลองใช้ พิจารณาถึงความมีประสิทธิผลความเป็นไปได้และความเหมาะสมของ

ช่องทางการจัดจำหน่ายกับการดำเนินงานของกลุ่ม สอดคล้องกับ Ivanov & Avasilcai (2014) ที่กล่าวว่า องค์กรควรเรียนรู้ว่า พนักงานมีความสำคัญในการพัฒนาความคิดใหม่ ๆ ดังนั้น ความต้องการความรู้ ทักษะ และความสามารถของพนักงานมีความสำคัญ โดยเฉพาะเทคโนโลยีและกระบวนการใหม่ ๆ ที่จะนำมาใช้ในตลาด อีกทั้งควรพัฒนาความสามารถในการบูรณาการความรู้ของพนักงานไปด้วยกัน (Gardner et al. 2012)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง พบว่า ตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนพยายามปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า อย่างไรก็ตามการที่องค์กรมีภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่โดดเด่น ย่อมเกิดจากการมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ของตนเอง (RothaermeI, 2013) อีกทั้งภาพลักษณ์ตราสินค้าที่ดีจะช่วยสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า ด้วยการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ Zehir et al. (2015) ที่กล่าวว่า เมื่อสินค้ามีคุณภาพย่อมเป็นหลักประกันว่าสินค้าหรือบริการที่ได้รับตรงกับความต้องการ ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวเป็นการสะท้อนถึงการทำงานของบุคคลและทีมงานขององค์กรนั้น ๆ ดังนั้น เมื่อลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อตราสินค้า ย่อมส่งผลให้เกิดข้อได้เปรียบหรือโอกาสด้านการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ พบว่า ตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเป็นเพราะวิสาหกิจชุมชนขาดแนวคิดที่จะศึกษาและพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ไม่กล้าที่จะทำการทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ขาดงบประมาณในการวิจัยและพัฒนา ซึ่งอาจส่งเสริมความรู้ แนวคิดใหม่ ๆ วิธีคิดใหม่ ๆ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (Schot & Steinmueller, 2018) โดยรัฐบาลอาจส่งเสริมและสนับสนุนการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Elitok et al. 2016) การส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มได้ใช้ช่องทางอินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม หรือจัดให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไปอบรมพัฒนาฝีมือให้มีมาตรฐานการผลิต เพื่อสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับ Lome et al. (2016) ที่กล่าวว่า การวิจัยและพัฒนา มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร และความรู้ก็มีอิทธิพลต่อกิจกรรมการวิจัยและพัฒนา โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำ

ความสามารถในการบูรณาการความรู้ พบว่า ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนมีการถ่ายทอดความรู้ร่วมกันและการทบทวนแนวคิดที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น ซึ่งวัฒนธรรมการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบูรณาการความรู้ตรงกับ Xiao-di et al. (2008) และ Kim et al. (2002) ที่แนะนำให้องค์กรและทีมงานต้องพัฒนาพื้นฐานของการบูรณาการความรู้ให้เกิดขึ้น

และพบว่า ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนอาจให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศน้อย จึงควรเรียนรู้และส่งเสริมให้สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถด้านเทคโนโลยี ด้วยการให้ความสำคัญและเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างจริงจัง เพื่อการสนับสนุนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ตรงกับ Kim & Sanders (2002) และ Kim et al. (2012) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน และช่วยอำนวยความสะดวกให้ทีมงานมีปฏิสัมพันธ์ เพราะเป็นการส่งผลย้อนกลับทำให้คนที่ทำงานร่วมกันสามารถส่งข้อมูลที่ตรงประเด็น และตรงกับงานที่ทำ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการบูรณาการความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศต่อไปได้

ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน พบว่า ผลการดำเนินงานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ และผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม เพราะลักษณะการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดสภาพแวดล้อมในการทำงาน จัดสรรค่าตอบแทนที่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตและสะท้อนถึงการปฏิบัติงานของสมาชิกในวิสาหกิจชุมชนที่เกิดความยุติธรรม ส่งผลต่อการจ้างงานของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นการพัฒนาฝีมือสมาชิก อีกทั้งสามารถจัดสรรเวลาให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ สอดคล้องกับ Divito & Bohnsack (2017); Jiang et al. (2018) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่เน้นความยั่งยืนจะมีลักษณะตรงข้ามกับผู้ประกอบการที่มีมุมมองด้านเศรษฐกิจ คือ การคำนึงถึงผลประโยชน์ทางสังคมกับผลประโยชน์ของตนเอง ส่วนผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการใช้ทรัพยากรภายนอกท้องถิ่นมากกว่าภายในท้องถิ่น อีกทั้งกระบวนการทำงานไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกระบวนการทำงานไม่สามารถลดการใช้พลังงาน ลดขยะ มีการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ หรือการให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างเต็มที่ ดังนั้น กลุ่มควรสร้างความเข้าใจถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากการทำงาน และสร้างความตระหนักให้กับสมาชิก เพราะนอกจากจะเป็นการลดปัญหาสิ่งแวดล้อมแล้วยังส่งผลต่อการลดต้นทุน และเพิ่มกำไรได้ (Morimuraa & Sakagawa, 2018) โดยกลุ่มอาจต้องปรับกระบวนการทำงานให้มีของเสียน้อยสุด และการแปรรูปวัสดุที่เหลือใช้สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการใช้ทรัพยากรภายในท้องถิ่นมากกว่าการใช้ทรัพยากรจากภายนอกท้องถิ่น ดังที่ Jiang et al. (2018) โดยสรุปว่า ผู้ประกอบการที่มุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมจะมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและผลการดำเนินงานด้านการเงิน

4.7.2 การพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงสูงที่สุดต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.77 โดยที่ความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากความรู้ใหม่ได้มาจากภายในและภายนอกวิสาหกิจชุมชนอาจจะไม่มีประสิทธิภาพพอ สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงควรศึกษาข้อมูลจากลูกค้า คู่แข่ง หรือวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอื่น ๆ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับการบูรณาการความรู้ที่มีอยู่ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างสรรคงานนวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ดังที่ Tanriverdi (2005) และ Kim et al. (2012) กล่าวว่า การส่งเสริมความสามารถในการจัดการความรู้ ควรส่งเสริมในด้านการจัดการความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการความรู้ด้านลูกค้า และการจัดการความสามารถในการจัดการความรู้ ทั้งนี้ วิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ควรมีความสามารถในการบูรณาการความรู้เพื่อสนับสนุนกระบวนการจัดการความรู้ให้รวมกันเป็นระบบ อีกทั้งการจัดการความรู้ที่ประสบความสำเร็จ ควรจัดให้มีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อความรู้ (Lee & Choi, 2003; Škerlavaj et al., 2007) โดยจัดให้มีการพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคนิคและโครงสร้างพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อรองรับการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้นไป

4) ตัวแปรแฝงกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง พบว่า การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่เป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะเป็นวิธีการทางการตลาดที่ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายเสนอรายละเอียด รูปแบบที่แตกต่างของสินค้า โดยการกำหนดราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ เพื่อให้มีการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่สามารถสื่อสารข้อมูลกับผู้บริโภคให้รับรู้ว่ามีสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด (Lamey, Deleersnyder, Steenkamp, & Dekimpe, 2020) อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์และบริการในปัจจุบันอาจพบปัญหาหลังการออกแบบขึ้นใหม่โดยการลอกเลียนแบบหรือทำซ้ำได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องศึกษา หาข้อมูลเรียนรู้และพัฒนารูปแบบธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งตรงกับ Fred & Forest (2015) อธิบายว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นกลยุทธ์ที่ไม่สามารถรับประกันความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์พื้นฐานที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือผลิตภัณฑ์ที่มีการลอกเลียนแบบโดยคู่แข่ง นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการให้มีลักษณะที่แตกต่างสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ด้วยการบูรณาการด้านการตลาดกับทรัพยากรทางเทคโนโลยีที่ช่วยให้เกิดความได้เปรียบแก่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างและ

มีต้นทุนที่เหมาะสม (Kim, Shin, & Min, 2016) เพราะในปัจจุบันมีการแข่งขันที่มีความเข้มข้น ทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรเน้นกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Popadiuk & Choo (2007) ที่กล่าวว่า ผู้จัดการขององค์กรหรือประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นคนสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบด้านการแข่งขัน โดยพิจารณาจากฐานความสามารถในการใช้ทรัพยากรหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์

ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ เป็นปัจจัยมีอิทธิพลทางตรงที่มีความสำคัญเป็นลำดับสุดท้ายต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยมีตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุกเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากที่สุด เพราะการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่ม ถ้าผู้นำกลุ่มมีความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการให้สมาชิกของกลุ่มมีวินัย สามารถกำหนดวัตถุประสงค์หรือแผนในการดำเนินงานที่ชัดเจน นอกจากนั้นนโยบายของวิสาหกิจชุมชนควรสนับสนุนให้เน้นการวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างความสามารถขององค์กรในการสร้างคุณค่าในทรัพยากรและตอบสนองความพอใจของลูกค้า ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจน (Pratono & Mahmood, 2015) ขณะเดียวกันควรเน้นการพัฒนาสมาชิกในกลุ่มด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกเข้าถึงการศึกษาระดับมัธยมศึกษาให้มากขึ้นเพื่อเป้าหมายของการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว สอดคล้องกับ Montoya et al. (2017) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการสามารถขับเคลื่อนประสิทธิภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการได้สูงสุด

4.7.3 การวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ปฏิเสธสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการไม่มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน มีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 ส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีผู้นำกลุ่มหรือประธานกลุ่มมีบทบาทหลักในการขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชน แต่การขับเคลื่อนวิสาหกิจชุมชนเกิดจากความร่วมมือระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่ม สอดคล้องกับ Ireland & Webb (2007) ที่กล่าวว่า สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันที่รุนแรง ต้องการการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการในระดับบุคคล คือ ประธานกลุ่มหรือระดับกลุ่มคือ สมาชิกกลุ่ม เพื่อที่จะสร้างหรือคิดค้นสิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์ บริการ ภาพลักษณ์และกระบวนการที่แตกต่างที่ยากต่อการเลียนแบบจากคู่แข่ง ดังนั้น ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มควรร่วมมือกันในการคิด วิเคราะห์ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ อีกทั้งควรมุ่งเน้นการ

พัฒนาความสามารถในการจัดการความรู้ของกรรมการและสมาชิกในกลุ่มด้วยการส่งเสริมร่วมกับวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพ เพื่อการพัฒนาฝีมืออย่างมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว นอกจากนี้ ผลการวิจัยของกับ Josien (2012) และชัยนันท์ บุญอยู่ และคณะ(2559) กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อีกทั้งความสามารถทางนวัตกรรมขององค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร (Atalaya et al. 2013) ทั้งนี้ สามารถอธิบายได้ว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนเพียงตัวแปรเดียวไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จึงต้องเพิ่มตัวแปรส่งผ่านที่เกี่ยวข้อง เช่น ความสามารถในการบูรณาการความรู้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 3 ปีซึ่งไม่ใช่ผู้ประกอบการรายใหม่ จึงมีตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Shan et al. (2016) และ Hult et al. (2003) ที่อธิบายว่า ผู้ประกอบการรายใหม่ที่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการจะดำเนินการดีกว่ากิจการที่ไม่มีลักษณะการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ Salzmann et al. (2005) ได้สรุปว่า การจัดการผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กรพิจารณาจากการขับเคลื่อนธุรกิจด้วยกำไรหรือกลยุทธ์ขององค์กรที่ตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม เป็นสาเหตุจากการดำเนินกิจกรรมหลักและกิจกรรมรองขององค์กร

สมมติฐานที่ 2 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ขอมรับสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 แสดงให้เห็นว่า การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนโดยให้ความสำคัญในการทำงานเพื่อให้เกิดแนวคิดหรือกระบวนการใหม่ในการดำเนินธุรกิจ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ สามารถสร้างโอกาสด้านธุรกิจได้ สอดคล้องกับผลการศึกษา Zehir et al. (2015) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง อีกทั้ง Fred & Forest (2015) ที่กล่าวว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางนวัตกรรม โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ทั้งนี้ ความสำเร็จของการสร้างความแตกต่าง วิสาหกิจชุมชนต้องให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถยืดหยุ่นได้ มีต้นทุนที่เหมาะสม มีการปรับปรุงการบริการ มีการเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง มีการเสนอบริการหลังการขาย มีช่องทางจัดจำหน่ายจำนวนมาก และมีสินค้าให้เลือกหลากหลาย ดังนั้น ถ้าวิสาหกิจชุมชนมีโครงสร้างการแบ่งหน้าที่เป็นฝ่ายชัดเจนหรือพัฒนาแนวคิด

รูปแบบธุรกิจที่เหมาะสมกับบริบท แล้วพัฒนาต่อไปอีกอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีผลการดำเนินงานดีขึ้น อีกทั้งต้องมีกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างที่อาศัยความร่วมมือกันระหว่างฝ่ายการวิจัย ฝ่ายโฆษณาและฝ่ายการตลาด และต้องจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักวิทยาศาสตร์และคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่ธุรกิจมากขึ้น (Semuel et al. 2017) ทั้งนี้ ควรเสริมความรู้และการวิจัยในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่แตกต่างกัน ซึ่งตรงกับ Lome et al. (2016) ที่กล่าวว่า ความรู้มีอิทธิพลต่อกิจกรรม R&D และการวิจัยและพัฒนาที่มีอิทธิพลทางบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ ยอมรับสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.92 แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้รับความรู้จากหลากหลายแหล่งความรู้ สิ่งสำคัญที่เป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชน คือ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน จึงควรมุ่งเน้นการใช้ความรู้ ทักษะของบุคลากรหรือทีมงาน ด้วยการส่งเสริมให้สมาชิกในวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการเรียนรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษา Salunke (2018) ที่อธิบายว่า ความรู้สามารถทำให้สมบูรณ์ขึ้นด้วยความสามารถในการบูรณาการความรู้ อีกทั้งความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมบริการสามารถเกิดความยั่งยืนได้ ซึ่งความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ ได้แก่ การบูรณาการความรู้ การได้มาซึ่งความรู้ การถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้ โดยผ่านกระบวนการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน (Song et al. 2017) ทำให้วิสาหกิจชุมชนเกิดการกระตุ้นในการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ ก่อให้เกิดวัฒนธรรมการเรียนรู้ย่อมทำให้มีโอกาสเหนือคู่แข่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Shiao-Tong et al. (2016) ที่พบว่า การประยุกต์ใช้ความรู้เป็นมิติที่สำคัญที่สุดเพราะสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน นอกจากนี้กระบวนการจัดการความรู้ทุกกระบวนการมีความสำคัญอย่างมากต่อผลการดำเนินงาน (Bharadwaj, 2000) ทั้งนี้ นวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการจัดการความรู้เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานขององค์กร (ปรีชา คามาดี และคณะ, 2560)

4.7.4 การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

สมมติฐานที่ 4 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ปฏิเสธสมมติฐาน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เนื่องจากการศึกษาส่วนใหญ่ พบว่า การเป็นผู้ประกอบการและการสร้างความแตกต่างเป็นองค์ประกอบหลักของผลการดำเนินงานที่เป็นเลิศในระยะยาว แต่เน้นศึกษารูทิจที่มีขนาดใหญ่ และธุรกิจการค้าระหว่างประเทศเป็นหลัก ขณะที่งานวิจัยส่วนน้อยที่ศึกษาอิทธิพลของการเป็นผู้ประกอบการและการสร้างความแตกต่างที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Kaya, 2015) ซึ่งการพัฒนาอย่างยั่งยืนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และสังคม เพื่อให้ธุรกิจดำเนินกลยุทธ์และประสบความสำเร็จในเส้นทางที่ยั่งยืน ทฤษฎีต่าง ๆ จึงได้เชื่อมโยงมุมมองความยั่งยืนกับกิจกรรมขององค์กรและกลยุทธ์ขององค์กร (Baumgartner & Rauter, 2017) อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนเป็นผู้ประกอบการกลุ่มขนาดเล็กที่เน้นการตลาดภายในชุมชน ด้วยรูปแบบธุรกิจที่มีข้อจำกัด จึงแตกต่างจากผลการศึกษาของ Mu et al. (2017) ที่อธิบายว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการดำเนินงานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างไรก็ตามการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และแม้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะตระหนักถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่ง แต่ด้วยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขาดความรู้ในด้านต่างๆ จึงทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างช้า ๆ ตรงกับ Samuel et al. (2017) อธิบายว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีความสัมพันธ์กับการที่ธุรกิจนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างในตลาด สร้างคุณค่าให้กับผู้ซื้อ ทำให้เกิดความสามารถในการทำกำไรที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนควรเสริมความรู้ การพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรม เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้แตกต่างตรงกับความต้องการของลูกค้า และ Zehir et al. (2015) อธิบายเพิ่มเติมว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและผลการดำเนินงานทางนวัตกรรมเป็นตัวแปรส่งผ่านความสัมพันธ์ระหว่างการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและผลการดำเนินงานขององค์กร โดยคำนึงถึงการวิจัยและพัฒนา เพราะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานที่ดีในระยะยาว (Lome et al. 2016)

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ ขอมรับสมมติฐาน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนโดยผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.77 เพราะความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนการดำเนินงาน แต่ไม่เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว สอดคล้องกับ Song et al. (2017) ที่พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของแต่ละบุคคลสามารถรับรู้โอกาสได้มากกว่า เมื่อสะสมความรู้ทางธุรกิจไว้เพียงพอ และการรับรู้โอกาสอาจจะประสบความสำเร็จได้มากขึ้นผ่านกระบวนการเครือข่ายที่ซับซ้อนและการแสวงหาความรู้ นอกจากนี้ การจัดการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อมบางส่วนต่อการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรและความยั่งยืนขององค์กร (Abbas, 2020) ดังนั้นจึงต้องส่งเสริมให้ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มได้ใช้ความรู้ ทักษะ ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนอย่างเต็มศักยภาพ นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนควรส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการทำงาน โดยมีการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสมในการทำงาน อีกทั้งควรเพิ่มความสามารถที่จะจัดการเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การจัดการความรู้เป็นการส่งเสริมผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร ด้วยการพัฒนาความร่วมมือในการจัดการความรู้จากภายนอก การนำเทคโนโลยีสารสนเทศ กระบวนการสนับสนุน และการขยายทุนสำหรับการพัฒนาการจัดการความรู้ (Wu et al. 2019) ขณะที่ Abbas & Sagsan (2019) พบว่า การจัดการความรู้มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมสีเขียวและกิจกรรมในการพัฒนาความยั่งยืนขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่การสร้างความรู้และการได้มาซึ่งความรู้ไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนทางสังคมอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนการแบ่งปันความรู้และการประยุกต์ใช้ความรู้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ การจัดการความรู้มีความสำคัญเท่ากันในอุตสาหกรรมการผลิตและการบริการทุกขนาด ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนควรเสริมสร้างความสามารถในการบูรณาการความรู้ เพื่อพัฒนากิจกรรมการดำเนินงานทั่วทั้งวิสาหกิจชุมชน หรือการใส่ใจการผลิตผลิตภัณฑ์คำนึงถึงสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้น ความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 4) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

การวิจัยมีหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ระดับองค์กร (Organization Level) มีการออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีความเข้มแข็งในระดับดี มีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจำนวน 384 กลุ่ม จาก 10 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ประเภทผลิตภัณฑ์ เครื่องประดับ/อัญมณี ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า การแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ของชำร่วย/ของที่ระลึก เครื่องจักสาน เครื่องไม้เฟอร์นิเจอร์ เครื่องดื่ม ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพร การผลิตสินค้าอื่น ๆ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย การพิจารณากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างดำเนินการตามแนวคิดของ Kline (2011) กล่าวว่า การวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเป็นเทคนิคที่ต้องใช้จำนวนกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ควรกำหนดให้มีขนาด 200 ตัวอย่างขึ้นไป แต่อย่างไรก็ตามการกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะทำให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณทางสถิติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก (Wiersma & Jurs, 2009) ทั้งนี้ ขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 300 ตัวอย่าง (Norusis, 2010) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิสาหกิจชุมชนจำนวนทั้งหมด 384 กลุ่ม

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) ซึ่งประกอบด้วย การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เจาะจงวิสาหกิจชุมชน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส โดยพิจารณาความยั่งยืนของกลุ่มจากเกณฑ์ที่กลุ่มมีระยะเวลาในการดำเนินงานอย่างน้อย 3 ปี และมีการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัด และแบ่งสัดส่วนตามสัดส่วนประชากรที่เป็นจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยดำเนินการเลือกตัวแทนในการตอบจาก 3 กลุ่ม คือ ประธานกลุ่มคณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน 1 ตัวอย่าง ต่อ 1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยคณะกรรมการหรือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกันตอบเพื่อให้ข้อมูลร่วมกัน 2-3 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 4 ตัวแปรแฝง จำแนกเป็นตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) จำนวน 1 ตัวแปร คือ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังจำแนกตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) จำนวน 1 ตัวแปร คือ ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และตัวแปรคั่นกลาง (Mediating Variable) จำนวน 2 ตัวแปร คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ ซึ่งแต่ละตัวแปรแฝงประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ ดังต่อไปนี้ 1) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ จำแนกได้ 5 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ความสามารถทางนวัตกรรม ความกล้าเสี่ยง การดำเนินงานเชิงรุก ความก้าวร้าวในการแข่งขัน และความเป็นอิสระ 2) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง จำแนกได้ 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ และการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า 3) ความสามารถในการบูรณาการความรู้ จำแนกได้ 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ วัฒนธรรมการเรียนรู้ ความสามารถในการบูรณาการจัดการความรู้ และความสามารถของเทคโนโลยีสารสนเทศ และ 4) ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน จำแนกได้ 3 ตัวแปรสังเกตได้ คือ ผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม ผลการดำเนินงานด้านสังคม และผลการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจ

เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามซึ่งประกอบด้วย 6 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open-ended) แบบเลือกคำตอบ (Checklist) วัดตัวแปรแบบนามบัญญัติ (Nominal Scale) 2) การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ 3) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง 4) ความสามารถในการบูรณาการความรู้ 5) ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร แบบสอบถามส่วนที่ 2 3 4 และ

ส่วนที่ 5 เป็นลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close ended question) ตามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) วัดตัวแปรแบบอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเคิร์ตสเกลซึ่งแสดงถึงระดับความคิดเห็นในแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ คือ ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยการหาค่าความเที่ยงตรงในเนื้อหาหรือความเชื่อมั่น (Content Validity) ทำการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) โดยมีผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วง 0.67 ถึง 1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.5 ขึ้นไป ภายหลังจากผู้วิจัยดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาสาระของแบบสอบถามบางข้อตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ จึงดำเนินการให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบอีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 กลุ่มและหาค่าความเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.976 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นในระดับดีมาก (Kline, 2011) และเมื่อพิจารณาแบบสอบถามแต่ละด้าน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's alpha coefficient) อยู่ระหว่าง 0.696 ถึง 0.938 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นในระดับดี (Kline, 2011) โดยการหาค่าความเชื่อถือในภาพรวมและแต่ละด้านมากกว่าเกณฑ์ 0.70 ขึ้นไป ดังนั้น แบบสอบถามที่ผ่านการทดลอง (Try out) จึงเป็นแบบสอบถามที่ถือว่ามีความเชื่อถือและมีคุณภาพดีเพียงพอสำหรับเป็นเครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ศึกษา ส่วนสถิติอ้างอิงใช้ในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์ความตรงเชิงโครงสร้างโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ซึ่งสามารถสรุปผล และข้อเสนอแนะการวิจัยได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีผลต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้วิจัยได้แบบสอบถามครบถ้วน 384 ชุด จากกลุ่มตัวอย่าง 388 กลุ่ม คิดเป็นอัตราตอบกลับของกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 98.9 (98.9%) จาก 10 ประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งการวิจัยนี้มีหน่วยการวิเคราะห์ระดับองค์กร จึงดำเนินการเลือกตัวแทนในการตอบ

ของแต่ละวิสาหกิจชุมชน จากประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่ม หรือ 1 กลุ่ม: 2-3 คน ผลการเก็บข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า วิสาหกิจชุมชน โดยส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดปัตตานี จำนวน 243 กลุ่ม (ร้อยละ 63.3) รองลงมาจังหวัดนราธิวาส จำนวน 74 กลุ่ม (ร้อยละ 19.3) และจังหวัดยะลา จำนวน 67 กลุ่ม (ร้อยละ 17.4) รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเท่าเดิม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินการประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร และใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบทั้งในและนอกท้องถิ่น ส่วนความเป็นอยู่ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย และวิสาหกิจชุมชนมีการร่วมกิจกรรมเพื่อให้ตระหนักคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติมากที่สุด ผลการวิเคราะห์สรุปได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

5.1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนตามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย สรุปได้ ดังนี้

5.1.1.1 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีระดับความคิดเห็นด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ตัวแปรความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.91) รองลงมา คือ ตัวแปรการบริหารความเสี่ยง (3.82) ตัวแปรด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่ (3.81) ตัวแปรความมุ่งมั่นในการแข่งขัน (3.77) และตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุก (3.74)

5.1.1.2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง พบว่า ตัวแปรการส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.76) รองลงมา คือ ตัวแปรการตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (3.70) และตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา (3.63)

5.1.1.3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้ พบว่า ตัวแปรวัฒนธรรมการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.92) รองลงมา คือ ตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ (3.79) และตัวแปรความสามารถในเทคโนโลยีสารสนเทศ (3.52)

5.1.1.4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนพบว่า ตัวแปรผลการดำเนินงานทางสังคมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.93) รองลงมา คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (3.79) และผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (3.73)

5.1.2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย แบบจำลองการวัดที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ภาพรวมของแบบจำลองการวัดมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) คะแนนมาตรฐานอยู่ระหว่าง 0.70-0.89 ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (CR) มีค่าอยู่ระหว่าง 0.82 ถึง 0.91 ความแปรปรวนที่ถูกสกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝง พบว่า มีค่าอยู่ระหว่าง 0.60 ถึง 0.79 ค่าความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) มีค่า 0.78-0.86 บ่งชี้ว่า ทุกตัวแปรแฝงมีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกต่อกันในระดับเหมาะสม และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) อยู่ระหว่าง 0.50-0.80 แสดงว่า ในภาพรวมตัวแปรสังเกตได้เกือบทุกตัวมีความคงที่สูงในการอธิบายความแปรปรวนร่วมกันของแต่ละตัวแปรแฝง สรุปว่าแบบจำลองการวัดในการศึกษาครั้งนี้มีคุณภาพเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย

ผลการตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistic: χ^2) เท่ากับ 189.09 ค่าองศาอิสระ (df) เท่ากับ 71 ค่านัยสำคัญทางสถิติ (p-value) เท่ากับ .000 ไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) มีค่าเท่ากับ 2.663 ค่าดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.066 ค่าดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.011 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) มีค่า 0.975 ซึ่งแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่กำหนดขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) คะแนนมาตรฐานแยกตามตัวแปรแฝงเพื่อการวิเคราะห์ว่า ตัวแปรสังเกตได้ตัวแปรใดจะสามารถเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีในแต่ละตัวแปรแฝง พบว่า 1) ตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุด คือ ตัวแปรผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ (0.83) รองลงมา คือ ผลการดำเนินงานทางสังคม (0.79) ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม (0.70) 2) ตัวแปรแฝงความสามารถในการบูรณาการความรู้ ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุด คือ ตัวแปรความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้ (0.89) รองลงมา คือ วัฒนธรรมการเรียนรู้ (0.84) ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ (0.81) 3) ตัวแปรแฝงกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุด คือ การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่ (0.89) รองลงมา คือ ตัวแปรการใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา (0.88) การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ตราสินค้า (0.86) และ 4) ตัวแปรแฝงการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ตัวบ่งชี้ที่ดีที่สุด คือ ตัวแปรการดำเนินงานเชิงรุก (0.86) รองลงมา คือ

ตัวแปรความสามารถทางนวัตกรรม (0.83) ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (0.82) ความกล้าเสี่ยง (0.81) และความเป็นอิสระ (0.80)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทยที่กำหนดขึ้น มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดย Computed Covariance Matrix () เท่ากับ Sample Covariance Matrix (S) ทำให้ Residual Covariance Matrix เท่ากับศูนย์

5.1.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

พบว่า การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.21 นอกจากนี้ การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลเท่ากับ 0.96 และ .092 ตามลำดับ

5.1.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยผ่านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง นอกจากนี้ ตัวแปรการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน โดยส่งผ่านความสามารถในการบูรณาการความรู้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพล 0.70

5.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย มีผลการศึกษาดังต่อไปนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

5.2.1 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเชิงนโยบาย

1) การพัฒนาประสิทธิภาพของการมุ่งเน้นการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืน

หน่วยงานภาครัฐ และสถาบันการศึกษาควรส่งเสริมแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้แข่งขันได้ และให้ความรู้รูปแบบธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและ

สังคม ตลอดจนจัดเวทีในการถ่ายทอด แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพสูงกว่า เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความกระตือรือร้นในการประยุกต์ใช้ความรู้เพื่อพัฒนาธุรกิจของตน

2) การพัฒนาศักยภาพการวิจัยแก่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

หน่วยงานต่างๆควรให้ความรู้และฝึกปฏิบัติในการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการลูกค้า การทดลองพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ การส่งเสริมการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าเพื่อให้มีเครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนประเภทการแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร ทั้งนี้ ควรสนับสนุนงบประมาณการวิจัยและพัฒนา เพื่อการศึกษาวิจัยผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ตรงกับความต้องการของลูกค้า

3) การส่งเสริมวัฒนธรรมการเรียนรู้ในวิสาหกิจชุมชน

หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนได้มีการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนความรู้เป็นกิจวัตรอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการค้นหาข้อมูล การบันทึกข้อมูล การรายงานผลการดำเนินงาน เพื่อประสิทธิภาพในการทำงานในระยะยาว

4) การพัฒนาการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน

หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ให้วิสาหกิจชุมชนมีกระบวนการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้พลังงาน การนำวัสดุมาใช้ใหม่ การให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

5) การสร้างเครือข่าย

หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคอื่น เช่น การแลกเปลี่ยนวิธีคิดและวิธีดำเนินธุรกิจ เพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตนให้ได้ประสิทธิผลต่อไป

5.2.2 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเชิงการนำไปปฏิบัติ

1) การเป็นผู้ประกอบการเชิงรุก

วิสาหกิจชุมชนควรศึกษาข้อมูลตลาด ข้อมูลลูกค้า ข้อมูลคู่แข่ง และทิศทางตลาดในพื้นที่เป้าหมาย โดยดำเนินธุรกิจเชิงรุก เช่น การทดลองผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดเดิม การทดสอบผลิตภัณฑ์เดิมในตลาดใหม่ การเพิ่มช่องทางออนไลน์ เช่น การขายผลิตภัณฑ์ผ่าน Instagram

2) การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนควรศึกษาวิจัยด้วยการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้า คู่แข่งขัน เพื่อวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้เครื่องหมายมาตรฐานต่าง ๆ มุ่งสู่ตลาดใหม่ เช่น

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ตลาดพรีเมียม ตลาดที่มีคุณภาพสูง หรือตลาดผู้มีรายได้สูง และควรนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่แตกต่างจากท้องตลาด

3) การบูรณาการความรู้ของกลุ่มและรวมกลุ่มพันธมิตร

วิสาหกิจชุมชนควรนำความรู้ที่ได้จากภายในและภายนอกมาถ่ายทอดความรู้ร่วมกัน เพื่อเรียนรู้การบริหารธุรกิจของกลุ่ม การรวมกลุ่มพันธมิตรกับวิสาหกิจชุมชนอื่น เช่น การรวมตัวกันเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบจากภายนอก เพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ขายวัตถุดิบและลดต้นทุนวัตถุดิบ

4) การเป็นผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม

วิสาหกิจชุมชนควรปรับกระบวนการทำงานให้มีของเสียน้อยที่สุด หรือแปรรูปวัสดุเหลือใช้ให้กลับมาใช้ใหม่ เพื่อลดปัญหาสิ่งแวดล้อม เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น เช่น การปลูกวัตถุดิบทดแทน เพื่อควบคุมต้นทุนวัตถุดิบและเพิ่มกำไร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

5.3.1 ควรศึกษาการเปลี่ยนแปลงกรอบการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร นอกเหนือจากผลการดำเนินงานทางสังคม ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม และผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ เช่น นำแนวคิด The Triple Bottom Line (TBL) มาบูรณาการกับแนวคิดความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากกรอบการวัดการดำเนินงานขององค์กรอย่างยั่งยืนส่วนใหญ่ศึกษาจากบริบทของต่างประเทศ ซึ่งบริบทของประเทศไทยมีความแตกต่างในการดำเนินธุรกิจ จึงมีความสำคัญต่อการวัดผลการดำเนินงานในระยะยาว

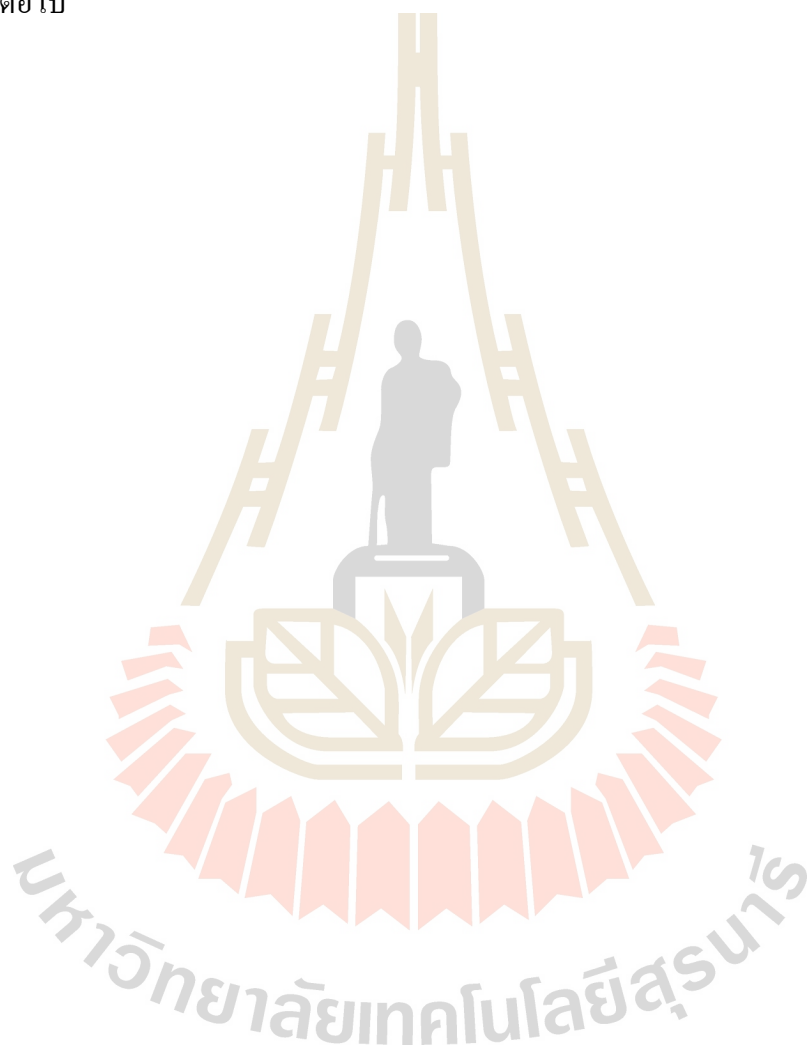
5.3.2 การศึกษาในเชิงลึกด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ครอบคลุมสารสนเทศผลการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น จึงควรทำการศึกษาในเชิงลึกจากอิทธิพลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ไปยังการวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยมีกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเป็นปัจจัยส่งเสริมหรือเสริมสร้าง ด้วยกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

5.3.3 การศึกษาประเด็นเพิ่มเติมในปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้ได้ศึกษาตัวชี้วัดการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่วัดจากตลาดเดิม ดังนั้น จึงควรศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ด้านการมองเห็นโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ เพราะเป็นการเพิ่มทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (Upskill)

5.3.4 การศึกษาความสัมพันธ์ในประเด็นการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ ส่งผลต่อความสามารถในการบูรณาการความรู้ โดยความสามารถในการบูรณาการความรู้มีอิทธิพลทางอ้อม

ต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร โดยมีกลยุทธ์การสร้างแตกต่างเป็นตัวแปร
คั่นกลาง

5.3.5 การศึกษาปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ระหว่างประเภท
ธุรกิจต่าง ๆ หรือเปรียบเทียบผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในแต่ละภูมิภาค เพื่อ
นำสารสนเทศที่ได้จากผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจ
ให้ยั่งยืนต่อไป



รายการอ้างอิง

- กฤตกร จิรภานุเมศ สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และพนิดา แซ่มช้าง. (2554). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการและกลยุทธ์ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมและผลการดำเนินงานการศึกษาเชิงประจักษ์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารวิทยาการจัดการ 28 (1).
- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2549). วิสาหกิจชุมชนน้ำรัฐ [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Ssceb2.htm> (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).
- กาญจนา สุคันธศิริกุล. (2555). ผลกระทบของประสิทธิภาพธุรกิจแห่งนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงาน ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี 3 (2): 17-36.
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2559). พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 [ออนไลน์]. ได้จาก https://www2.moac.go.th/ewt_news.php?nid=4062&filename=index (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- กัลยารัตน์ ชีระชนชัยกุล. (2554). การวัดผลการดำเนินงานขององค์กรเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ Balance Scorecard. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ 2 (1): 135-147.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). เศรษฐศาสตร์มหภาค 1 พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์.
- จรัสวิชัย สายธารทอง. (2559). รายงานภาคใต้ ใครต้องง้อใคร [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.bot.or.th/Thai/Southern> (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).
- ชลิตา บัณฑิตวงศ์. (2560). เศรษฐกิจและการพัฒนาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้: การสำรวจเชิงวิพากษ์. [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.socanth.tu.ac.th> (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).
- ซัลวา หะยีเจะหลง. นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ สำนักงานเกษตรจังหวัดนราธิวาส. (1 เมษายน 2561). สัมภาษณ์.
- พรรณชนะ บุญขวัญ, ผู้แปล. (2555). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: แมคกรอฮิล.

- ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2555). **สถานะและการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส**. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.
- ธัญนันท์ บุญอยู่, นิภา รุ่งเรืองวุฒิไกร, มนต์รี พิริยะกุล และ นภาพร ชันชนภา. (2559). อิทธิพล
 คั่นกลางแบบอนุกรมของทุนทางปัญญาและการเป็นผู้ประกอบการในการถ่ายทอด
 วัฒนธรรมองค์กรสู่ผลการดำเนินงานสำหรับอุตสาหกรรมต่อตัวถังรถโดยสาร.
 วารสารดุสิตบัณฑิตด้านสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 6 (1):
 78-94.
- นิรุษา ศิริวิรัชกุล. (2560). ผลกระทบของความสามารถขององค์กรต่อความมั่นคงการผลิตภัณฑ์:
 บทบาทความได้เปรียบจากทรัพยากรจับต้องไม่ได้ของอุตสาหกรรมการผลิตใน
 ประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย 37 (1). 69-92.
- ประพันธ์ มุสิกพันธ์. (2549). **สภาพเศรษฐกิจสังคมใน 3 จังหวัดภาคใต้ในความรู้และความไม่รู้ 3
 จังหวัดชายแดนใต้** สรุปรื้อหาจากงานเสวนาวิชาการในโครงการตลาดวิชา
 มหาวิทยาลัยชาวบ้าน. บรรณาธิการโดย แก้ว วิฑูรย์เชียร. กรุงเทพฯ: อุกาการพิมพ์.
- ปรารณา หลีกภัย. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางนวัตกรรมของธุรกิจโรงแรม ในกลุ่ม
 จังหวัดภาคใต้ชายแดนของประเทศไทย. วารสารการจัดการสมัยใหม่ 12 (1): 11-21.
- ปรีชา คามาดี จิรวรรณ คงคล้าย และเฉลิมชัย กิตติศักดิ์นาวิน. (2560). การปฏิบัติงานทรัพยากร
 มนุษย์เชิงกลยุทธ์ เพื่อนวัตกรรมองค์กรและความสามารถในการจัดการความรู้.
 วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 11
 (2): 216-225.
- ไพศาล มุ่งสมัคร, ถนอมศักดิ์ สุวรรณน้อย, สรชัย พิศาลบุตร และศิระศิษย์ ช่างอง. (2556). รูปแบบ
 การจัดการที่ประสบผลสำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สมุนไพร
 กลุ่มจังหวัดนครชัยบุรีรินทร์. สมาคมนักวิจัย 18 (3): 115-123.
- มารีณี สล้าหมาด. **นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรปฏิบัติการ สำนักงานเกษตรจังหวัดปัตตานี**.
 (1 เมษายน 2561). สัมภาษณ์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2562). **พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562**
 [ออนไลน์]. ได้จาก www.ratchakitcha.soc.go.th (เข้าถึงเมื่อ 30 สิงหาคม 2562)
- รุ่งนภา ทวนทอง. **นักวิชาการส่งเสริมการเกษตรชำนาญการ สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา**.
 (1 เมษายน 2561). สัมภาษณ์.

รุ่งอรุณ กระแสร์สินธุ์ ระพีพรรณ พิริยะกุล และนภาพร ชันชนภา. (2559). ผลการดำเนินงานของธุรกิจและสมรรถนะของผู้ประกอบการกับขอบข่ายการแข่งขันและศักยภาพองค์กร. วารสารเกษมบัณฑิต 17 (1): 1-21.

ศจีรัตน์ เมธีสุวภาพ, ชาคกริต สกฤติสริยาภรณ์, และ สมถวิล วิจิตรวรรณ. (2558). อิทธิพลของปัจจัยแห่งความสำเร็จที่มีต่อผลการดำเนินงานของสำนักงานบัญชีไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. สุทธิปริทัศน์ 29 (92): 254-272.

สุกมาส อังคุโชติ, สมถวิล วิจิตรวรรณ, และรัชณีกุล ภิญโญภาณุวัฒน์. (2554). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์: เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญดีมีนคองการพิมพ์.

สำนักงานเกษตรจังหวัดนครราชสีมา. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา. ได้จาก <http://www.sceb.doae.go.th/> (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).

สำนักงานเกษตรจังหวัดปัตตานี. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานี. ได้จาก <http://www.pattani.doae.go.th/>

สำนักงานเกษตรจังหวัดยะลา. รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา. ได้จาก <http://www.yala.doae.go.th/>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน (บาทต่อเดือน) [ออนไลน์]. ได้จาก www.nesdb.go.th. (เข้าถึง 29 สิงหาคม 2562).

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2560 [ออนไลน์]. ได้จาก www.nesdb.go.th (เข้าถึง 29 สิงหาคม 2562).

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 [ออนไลน์]. ได้จาก www.ratchakitcha.soc.go.th/ (เข้าถึง 28 สิงหาคม 2562).

สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด. (2560). แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดชายแดน พ.ศ. 2557 - 2560 ฉบับทบทวนใหม่ (รอบปี พ.ศ. 2560) [ออนไลน์]. ได้จาก www.osm.south.go.th/files/gover (เข้าถึง 30 สิงหาคม 2562).

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 3/2562 [ออนไลน์]. ได้จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php (เข้าถึงเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2560)

- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2562). จำนวนประชากรจำแนกตามสภาพแรงงานและเพศเป็นรายจังหวัด ประจำปี พ.ศ. 2562 [ออนไลน์]. ได้จาก [www. statbbi.nso.go.th](http://www.statbbi.nso.go.th) (เข้าถึง 31 มกราคม 2563).
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). GDP ของ SMEs ในไตรมาสที่ 3 ของปี พ.ศ. 2562 [ออนไลน์]. ได้จาก <http://www.SMEs.go.th/th/download.php?> (เข้าถึงเมื่อ 31 มกราคม 2563)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2561). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี พ.ศ. 2562 [ออนไลน์]. ได้จาก [http://www.SMEs.go.th/th/images/data/SR/download/2016/report month/pdf.](http://www.SMEs.go.th/th/images/data/SR/download/2016/report_month/pdf.) (เข้าถึงเมื่อ 31 มกราคม 2563)
- อมรรัตน์ บุญสว่าง, จงกล บัวแก้ว, และวิชัย รุ่งเรืองอนันต์. (2561). การศึกษาปัญหาเพื่อการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้ประกอบการ 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้. ใน มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 1 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์: พลังปัญญาเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน “Wisdom Power for Sustainable Development” (น. 11-20). สงขลา: ผู้แต่ง.
- อรรถไกร พันธุ์ศักดิ์. (2556). รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสามารถทางนวัตกรรมการจัดการความรู้ของสมาชิกเครือข่าย การดูแลผู้ป่วยเบาหวาน โรงพยาบาลของรัฐ เขตภาคเหนือของประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และบริหาร 8(2): 89-98.
- Aaker, D. (1996). **Building strong brands**. New York: Free Press.
- Abbas, J. (2020). Impact of total quality management on corporate sustainability through the mediating effect of knowledge management. **Journal of Cleaner Production** 244: 118-806.
- Abbas, J., & Sa san, M. (2019). Impact of knowledge management practices on green innovation and corporate sustainable development: A structural analysis. **Journal of Cleaner Production** 220: 611-620.
- Aggarwal, N., & Gupta, M. (2006). Marketing performance measures: Current status in **Indian companies**. **Decision** 33(1): 47-74.

- Andre, R. (2013). Examination of the competitive attitudes of Entrepreneurs: Implications for entrepreneurial Orientation at the individual level. **Journal of Developmental Entrepreneurship** 18(2): 1-23.
- Armour, P. (2001). Matching process to types of teams. **Communications of the ACM** 44(7): 21–23
- Atalaya, M., Anafarta, N., & Sarvanc, F. (2013). The relationship between innovation and firm performance: An empirical evidence from Turkish automotive supplier industry. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 75: 226 – 235.
- Awan, U., Kraslawski, A., & Huiskonen J. (2017). Understanding the Relationship between Stakeholder Pressure and Sustainability Performance in Manufacturing Firms in Pakistan. **27th International Conference on Flexible Automation and Intelligent Manufacturing, FAIM2017**, 27-30, Modena, Italy.
- Babbie, E. (2002). **The basics of social research**. CA: Wadsworth.
- Barney, J. B. (2001). Is the resource-based "view" A useful perspective for strategic management research?. **Academy of Management Review** 26(1): 41-56.
- Barrutiaa, M. J., & Echebarriaa, C. (2015). Resource-based view of sustainability engagement. **Global Environmental Change** 34: 70–82.
- Basagliaa, S. Caporarellob, L., Magni, M., & Pennarolab, F. (2010). IT knowledge integration capability and team performance: The role of team climate. **International Journal of Information Management** 30: 542–551.
- Baumgartner, J. R., & Rauter, R. (2017). Strategic perspectives of corporate sustainability management to develop a sustainable organization. **Journal of Cleaner Production** 140(1): 81-92.
- Belz1, F. M., & Binder, J. K. (2017). Sustainable Entrepreneurship: A Convergent Process Model. **Business Strategy and the Environment** 26(1): 1–17.
- Bharadwaj, A. (2000). A Resource-Based Perspective on Information Technology Capability and Firm Performance: An Empirical Investigation. **MIS Quarterly** 24(1) 169-196.
- Blewitt, J. (2008). **Understanding Sustainable Development**. United Kingdom: Earthscan.
- Brown, J. S., & Duguid, P. (2001). Knowledge and organization: a social-practice perspective. **Organization Science** 12(2): 198-213.

- Campbell, J. M., & Park, J. (2017). Extending the resource-based view: Effects of strategic orientation toward community on small business performance. **Journal of Retailing and Consumer Services** 34: 302–308.
- Cantele, S., & Zardini, A. (2018). Is sustainability a competitive advantage for small businesses? An empirical analysis of possible mediators in the sustainability financial performance relationship. **Journal of Cleaner Production** 182: 166-176.
- Carmona-Lavado, A., Gopalakrishnan, S., & Zhang, H. (2019). Product radicalness and firm performance in B2B marketing: A moderated mediation model. **Industrial Marketing Management** 85: 58-68.
- Chavez, R., Yu, W., Jacobs, M., A., & Feng, M. (2017). Manufacturing capability and organizational performance: The role of entrepreneurial orientation. **International Journal of Production Economics** 184: 33–46.
- Chiambaretto, P., Gur u, C., & Roy, L. F. (2016). Coopetitive branding: Definition, typology, benefits and risks. **Industrial Marketing Management** 57: 86–96.
- Coates, T. T., & McDermott, M. C. (2002). An exploratory analysis of new competencies: a resource based view perspective. **Journal of Operations Management** 20: 435–450.
- Courrent, J-M., Chasse, S., & Omri, W. (2018). Do Entrepreneurial SMEs Perform Better Because They are More Responsible?. **Journal of Business Ethics** 153(2): 317–336.
- Covin, J., Green, M. K., & Slevin, D. (2006). Strategic Process Effects on the Entrepreneurial Orientation–Sales Growth Rate Relationship. **Entrepreneurship Practice and Theory** Jan: 57-81.
- Cui, D., Fan, D., Guo, F., & Fan, Y. (2017). Explicating the relationship of entrepreneurial orientation and firm performance: Underlying mechanisms in the context of an emerging market. **Industrial Marketing Management** 71: 27-40.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J., A. (2000). **Introducing lisrel: A guide for the uninitiated (introducing statistical methods series)**. London: SAGE Publications, Inc.
- Dess, G.G., & Davis, P.S. (1984). Porter's generic strategies as determinants of strategic group membership and performance. **Academy of Management Journal** 26: 467-488.

- DiVito, L., & Bohnsack, R. (2017). Entrepreneurial orientation and its effect on sustainability decision tradeoffs: The case of sustainable fashion firms. **Journal of Business Venture** 32: 569–587.
- Edelman, L.F., Brush, C.G., & Manolova, T. (2005). Co-alignment in the resource-performance relationship: strategy as mediator. **Journal of Business Venture** 20(3): 359–383.
- Elitok, Y., Karhan, G., & Türk, E. (2016). The Comparative Analysis of outgoings for R&D Activities in Turkey for 2014. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 229: 307 – 315.
- Elkington, J., & Zeitz, J. (2014). **The Break-Through Challenge: 10 ways to connect today's profits with tomorrow's bottom line**. United States of America: Wiley.
- Elkington, J. (1998). Partnerships from cannibals with forks: the triple bottom line of 21st-century business. **Environmental Quality Management** 8(1): 37-51.
- Elkington, J. (1997). **Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century**. Oxford: Capstone.
- Enders, C. K. (2008). **Applied missing data analysis**. New York London: The Guilford Press.
- Epstein, M. J., & Wisner, P.S. (2001). Using a balanced scorecard to implement sustainability. **Environmental Quality Management** 11(2): 1–10.
- Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2001). Sustainability in action: identifying and measuring the key performance drivers. **Long Range Plan** 34: 585–604.
- Fitzsimmons, J. A., & Fitzsimmons, M. (2004). **Service Management** (4th edition) Boston: Irwin McGraw-Hill.
- Fisher, R. A. (1953). **The design of experiments** (6th edition). New York: Hafner Press.
- Fred, R. D., & Forest, R. D. (2015). **Strategic Management Concepts and Cases** (15th Edition). London: Pearson Education.
- Gao, Y., Ge, B., Lang, X., & Xu, X. (2018). Impacts of proactive orientation and entrepreneurial strategy on entrepreneurial performance: An empirical research. **Technological Forecasting and Social Change** 135: 178-187.
- Gardner, H. K., Gino, F., & Staats, B. R. (2012). Dynamically integrating knowledge in teams: transforming resources into performance. **Academy of Management Journal** 55(4): 988-1022.

- Garvin, D. A. (1993). Building a learning organization. **Harvard Business Review** 71(4): 78–91.
- Gibbons, R., & Kaplan, R.S. (2015). Formal measures in informal management: can a balanced scorecard change a culture?. **American Economic Review** 105(5): 447-451.
- Gimenez, C., Sierra, V., & Rodon, J. (2012). Sustainable operations: Their impact on the triple bottom line. **International Journal Production Economics** 140(1): 149–159.
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. **Journal of Management Information Systems** 18(1): 185–214.
- Goyal, P., Rahman, Z., & Kazmi, A. A. (2013). Corporate sustainability performance and firm performance research: Literature review and future research agenda. **Management Decision** 51(2): 361-379.
- Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. **Strategic Management Journal** 17(S2): 109–122.
- Greene, L. C. (2017). **Entrepreneurship: Ideas in action** (6th edition). United States of America: Cengage Learning.
- Guimarães, F. C. J., Severo, A. E., & Vasconcelos, M. R. C. (2018). The influence of entrepreneurial, market, knowledge management orientations on cleaner production and the sustainable competitive advantage. **Journal of Cleaner Production** 174: 1653-1663.
- Haber, S., & Reichel, A. (2005). Identifying performance measures of small ventures -The case of the tourism industry. **Journal of Small Business Management** 43(3): 257-286.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis A Global Perspective** (7th edition). New Jersey: Pearson education Inc.
- Hernadi, B. H. (2012). Green accounting for corporate sustainability. **TMP** 8(2): 23-30.
- Hill, C.W., & Jones, G. R. (2010). **Strategic Management an Integrated Approach**. South-Western: Cengage Learning.
- Hirst, G., Knippenberg, D. V., & Zhou, J. (2009). A cross-level perspective on employee creativity: Goal orientation, team learning behavior, and individual creativity. **Academy of Management Journal** 52(2): 280–293.

- Hobfoll, S. E. (1989). Conservation of resources: A new attempt at conceptualizing stress. **American Psychologist** 44(3): 513.
- Hoffman, B. W., Sellers, R. D., & Skomra, J. (2018). The impact of client information technology capability on audit pricing. **International Journal of Accounting Information Systems** 29: 59–75.
- Hoque, Z. (2014). 20 years of studies on the balanced scorecard: Trends, accomplishments, gaps and opportunities for future research. **The British Accounting Review** 46: 33–59.
- Huang, C-E., & Liu, C-H. (2020). The creative experience and its impact on brand image and travel benefits: The moderating role of culture learning. **Tourism Management Perspectives** 28: 144-155.
- Hughes, M., & Morgan, R. (2007). Deconstructing the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance at the Embryonic Stage of Firm Growth. **Industrial Marketing Management** 36(5): 651-661.
- Hult, G. T. M., Snow, C. C., & Kandemir, D. (2003). The Role of Entrepreneurship in Building Cultural Competitiveness in Different Organizational Types. **Journal of Management** 29(3): 401-426.
- Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007). A cross disciplinary exploration of entrepreneurship research. **Journal of Management** 33(6): 891-927.
- Ivanov, C., & Avasilci, S. (2014). Measuring the performance of innovation processes: A Balanced Scorecard perspective. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 109: 1190 – 1193.
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: exploring trends in social and environmental disclosure. **Journal of Cleaner Production** 14: 271-284.
- Jiang, W., Chai, H., Shao, J., & Feng, T. (2018). Green entrepreneurial orientation for enhancing firm performance: A dynamic capability perspective. **Journal of Cleaner Production** 198: 1311-1323.
- Johnson, G., Whittington, R., Scholes, K., Angwin, D., & Regner, P. (2014). **Exploring Strategy: Text and Cases** (10th edition). United Kingdom: Pearson Education.

- Josien, L. (2012). Entrepreneurial Orientation: An Empirical study of the risk-propensity dimension of entrepreneurs. **Academy of Entrepreneurship Journal** 8(1): 21-34.
- Journeault, M. (2016). The Integrated Scorecard in support of corporate sustainability strategies. **Journal of Environmental Management** 182: 214-229.
- Kalender, Z., T. & Vayvaya, O. (2016). The Fifth Pillar of the Balanced Scorecard: Sustainability. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 235: 76–83.
- Kaliappen, N., & Hilman, H. (2014). Does service innovation act as a mediator in differentiation strategy and organizational performance. **Asian Social Science** 10(11): 123–131.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1996). Strategic learning and the balanced scorecard. **Strategy and Leadership** 24(5): 18-24.
- Kaplan, R.S., & Norton, D. P. (1997). Using the balanced scorecard as a strategic management system. **Harvard Business Review** 74 (1): 75-85.
- Kaplan, S., & Wisner, P. (2009). The judgmental effects of management communications and a fifth balanced scorecard category on performance evaluation. **Behavioral Research in Accounting** 21(2): 37–56.
- Kaya, N. (2015). Corporate Entrepreneurship, Generic Competitive Strategies, and Firm Performance in Small and Medium-sized Enterprises. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 207(20): 662-668.
- Kim, N., Shin, S., & Min, S. (2016). Strategic marketing capability: Mobilizing technological resources for new product advantage. **Journal of Business Research** 69(12): 5644-5652.
- Kim, Y. J., Chaudhury, A., & Rao, H. R. (2002). A knowledge management perspective to evaluation of enterprise information portals. **Knowledge and Process Management** 9(2): 57–71.
- Kim, Y. J., & Sanders, G. L. (2002). Strategic actions in information technology investment based on real option theory. **Decision Support System** 33(1): 1–11.
- Kim, Y. J., Song, S., Sambamurthy, V., & Lee, Y. L. (2012). Entrepreneurship, knowledge integration capability, and firm performance: An empirical study. **Information Systems Frontier** 14(5): 1047–1060.

- Kline, R. B. (2011). **Principles and practice of structural equation modeling** (3rd edition). New York: The Guilford Press.
- Kotler, P., & Amstrong. (2003). **Prinsip-prinsip Marketing** (7th edition). Jakarta: Salemba Empat.
- Kuratko, F. D. (2017). **Entrepreneurial: theory, process, practice** (10th edition). United States of America: Cengage Learning.
- Lamey, L., Deleersnyder, B., Steenkamp, J-B. E.M., & Dekimpe, M. G. (2020). New product success in the consumer packaged goods industry: A shopper marketing approach. **International Journal of Research in Marketing** 35(3): 432-452.
- Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: an integrative view and empirical examination. **Journal of Management Information Systems** 20(1): 179–228.
- Lee, J., & Roh, J. J. (2012). Revisiting corporate reputation and firm performance link. **Benchmarking: An International Journal** 19(4/5): 649-664.
- Lesáková, L. I., & Dubcováb, K. I. (2016). Knowledge and Use of the Balanced Scorecard Method in the Businesses in the Slovak Republic. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 230: 39-48.
- Li, Y. H., Huang, J. W., & Tsai, M. T. (2009). Entrepreneurial orientation and firm performance: the role of knowledge creation process. **Industrial Marketing Management** 38(4): 440–449.
- Lin, B-W. (2007). Information technology capability and value creation: Evidence from the US banking industry. **Technology in Society** 29: 93–106.
- Liu, C-H., & Lee, T. (2015). Promoting entrepreneurial orientation through the accumulation of social capital, and knowledge management. **International Journal of Hospitality Management** 46: 138–150.
- Lome, O., Heggseth, A. G., & Moen, O. (2016). The effect of R&D on performance: Do R&D-intensive firms handle a financial crisis better?. **Journal of High Technology Management Research** 27: 65–77.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. **Academy of Management Review** 21(1): 135-172.

- Mahdi, R. O., Nassar, I. A. & Almsafir, & M. K. (2019). Knowledge management processes and sustainable competitive advantage: An empirical examination in private universities. **Journal of Business Research** 94(C): 320-334.
- Memili, E., Eddleston, K. A., Kellermanns, F. W., Zellweger, T. M., & Barnett, T. (2010). The critical path to family firm success through entrepreneurial risk taking and image. **Journal of Family Business Strategy** 1: 200–209.
- Miller, D., & Friesen, P. H. (1978). Archetypes of strategy formulation. **Management Science** 24(9): 921–933.
- Miller, K. D. (2007). Risk and rationality in entrepreneurial processes. **Strategic Entrepreneurship Journal** 1(1-2): 57–74.
- Montoya, R. A. C., Martins, I., Velásquez, H., & Ceballos, H. V. (2017). Entrepreneurial orientation, assessment and management of projects and impact in corporate entrepreneurship: intention to action. **Cuadernos de Gestión** 17(2): 37-62.
- Morimura, F. & Sakagawa, Y. (2018). Information technology use in retail chains: Impact on the standardisation of pricing and promotion strategies and performance. **Journal of Retailing and Consumer Services** 45(C): 81-91.
- Moustaghfir, K. & Schiuma, G. (2013). Knowledge, learning, and innovation: research and perspectives. **Journal of Knowledge Management** 17(4): 495-510.
- Mu, J., Thomas, E., Peng, G., & Di Benedetto, D. A. (2017). Strategic orientation and new product development performance: The role of networking capability and networking ability. **Industrial Marketing Management** 64: 187–201.
- Muchiri, M. (2013) Entrepreneurial orientation and leadership: A review, model and research agenda. **Proceedings of the 26th Annual Small Enterprise Association of Australia and New Zealand Conference (SEAANZ 2013)**, Sydney, Australia, 11-12 July 2013, 1-15.
- Nelson, R. R., & Winter, S. G. (1982). **An evolutionary theory of economic change**. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Newton, S. K., Gilinsky, A., & Jordan, D. (2015). Differentiation strategies and winery financial performance: An empirical investigation. **Wine Economics and Policy** 4: 88–97.

- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjoberg, K., & Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial Orientation, Risk Taking and Performance in Family Firms. **Family Business Review** 20(1): 33-48.
- Nikolaou, I. E., Tsalis, T. A., & Evangelinos, K. I. A. (2019). framework to measure corporate sustainability performance: A strong sustainability-based view of firm. **Sustainable Production and Consumption** 18: 1–18.
- Nikolaou, I. E., & Tsalis, T. A. (2013). Development of a sustainable balanced scorecard framework. **Ecological Indicators** 34: 76–86.
- Norreklit, H., Norreklit, L., Mitchell, F., & Bjomenak, T. (2012). The rise of the balanced scorecard! Relevance gained? **Journal of Accounting & Organizational Change** 8(4): 490–510.
- Norusis, M. J. (2010). **SPSS 17.0 Statistical Procedures Companion**. Chicago: SPSS, Inc.
- Open Development Thailand. (2018). **Sustainable Development Goals**. Available on September 2, 2019. Retrieve from: <https://thailand.opendevopmentmekong.net/th/topics/sustainable-development-goals/>
- Pérez-Luño, A., Wiklund, J., & Cabrera, R. V. (2011). The dual nature of innovative activity: How entrepreneurial orientation influences innovation generation and adoption. **Journal of Business Venturing** 26: 555–571.
- Phokha, A., & Ussahawanitchakit, P. (2011). Marketing leadership strategy, marketing outcomes and firm sustainability: Evidence from food product businesses in Thailand. **International Journal of Strategic Management** 11(3): 1-25.
- Plambeck, E. L., & Taylor, T. A. (2015). Supplier evasion of a buyer's audit: implications for motivating supplier social and environmental responsibility. **Manufacturing & Service Operations Management** 18(2): 184-197.
- Popadiuk, S., & Choo, C. W. (2007). Innovation and knowledge creation: How are these concepts related?. **International Journal of Information Management** 27(1): 302–312.
- Porter, M. E. (1980). **Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors**. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1985). **Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: Free Press.

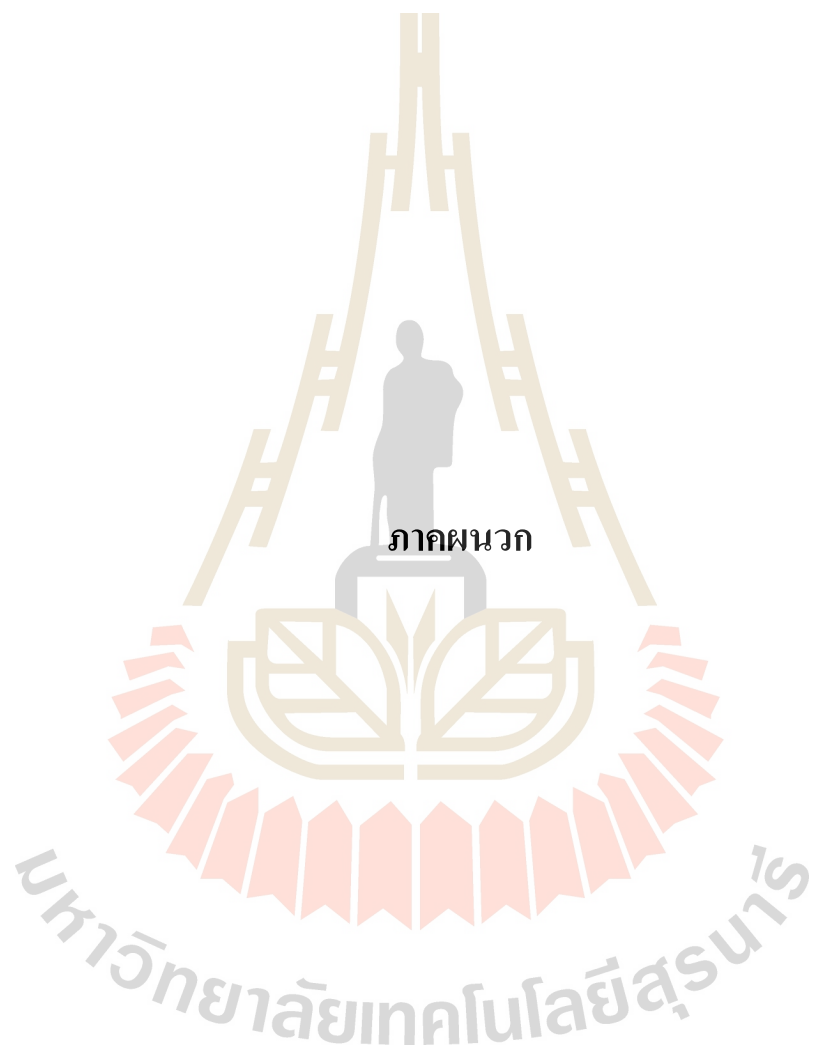
- Porter, M. E. (2003). The economic performance of regions. **Journal Regional Studies** 37: 549-578.
- Prajogo, D. I. (2016). The relationship between competitive strategies and product quality. **Industrial Management & Data Systems** 107(1): 69–83.
- Pratono, H. A., & Mahmood, R. (2016). Entrepreneurial orientation and firm performance: How can small and medium-sized enterprises survive environmental turbulence?. **Pacific Science Review B: Humanities and Social Sciences** 1: 85-91.
- Putnam, R. D. (1993). The prosperous community: social capital and public life. **American Prospect** 13: 35–42.
- Rahman, N. A. A., & Ramli, A. (2014). Entrepreneurship management, competitive advantage and firm performances in the craft industry: concepts and framework. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 145: 129–137.
- Rothaermel, T. F. (2013). **Strategic Management: Concepts and Cases**. New York: McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. **Journal of Educational Research** 2: 49-60.
- Ryu, C., Kim, Y. J., Chaudhury, A., & Rao, H. R. (2005). Knowledge acquisition via three learning processes in enterprise information portals: Learning-by-investment, learning-by-doing, and learning from-others. **MIS Quarterly** 29(2): 245–278.
- Salunke, S. (2018). The central role of knowledge integration capability in service innovation based competitive strategy. **Industrial Marketing Management** 76: 144-156.
- Salzmann, O., Ionescu-somers, A., & Steger, U. (2005). The Business Case for Corporate Sustainability: Literature Review and Research Options. **European Management Journal** 23(1): 27–36.
- Schaltegger, S., & Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. **Business Strategy and the Environment** 20(4): 222–237.
- Schot, J., & Steinmueller, W. E. (2018). Three frames for innovation policy: R&D, systems of innovation and transformative change. **Research Policy** 47: 1554–1567.

- Sebhatu, S. P. (2008). Sustainability Performance Measurement for sustainable organizations: beyond compliance and reporting. **11th QMOD Conference. Quality Management and Organizational Development Attaining Sustainability From Organizational Excellence to Sustainable Excellence; 20-22 August; 2008 in Helsingborg, Sweden.** 75-87.
- Semrau, T., Ambos, T. & Kraus, S. (2016). Entrepreneurial orientation and SME performance across societal cultures: An international study. **Journal of Business Research** 69: 1928–1932.
- Semuel, H., Siagian, H., & Octavia, S. (2017). The effect of leadership and innovation on differentiation strategy and company performance. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 237: 1152–1159.
- Shan, P., Song, M., & Jua, Z. (2016). Entrepreneurial orientation and performance: Is innovation speed a missing link?. **Journal of Business Research** 69: 683–690.
- Shiaw-Tong, H., May-Chiun, L., & Yin-Chai, W. (2016). Relationship between Knowledge Management and Organizational Performance: A Test on SMEs in Malaysia. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 224: 184–189.
- Škerlavaj, M., Štemberger, M. I., Škrinjar, R., & Dimovski, V. (2007). Organizational learning culture-the missing link between business process change and organizational performance. **International Journal of Production Economics** 106(2): 346–367.
- Song, G., Min, S., Lee, S., & Seo, Y. (2017). The effects of network reliance on opportunity recognition: A moderated mediation model of knowledge acquisition and entrepreneurial orientation. **Technological Forecasting & Social Change** 117: 98–107.
- Tanriverdi, H. (2005). Information technology relatedness, knowledge management capability, and performance of multibusiness firms. **MIS Quarterly** 29(2): 311–334.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. **Strategic Management Journal** 18(7): 509-533.
- Thomson, A. A. Jr., Strickland, J. A., & Gamble, E. J. (2010). **Crafting and Executing Strategy: The Quest for Competitive advantage** (7th edition). New York. McGraw-Hill.

- The United Nations. (2019). **Sustainable Development Goals**. Retrieve from: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>. Available on September 2, 2019.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. **Academy of Management Review** 11(4): 801-814.
- Wagner, M. (2010). The role of corporate sustainability performance for economic performance: A firm-level analysis of moderation effects. **Ecological Economics** 69: 1553–1560.
- Wang, C. L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. **Entrepreneurship: Theory and Practice** 32(4): 635–657.
- Wang, Z., Wang, N., & Liang, H. (2014). Knowledge sharing, intellectual capital and firm performance. **Management Decision** 52(2): 230-258.
- Wiersma, W. E., & Jurs, S. G. (2009). **Research Methods in Education an Introduction** (9th edition). Boston, MA: Pearson Education Inc.
- Wijethilake, C., Munir, R., & Appuhami, R. (2017). Strategic responses to institutional pressures for sustainability: The role of management control systems. **Accounting, Auditing & Accountability Journal** 30(8): 1677-1710.
- Wijethilake, C. (2017). Proactive sustainability strategy and corporate sustainability performance: The mediating effect of sustainability control systems. **Journal of Environmental Management** 196: 569-582
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneur Orientation and Small Business Performance: Configurational Approach. **Journal of Business Venturing** 20: 71-91.
- Wolff, J. A., Pett, T. L., & Ring, J. K. (2015). Small firm growth as a function of both learning orientation and entrepreneurial orientation: An empirical analysis. **International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research** 21 (5): 709-730.
- Wong, C. A., & Laschinger, H. K.S. (2013). Authentic leadership, performance, and job satisfaction: the mediating role of empowerment. **Journal of Advanced Nursing** 69 (4): 947-959.

- Wu, K-J., Gao, S., Xia, L., Tseng, M-L., Chiu, A. S. F., & Zhang, Z. (2019). Enhancing corporate knowledge management and sustainable development: An inter-dependent hierarchical structure under linguistic preferences. **Resources, Conservation and Recycling** 146: 560-579.
- Xiao-di, Z., Song-Zheng, Z., Juanru, W., & Heng, X. (2008). **The Key Factors Affecting Knowledge Integration Capability**. National Humanities and Social Science Foundation. China: Humanities and Management Science Foundation of Northwestern Polytechnical University.
- Zehir, C., Can, E., & Karaboga, T. (2015). Linking entrepreneurial orientation to firm performance: the role of differentiation strategy and innovation performance. **Procedia - Social and Behavioral Sciences** 210: 358 – 367.
- Zeng, K., & Luo, X. (2013). The balanced scorecard in China: Does it work?. **Business Horizons** 56: 611-620.
- Zhang, W., Padmanabhan, P., & Huang, C. (2018). Firm level offshoring activities, pollution regulation, triple bottom line, and market structure: What do they have in common?. **Journal of Cleaner Production** 195: 618-624.







ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัด
ชายแดนภาคใต้

**The Causal Factors Influencing Corporate Sustainability Performance of Community
Enterprises in Three Southern Border Provinces**

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการบูรณาการความรู้ และผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 2) เพื่อพัฒนาแบบจำลองสมการ โครงสร้างของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และความสามารถในการบูรณาการความรู้ ที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน โดยผ่านตัวแปรคั่นกลาง คือ กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างและความสามารถในการบูรณาการความรู้ของวิสาหกิจชุมชนในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและสร้างโอกาสในการดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจให้ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่สามารถเติบโตในระยะยาวได้ต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

นางศุภฎี นาคเรือง

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความยั่งยืนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง: ให้นักกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเลือกคำตอบที่ตรงกับกลุ่มของท่านได้เพียง 1 ข้อ

1. ที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชน

- 1) จังหวัดยะลา 2) จังหวัดปัตตานี 3) จังหวัดนราธิวาส

2. รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

- 1) รายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) รายได้คงที่อย่างต่อเนื่อง 3) อื่นๆ (โปรดระบุ) ...

3. จำนวนสมาชิก (คน)

- 1) จำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นทุกปี 2) จำนวนสมาชิกเท่าเดิม

4. จำนวนผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทกิจการ/กิจกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดำเนินการ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | | | | |
|----------------------------|-------|-------------|-------------|---------------------|
| 1) เครื่องประดับ/อัญมณี | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 2) ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ/เสื้อผ้า | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 3) แปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 4) ของชำร่วย/ของที่ระลึก | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 5) เครื่องจักสาน | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 6) เครื่องไม้/เฟอร์นิเจอร์ | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 7) เครื่องดื่ม | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 8) ดอกไม้ประดิษฐ์ | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 9) ผลิตภัณฑ์สมุนไพร | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 10) การผลิตสินค้าอื่นๆ | จำนวน | 1 ผลิตภัณฑ์ | 2 ผลิตภัณฑ์ | มากกว่า 3 ผลิตภัณฑ์ |
| 11) อื่นๆ (โปรดระบุ) | | | | |

5. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่านใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบในการผลิตสินค้า

- 1) ในท้องถิ่น 2) นอกท้องถิ่น 3) ทั้งในและนอกท้องถิ่น

6. ความเป็นอยู่ของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน...

- 1) รายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย 2) มีหนี้สินลดลง 3) มีเงินออม 4) อื่นๆ

7. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมชุมชน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1) วิสาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนการศึกษาแก่ชุมชน
2) วิสาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนให้เงินช่วยเหลือคนในชุมชน

3) วิชาหกิจชุมชนนำผลกำไรมาสนับสนุนการสร้างสาธารณูปโภค เช่น การจัดการสิ่งปฏิกูล
 ประปา หมู่บ้าน ถนนภายในหมู่บ้าน เป็นต้น

4) วิชาหกิจชุมชนมีการร่วมกิจกรรมเพื่อให้ตระหนักคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการด้านการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการของกลุ่ม
 วิชาหกิจชุมชน**

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติการที่เป็นจริงเกี่ยวกับกลุ่มของท่าน

- 5 หมายถึง มีการปฏิบัติการหรือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
 4 หมายถึง มีการปฏิบัติการหรือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
 3 หมายถึง มีการปฏิบัติการหรือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
 2 หมายถึง มีการปฏิบัติการหรือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
 1 หมายถึง มีการปฏิบัติการหรือมีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ปัจจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ระดับการปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรม/สิ่งใหม่					
1. กลุ่มของท่านมีเทคนิคการสร้างสรรค์สิ่งใหม่อยู่บนพื้นฐานของผลการวิจัยที่ยอมรับได้					
2. กลุ่มของท่านให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆกับผลิตภัณฑ์และบริการ					
3. พนักงานในกลุ่มของท่านยอมรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆเสมอ					
4. สมาชิกของกลุ่มท่านจะไม่ถูกตำหนิแม้ว่าจะไม่มีความคิดใหม่ๆในการทำงาน					
5. กลุ่มของท่านได้สนับสนุนสมาชิกในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในกระบวนการผลิต/บริการให้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ					

ปัจจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ระดับการปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
6. กลุ่มฯของท่านได้ปรับการทำงานให้สอดคล้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ					
7. กลุ่มฯของท่านได้จัดให้มีการศึกษาหรืออบรมแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ					
ด้านการบริหารความเสี่ยง					
8. กลุ่มฯของท่านมีความปรารถนาอย่างมากในการทำธุรกิจ ถึงแม้จะมีความเสี่ยงเกิดขึ้น					
9. กลุ่มฯของท่านกล้าได้กล้าเสียในการดำเนินงาน แต่ไม่เคยรู้สึกเหนื่อย					
10. การเริ่มทำธุรกิจของกลุ่มฯท่าน ได้คำนึงถึงความเสี่ยงในการทำกำไรหรือผลประโยชน์					
11. เมื่อต้องเผชิญกับการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่มีแน่นอน กลุ่มฯของท่านจะดำเนินการอย่างระมัดระวัง โดยนำข้อผิดพลาดในอดีตมาเป็นข้อมูลในการวางแผนในอนาคต					
12. กลุ่มฯของท่านมักวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการทำธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต					
ความมุ่งมั่นในการแข่งขัน					
13. ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มฯท่านได้ลดราคาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด/ยอดขาย					
14. กลุ่มฯของท่านมีการพัฒนาสินค้า/บริการอยู่เสมอ เพื่อแสวงหาโอกาสในการแข่งขัน					
15. กลุ่มฯของท่านมีวิธีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มคุณภาพของสินค้า/บริการในราคาเดิม					

ปัจจัยเกี่ยวกับการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ	ระดับการปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
16. กลุ่มฯของท่านมักเพิ่มยอดขายด้วยการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้					
การดำเนินงานเชิงรุก					
17. กลุ่มฯของท่านมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่					
18. กลุ่มฯท่านมักแสวงหาข้อมูลเพื่อสร้างความสำเร็จเปรียบคู่แข่งเสมอ					
19. กลุ่มฯของท่านเป็นผู้ริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง					
20. กลุ่มฯของท่านได้ปรับรูปแบบการทำธุรกิจ ด้วยการหาวิธีการผลิตหรือบริการรูปแบบใหม่ที่สามารถแข่งขันได้					
ความเป็นอิสระในการบริหารกลุ่มฯ					
21. กลุ่มฯของท่านตั้งใจให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผลตอบแทน					
22. กลุ่มฯของท่านให้อิสระแก่สมาชิกในการการปรับปรุงกระบวนการผลิต/บริการใหม่					
23. กลุ่มฯของท่านมุ่งให้สมาชิกตัดสินใจด้วยความระมัดระวังเมื่อมีการผลิต/บริการใหม่					
24. กลุ่มฯของท่านมีการทำงานที่มีความยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนสมาชิกให้เกิดความคิดใหม่ ๆ					
25. กลุ่มฯของท่านส่งเสริมให้สมาชิกมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง					

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติการด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับระดับการปฏิบัติการที่เป็นจริงเกี่ยวกับกลุ่มฯ
ของท่าน

ปัจจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระดับการปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้ทรัพยากรเพื่อการวิจัยและพัฒนา					
18. กลุ่มฯของท่านมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่					
19. กลุ่มฯของท่านมีสมาชิกที่มีคุณสมบัติและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (วิธีการทำธุรกิจ)					
20. กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญต่อการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด					
21. กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย					
22. กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
23. กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง					
การตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่และบริการใหม่					
24. ในช่วงระยะเวลา 1-5 ปีแรก กลุ่มฯของท่านมีการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด					
25. ผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มฯท่านที่เข้าสู่ตลาดจะมีความแตกต่างจากคู่แข่ง					
26. กลุ่มฯของท่านได้พัฒนารูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์/บริการที่ดีกว่ารูปแบบเดิมอย่างต่อเนื่องเสมอ					

ปัจจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	ระดับการปฏิบัติการ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
27. กลุ่มฯของท่านสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว					
28. ราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯท่านสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
29. กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น การขายปลีก การขายส่ง					
การส่งเสริมการตลาดให้กับภาพลักษณ์ของตราสินค้า					
30. กลุ่มฯของท่านได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง					
31. กลุ่มฯของท่านมีข้อได้เปรียบจากการที่มีโอกาสทางการตลาด					
32. กลุ่มฯของท่านสร้างความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม					
33. กลุ่มฯของท่านได้มีสินค้ามากกว่า 1 ชนิด และมีความแตกต่างอยู่เสมอ					

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความสามารถในการบูรณาการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคำชี้แจง

กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงเกี่ยวกับกลุ่มฯของท่าน

ปัจจัยเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
วัฒนธรรมการเรียนรู้					
1. สมาชิกแต่ละคนของกลุ่มฯท่านใช้เวลาเพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน					

ปัจจัยเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
2. สมาชิกในกลุ่มๆของท่านได้ทบทวนแนวความคิดที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันเสมอ					
3. สมาชิกกลุ่มๆของท่านมีการถ่ายทอดการเรียนรู้ร่วมกัน					
4. กลุ่มๆของท่านตระหนักดีว่าสมาชิกทุกคนควรมีความคิดริเริ่ม					
5. กลุ่มๆของท่านได้ทำงานร่วมกับชุมชนภายนอก โดยให้การสนับสนุนชุมชน					
ความสามารถในกระบวนการจัดการความรู้					
6. กลุ่มๆของท่านมีวิธีการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานในการดำเนินธุรกิจ					
7. กลุ่มๆของท่านมีกระบวนการแสวงหาความรู้ทางธุรกิจจากภายนอกกลุ่มให้แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ					
8. กลุ่มๆของท่านได้ถ่ายทอดความรู้ทางธุรกิจให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง					
9. กลุ่มๆของท่านใช้ความรู้ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่					
10. กลุ่มๆของท่านใช้ความรู้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน					
ความสามารถทางเทคโนโลยีสารสนเทศ					
11. กลุ่มๆของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ					
12. กลุ่มๆของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้า					
13. กลุ่มๆของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยในการกำหนดราคาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน					

ปัจจัยเกี่ยวกับความสามารถในการบูรณาการความรู้	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
14. กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของยอดขาย					
15. กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนทางธุรกิจ					

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นด้านผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นที่เป็นจริงเกี่ยวกับกลุ่มฯของท่าน

ปัจจัยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ผลการดำเนินงานทางสังคม					
1. กลุ่มฯของท่านได้จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยแก่สมาชิก					
2. กลุ่มฯของท่านสนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนในระดับที่สูงขึ้น					
3. กลุ่มฯของท่านได้จัดให้มีเงินค่าตอบแทนที่เพียงพอแก่สมาชิก					
4. กลุ่มฯของท่านได้ปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนด้วยความยุติธรรม และเสมอภาค					
ผลการดำเนินงานทางสิ่งแวดล้อม					
5. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้พลังงาน					
6. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ช่วยลดขยะ					

ปัจจัยเกี่ยวกับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนขององค์กร	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
7. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่					
8. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้น้ำ					
9. กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญกับบรรพบุรุษที่มิให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
10. กลุ่มฯของท่านมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่น					
11. กลุ่มฯของท่านมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายนอกท้องถิ่น					
ผลการดำเนินงานทางเศรษฐกิจ					
12. ยอดขายของกลุ่มฯท่านสูงกว่าในปีที่ผ่านมา					
13. การเติบโตของยอดขายของกลุ่มฯท่านสูงกว่าในปีที่ผ่านมา					
14. จำนวนลูกค้าของกลุ่มฯท่านมากกว่าในปีที่ผ่านมา					
15. คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯท่านดีกว่าในปีที่ผ่านมา					
16. สมาชิกของกลุ่มฯท่านมีประสิทธิภาพในการทำงานด้านความสามารถในการลดต้นทุนเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา					
17. กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญกับมาตรฐานการครองชีพของสมาชิก เช่น ค่าตอบแทน ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น					
18. กลุ่มฯของท่านได้สร้างงานและอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชน					
19. กลุ่มฯของท่านได้สร้างการกระจายรายได้ที่ดีให้แก่คนในชุมชน เช่น รายได้ของคนในชุมชนจะดีขึ้น					

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม: ปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของกลุ่มของท่าน

.....
.....

****ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ท่านให้ความกรุณาสละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามชุดนี้****



ภาคผนวก ข

ผลการประเมินค่าที่โยงตรงของเครื่องมือ (IOC)

ตัวแปรที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
1	กลุ่มฯ ของท่านมีเทคนิคการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ อยู่บนพื้นฐานของผลการวิจัยที่ยอมรับได้	0.67	ยืนยัน	-
2	กลุ่มฯ ของท่านให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ กับผลิตภัณฑ์และบริการ	1.00	ยืนยัน	-
3	พนักงานในกลุ่มฯ ของท่านยอมรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เสมอ	1.00	ยืนยัน	-
4	สมาชิกของกลุ่มฯ ท่าน <u>ไม่ถูกกล่าวโทษแม้ว่าจะไม่มีความคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน</u>	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	สมาชิกของกลุ่มฯ ท่านจะไม่ถูกดำเนินคดีแม้ว่าจะไม่มีความคิดใหม่ ๆ ในการทำงาน
5	กลุ่มฯ ของท่านได้สนับสนุนสมาชิกในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ในกระบวนการผลิต/บริการให้เกิดขึ้นในสถานประกอบการ	1.00	ยืนยัน	-
6	กลุ่มฯ ของท่านได้ปรับการทำงานให้สอดคล้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ	1.00	ยืนยัน	-
7	กลุ่มฯ ของท่านได้จัดให้มีการศึกษาหรืออบรมแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	1.00	ยืนยัน	-
8	กลุ่มฯ ของท่านมีความปรารถนาอันแรงกล้าในการทำธุรกิจ ถึงแม้จะมีความเสี่ยงเกิดขึ้น	0.67	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯ ของท่านมีความปรารถนาอย่างมากในการทำธุรกิจ ถึงแม้จะมีความเสี่ยงเกิดขึ้น

ตัวแปรที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/ค่าชี้แจงเพิ่มเติม
9	กลุ่มฯของท่านกล้าได้กล้าเสียในการดำเนินงาน แต่ไม่เคยรู้สึกเหนื่อย	0.67	ยืนยัน	-
10	การเริ่มทำธุรกิจของกลุ่มฯท่าน ได้คำนึงถึงความเสี่ยงในการทำกำไรหรือผลประกอบการ	1.00	ยืนยัน	-
11	เมื่อต้องเผชิญกับการตัดสินใจในสถานการณ์ที่ไม่มี ความแน่นอน กลุ่มฯของท่านจะดำเนินการอย่างระมัดระวัง โดยนำข้อผิดพลาดในอดีตมาเป็นข้อมูลในการวางแผนในอนาคต	1.00	ยืนยัน	-
12	กลุ่มฯของท่านมักวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกอยู่เสมอ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมักวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อป้องกันความ
13	ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มฯท่านได้ลดราคาเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาด/ยอดขาย	1.00	ยืนยัน	ผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
14	กลุ่มฯของท่านมีการพัฒนาสินค้า/บริการอยู่เสมอ เพื่อแสวงหาโอกาสในการแข่งขัน	1.00	ยืนยัน	-
15	กลุ่มฯของท่านมีวิธีการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มคุณภาพของสินค้า/บริการในราคาเดิม	0.67	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
16	กลุ่มฯของท่านมีกษายัตตราค่าคู่แข่งเสมอ เพื่อเพิ่มยอดขาย	0.67	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมักเพิ่มยอดขายด้วยการกำหนดราคาที่สามารถแข่งขันได้
17	กลุ่มฯของท่านมีความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่	1.00	ยืนยัน	-
18	กลุ่มฯท่านมักแสวงหาข้อมูลเพื่อสร้างความได้เปรียบคู่แข่งเสมอ	1.00	ยืนยัน	-
19	กลุ่มฯของท่านเป็นผู้ริเริ่มการพัฒนาผลิตภัณฑ์ก่อนคู่แข่งอย่างต่อเนื่อง	1.00	ยืนยัน	-
20	กลุ่มฯของท่านได้ปรับรูปแบบการทำธุรกิจ ด้วยการหาวิธีการผลิตหรือบริการรูปแบบใหม่ที่สามารถแข่งขันได้	1.00	ยืนยัน	-
21	กลุ่มฯของท่านจงใจให้สมาชิกเสนอความคิดใหม่ๆที่เป็นประโยชน์ต่อผลตอบแทน	1.00	ยืนยัน	-
22	กลุ่มฯของท่านให้อิสระแก่สมาชิกในการปรับปรุงกระบวนการผลิต/บริการใหม่	0.67	ยืนยัน	-
23	กลุ่มฯของท่านมุ่งให้สมาชิกตัดสินใจด้วยความระมัดระวังเมื่อมีการผลิต/บริการใหม่	1.00	ยืนยัน	-
24	กลุ่มฯของท่านมีการทำงานที่มีความยืดหยุ่น เพื่อสนับสนุนสมาชิกให้เกิดความคิดใหม่ๆ	1.00	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 1 การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
25	กลุ่มฯของท่านส่งเสริมให้สมาชิกมีความสามารถในการพึ่งพาตนเอง	1.00	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
1	กลุ่มฯของท่านมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่	1.00	ยืนยัน	-
2	กลุ่มฯของท่านมีสมาชิกที่มีคุณสมบัติและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์	0.67	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีสมาชิกที่มีคุณสมบัติและมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ (วิธีการทำธุรกิจ)
3	กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญต่อการจัดหาอุปกรณ์หรือเครื่องมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อแสวงหาโอกาสทางการตลาด	1.00	ยืนยัน	-
4	กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่ตรงกับความต้องการเฉพาะของลูกค้าแต่ละราย	1.00	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (ต่อ)

ข้อ	ข้อความคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
5	กลุ่มฯของท่านนำเสนอคุณภาพของผลิตภัณฑ์/บริการที่ <u>ดีกว่า</u> เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.67	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีคุณภาพดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
6	กลุ่มฯของท่านนำเสนอ <u>ลักษณะ</u> ผลิตภัณฑ์/บริการใน <u>ที่แตกต่าง</u> จากคู่แข่ง	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านนำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการที่มีลักษณะแตกต่างจากคู่แข่ง
7	ในช่วงระยะเวลา 1-5 ปีแรก กลุ่มฯของท่านมีการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาด	1.00	ยืนยัน	-
8	ผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มฯท่านที่เข้าสู่ตลาดจะมีความแตกต่างจากคู่แข่ง	1.00	ยืนยัน	-
9	กลุ่มฯของท่านได้พัฒนารูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์/บริการที่ <u>ดีกว่า</u> เสมอ	0.67	ยืนยัน	กลุ่มฯของท่านได้พัฒนารูปแบบและขนาดผลิตภัณฑ์/บริการที่ดีกว่ารูปแบบเดิมอย่างต่อเนื่องเสมอ

ตัวแปรที่ 2 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (ต่อ)

ข้อ	ข้อความคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
10	กลุ่มๆของท่านสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และเข้าสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็ว	0.67	ยืนยัน	-
11	ราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มๆท่านสามารถแข่งขันได้เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	1.00	ยืนยัน	-
12	กลุ่มๆของท่านให้ความสำคัญต่อช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น การขายปลีก การขายส่ง	1.00	ยืนยัน	-
13	กลุ่มๆของท่านได้ปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	1.00	ยืนยัน	-
14	กลุ่มๆของท่านมีข้อได้เปรียบจากการที่มีโอกาสทางการตลาด	1.00	ยืนยัน	-
15	กลุ่มๆของท่านสร้างความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม	0.67	ยืนยัน	-
16	กลุ่มๆของท่านได้มีสินค้ามากกว่า 1 ชนิด และมีความแตกต่างอยู่เสมอ	1.00	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 3 ความสามารถในการบูรณาการความรู้

ข้อ	ข้อความคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
1	สมาชิกแต่ละคนของกลุ่มๆ ท่านใช้เวลาเพื่อสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกัน	1.00	ยืนยัน	-
2	สมาชิกในกลุ่มๆ ของท่านได้ทบทวนแนวความคิดที่ได้จากการแสดงความคิดเห็นร่วมกันเสมอ	1.00	ยืนยัน	-

ตัวแปรที่ 3 ความสามารถในการบูรณาการความรู้ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
3	สมาชิกกลุ่มฯของท่านมีการถ่ายทอดการเรียนรู้ร่วมกัน	1.00	ยืนยัน	-
4	กลุ่มฯของท่านตระหนักดีว่าสมาชิกทุกคนควรมีความคิดริเริ่ม	0.67	ยืนยัน	-
5	กลุ่มฯของท่านได้ทำงานร่วมกับชุมชนภายนอก โดยให้การสนับสนุนชุมชน	1.00	ยืนยัน	-
6	กลุ่มฯของท่านมีวิธีการได้มาซึ่งความรู้เกี่ยวกับวิธีการทำงานในการดำเนินธุรกิจ	1.00	ยืนยัน	-
7	กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการแสวงหาความรู้ทางธุรกิจจากภายนอกกลุ่มฯให้แก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ	1.00	ยืนยัน	-
8	กลุ่มฯของท่านได้ถ่ายทอดความรู้ทางธุรกิจให้แก่สมาชิกอย่างต่อเนื่อง	1.00	ยืนยัน	-
9	กลุ่มฯของท่านใช้ความรู้ในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่	1.00	ยืนยัน	-
10	กลุ่มฯของท่านใช้ความรู้ในการพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน	1.00	ยืนยัน	-
11	กลุ่มฯของท่านมีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่เพิ่มอำนาจการต่อรองกับผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

ตัวแปรที่ 3 ความสามารถในการบูรณาการความรู้ (ต่อ)

ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
12	กลุ่มฯของท่านมีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้า	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยเพิ่มอำนาจการต่อรองกับลูกค้า
13	กลุ่มฯของท่านมีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยในการกำหนดราคาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยในการกำหนดราคาเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
14	กลุ่มฯของท่านมีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของยอดขาย	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงของสัดส่วนของยอดขาย
15	กลุ่มฯของท่านมีระบบฐานข้อมูลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ	1.00	ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ	กลุ่มฯของท่านมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนทางธุรกิจ

ตัวแปรที่ 4 ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

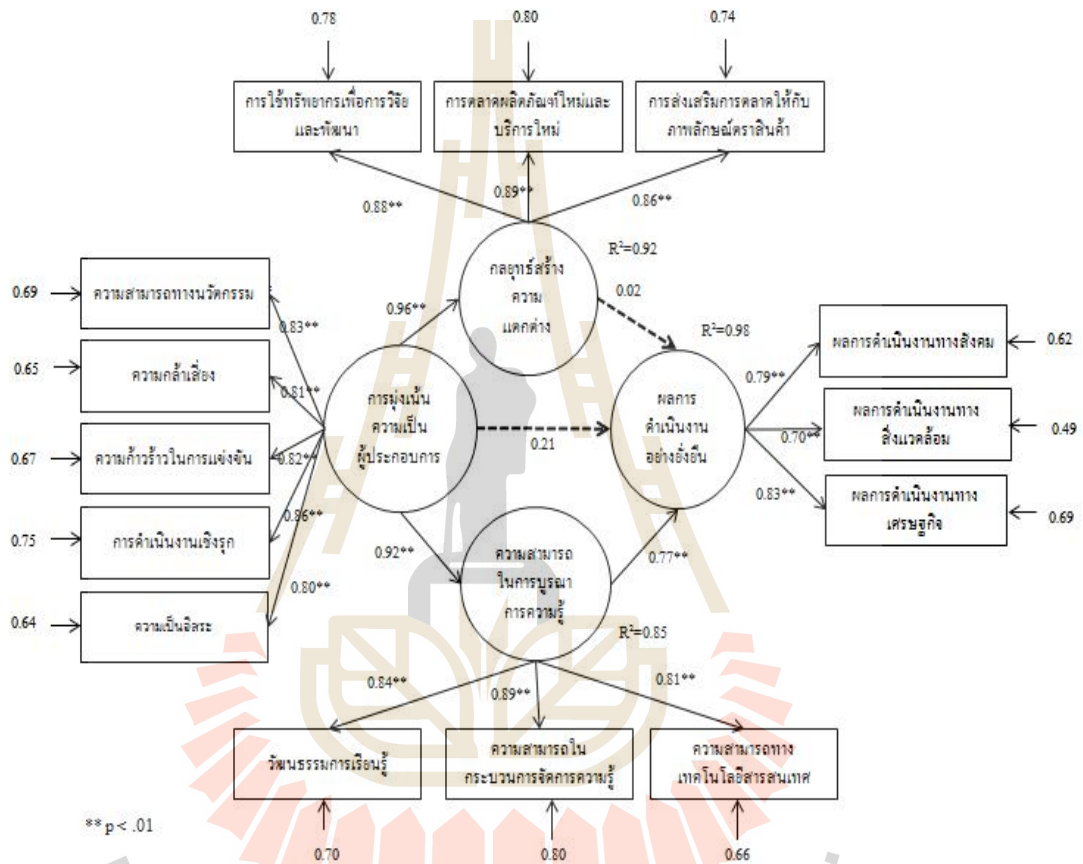
ข้อ	ข้อความ	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
1	กลุ่มฯของท่านได้จัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัยแก่สมาชิก	1.00	ยั่งยืน	-
2	กลุ่มฯของท่านสนับสนุนให้สมาชิกมีการเรียนในระดับที่สูงขึ้น	0.67	ยั่งยืน	-
3	กลุ่มฯของท่านได้จัดให้มีเงินค่าตอบแทนที่เพียงพอแก่สมาชิก	1.00	ยั่งยืน	-
4	กลุ่มฯของท่านได้ปฏิบัติต่อสมาชิกทุกคนด้วยความยุติธรรม และเสมอภาค	1.00	ยั่งยืน	-
5	กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้พลังงาน	1.00	ยั่งยืน	-
6	กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ช่วยลดขยะ	1.00	ยั่งยืน	-
7	กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานนำวัสดุที่เหลือใช้กลับมาใช้ใหม่	1.00	ยั่งยืน	-
8	กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการในการทำงานที่ลดการใช้น้ำ	1.00	ยั่งยืน	-
9	กลุ่มฯของท่านให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	1.00	ยั่งยืน	-
10	กลุ่มฯของท่านมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายในท้องถิ่น	1.00	ยั่งยืน	-
11	กลุ่มฯของท่านมีการใช้ทรัพยากรธรรมชาติภายนอกท้องถิ่น	1.00	ยั่งยืน	-
12	ยอดขายของกลุ่มฯท่านสูงกว่าที่ผ่านมา	1.00	ยั่งยืน	-

ตัวแปรที่ 4 ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (ต่อ)

ข้อ	ข้อความคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจงเพิ่มเติม
13	การเติบโตของยอดขายของกลุ่มฯ ท่านสูงกว่าในปีที่ผ่านมา	1.00	ยืนยัน	-
14	จำนวนลูกค้าของกลุ่มฯ ท่านมากกว่าในปีที่ผ่านมา	1.00	ยืนยัน	-
15	คุณภาพสินค้าของกลุ่มฯ ท่านดีกว่าในปีที่ผ่านมา	0.67	ยืนยัน	-
16	สมาชิกของกลุ่มฯ ท่านมีประสิทธิภาพในการทำงานด้านความสามารถในการลดต้นทุนเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา	0.67	ยืนยัน	-
17	กลุ่มฯ ของท่านให้ความสำคัญกับมาตรฐานการครองชีพของสมาชิก เช่น ค่าตอบแทน ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น	1.00	ยืนยัน	-
18	กลุ่มฯ ของท่านได้สร้างงานและอาชีพให้แก่สมาชิกในชุมชน	1.00	ยืนยัน	-
19	กลุ่มฯ ของท่านได้สร้างการกระจายรายได้ที่ดีให้แก่คนในชุมชน เช่น รายได้ของคนในชุมชนจะดีขึ้น	1.00	ยืนยัน	-

ภาคผนวก ค

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างที่แสดงผล Error term



** p < .01

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ภาคผนวก ง

COA No. 26/2562



คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

เอกสารรับรองโครงการวิจัยในมนุษย์

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ดำเนินการให้การรับรองการพิจารณาจริยธรรมแบบเร่งรัดโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP) and 45CFR 46.101(b)

- โครงการ** : ปัจจัยเชิงเหตุและผลที่มีต่อผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- รหัสโครงการ** : EC-62-31
- ชื่อหัวหน้าโครงการ** : นางศุภฎี นาคเรือง
- สังกัด** : สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม
- วิธีทบทวน** : Expedited
- รายงานความก้าวหน้า** : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี
- เอกสารรับรอง** : ข้อเสนอโครงการ
(version 2.0, 30 เมษายน 2562)

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ แพทย์หญิงพรทิพย์ นิมขุนทด)
ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

วันที่รับรอง : 30 เมษายน 2562

วันหมดอายุ : 29 เมษายน 2563

ทั้งนี้ การรับรองนี้มีเงื่อนไขดังที่ระบุไว้ด้านหลังทุกข้อ (ดูด้านหลังของเอกสารรับรองโครงการวิจัย)

ผู้ร่วมโครงการวิจัย

นักวิจัยทุกท่านที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

1. ดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
2. ใช้เอกสารแนะนำอาสาสมัคร ใบยินยอม (และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัยหรือใบโฆษณา (ถ้ามี)) แบบ สัมภาษณ์ และ/หรือแบบสอบถาม เฉพาะที่มีตราประทับของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เท่านั้น
3. รายงานเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงที่เกิดขึ้นหรือการเปลี่ยนแปลงกิจกรรมวิจัยใด ๆ ต่อคณะกรรมการ จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ภายในระยะเวลาที่กำหนดในวิธีดำเนินการมาตรฐาน (SOPs)
4. ส่งรายงานความก้าวหน้าต่อคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ตามเวลาที่กำหนดหรือเมื่อได้รับการ ร้องขอ
5. หากการวิจัยไม่สามารถดำเนินการเสร็จสิ้นภายในกำหนด ผู้วิจัยต้องยื่นขออนุมัติใหม่ก่อน อย่างน้อย 30 วัน
6. เอกสารทุกฉบับที่ได้รับการรับรองครั้งนี้หมดอายุตามอายุของโครงการวิจัยที่ได้รับการรับรองก่อนหน้านี้ (รหัสโครงการ EC-62-31)



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

COA No. 26/2562



Human Research Ethics Committee, Suranaree University of Technology

Certificate of Approval

Ethics Committee for Researches Involving Human Subjects, Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima, Thailand, has Expedited the following study which is to be carried out in compliance with the International guidelines for human research protection as Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline, International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice (ICH-GCP)

Title of Project : The Casual Factors Influencing Corporate Sustainability Performance of Community Enterprises in Three Southern Border Provinces

Project Code : EC-62-31

Principal Investigator : Mrs. Dussadee Nakruang

Department : Institute of Social Technology

Review Method : Expedited

Continuing Report : At least once annually or submit the final report if finished

Document Reviewed : Protocol
(version 2.0, 30 April 2019)

Signature.....Chairman
(Asst. Prof. Porntip Nimkuntod, MD)

Ethics Committee for Researches Involving Human Subjects,
Suranaree University of Technology

Date of Approval : 30 April 2019

Approval Expiry Date : 29 April 2020

Approval is granted subject to the following conditions : (see back of this Certificate)



ผ่านการพิจารณาจาก
คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี แล้ว

Co-investigator

All approved investigators must comply with the following conditions:

1. Strictly conduct the research as stated by the protocol.
2. Use only the information sheet, consent form (and recruitment material, if any), interview outlines and/or questionnaires bearing the ethics committee seal of approval.
3. Report to the Ethics Committee any serious adverse event or any changes in the research activity within the timeframe started in the standard operating procedures.
4. Provide progress reports to the Ethics Committee within the specified time period or upon request
5. If the study cannot be finished within the expired date of the approval certificated, the investigator is obliged to reapply for approval at least 30 days to the expiration date.
6. The expiry date of every approved document is based on the expiration date of the origin approved protocol (Protocol Number EC-62-31)



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ประวัติผู้เขียน

นางคุษฎี นาคเรือง เกิดวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2521 เริ่มเข้าศึกษาชั้นประถมศึกษาที่ 1-6 โรงเรียนรังสีอนุสรณ์ จังหวัดยะลา ชั้นมัธยมศึกษาชั้นปีที่ 1-6 โรงเรียนคณะราษฎรบำรุง จังหวัดยะลา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การเงิน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ เมื่อปี พ.ศ. 2542 และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การจัดการทั่วไป) สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เมื่อปี พ.ศ. 2545

ปี พ.ศ. 2540-2545 ได้ทำงานเป็นผู้ช่วยนักวิจัย (งานพาร์ทไทม์) บริษัท Ogilvy & Mather (Thailand) ปี พ.ศ. 2545 ได้ทำงานเป็นนักวิจัย ศูนย์บริหารธุรกิจยั่งยืน คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จากนั้นปี พ.ศ. 2547 ได้ทำงานเป็นอาจารย์ประจำสาขาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ปี พ.ศ. 2560 เข้าศึกษาต่อระดับปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี โดยได้รับทุนศึกษาปริญญาเอกในประเทศ ในโครงการพัฒนาอาจารย์และบุคลากรสำหรับสถาบันอุดมศึกษาในเขตพัฒนาเฉพาะกิจจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประจำปี พ.ศ. 2561 จากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม ในระหว่างการศึกษามีผลงานวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ มีรายละเอียดดังนี้

คุษฎี นาคเรือง และขวัญกมล ดอนขวา. (2561). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางนวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 38 (2): 17-34.

Wichitsathian, S., & Nakruang, D. (2019). Knowledge integration capability and Entrepreneurial Orientation: Case of Pakthongchai Silk groups residing. **Entrepreneurship and Sustainability Issues** 7(2): 977-989. ISSN 2345-0282 (online). <http://doi.org/10.9770/jesi.2019.7.2> (13). (SCOPUS: Q1)

Nakruang, D., Donkwa, K., & Suvittawat, A. (2020). The casual factors influencing corporate sustainability performance: case of community SMEs in three southern border provinces, Thailand. **Entrepreneurship and Sustainability Issues** 7(3): 1459-1470. ISSN 2345-0282 (online). <http://doi.org/10.9770/jesi.2020.7.3> (2). (SCOPUS: Q1)

Nakruang, D., Donkwa, K., & Suvittawat, A. (2020). Differentiation Strategy on Corporate Sustainability Performance of community enterprises in three southern border provinces, Thailand. **Journal of Review on Global Economics (Special Issue)**. (In press). (SCOPUS: Q4)