



การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับ
วิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วย ตำบลนิคมสงคราม อำเภอมิ่งเมืองอุดรธานี
Development of Banana Processing Products to Create Added Value
and Creditability for the Banana Processing Community Enterprise,
Nikhom Songkhro Sub-district, Mueang Udon Thani District

เจริญชัย พรโพธิ์เพชร
Charoechai Pornprapetch

Article History

Received : January 16, 2019

Revised : August 26, 2019

Accepted : August 26, 2019

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะปัจจัยการจัดการคุณภาพ การจัดการการ การจัดการผลิต การจัดการเงิน และการจัดการตลาด 4P ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย และ 2) ศึกษาเชิงสาเหตุและผลที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยนิคมสงคราม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้คือสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยตำบลนิคมสงคราม โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 420 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เครื่องมือมีความเชื่อมั่น 0.96 และค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.80 ถึง 0.89 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการคุณภาพในรายด้านการวัดผลงานการจัดทำระบบคุณภาพ ($\bar{X} = 4.28$) การจัดการการในรายด้านการจัดจ้างคนภายนอก ($\bar{X} = 4.40$) การจัดการผลิตในรายด้านผลผลิต ($\bar{X} = 4.44$) การจัดการเงินในรายด้าน ด้านการตัดสินใจลงทุน ($\bar{X} = 4.38$) และการจัดการตลาด 4P ในรายด้านด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.34$) 2) ความสำคัญของปัจจัยที่นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยที่มีอิทธิพลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วย ตำบลนิคมสงคราม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 เป็นปัจจัยการจัดการตลาด 4P ร้อยละ 41.50 ด้านราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายการจัดการคุณภาพร้อยละ 29.70 ด้านการปรับปรุงกระบวนการและการวัดผลงานการจัดทำระบบคุณภาพการจัดการเงินร้อยละ 28.50 ด้านการจัดหาเงินทุนและวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน การจัดการการร้อยละ 26.10 ด้านวิธีการบริหารจัดการและจัดจ้างคนภายนอกและการจัดการผลิตร้อยละ 21.90

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ; การแปรรูปกล้วย ; การสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ ; วิสาหกิจชุมชน



ABSTRACT

The purposes of this study were: 1) to study the characteristics of factors of quality management, organizational management, production management, financial management and 4P's of marketing management in the development of banana processing products, and 2) to study the cause and effect that has resulted in the creation of added value and credibility for the banana processing community enterprise. A sample used was 420 members of the banana processing community enterprise, Nikhom Songkhro sub-district, who were selected by purposive sampling. The instrument used was a 5-point rating scale questionnaire, whose reliability coefficient was 0.95 and IOC indexes ranged between 0.80 and 0.89. Statistics used in data analysis were mean, standard deviation, Pearson's product moment correlation coefficient and multiple regression analysis.

The findings disclosed as follows. 1) The management of developing banana processing products of the banana processing community enterprise in the following aspects that were at the highest level includes: quality management in the aspect of measurement in performing quality system preparation ($\bar{X} = 4.28$), organizational management in the aspect of outsourcing ($\bar{X} = 4.40$), production management in the aspect of output ($\bar{X} = 4.44$), financial management in the aspect of investment decision ($\bar{X} = 4.38$), and 4P's of marketing management in the aspect of product ($\bar{X} = 4.34$). 2) The important factors used in the development of banana processing products that influence the added value creation and creditability of the banana community processing enterprise with statistical significance at the .05 level was concerned with the percentages of the following factors: 4P's of marketing management 41.50%, price and distribution channel including quality management 29.70%, process improvement and measurement of quality system including financial management 28.50%, financing and financial ratio analysis as well as organizational management 26.10%, and management method and outsourcing including production management 21.90%

Keywords : Product Development ; Banana Processing ; Creating Added Value and Creditability ; Community Enterprise

บทนำ

นโยบายประชารัฐของรัฐบาล (Public Relations Office of Royal Thai Government, 2016) มีนโยบายและแนวทางการดำเนินงาน เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐในระดับพื้นที่ และมีการจัดตั้ง “บริษัทประชารัฐรักสามัคคีประเทศไทย” ทั่วทุกจังหวัดของประเทศไทย ประกอบด้วยชุดกรรมการระดับต่างๆ ที่มี รองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย รัฐมนตรีที่เกี่ยวข้อง ผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัด คณะทำงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการภาคเอกชน ตัวแทนภาคประชาชน ภาคประชาสังคม และหน่วยงานการปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่สานพลังประชารัฐ และขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ด้วยเป้าหมายการสร้างรายได้

ให้ชุมชน ประชาชนมีความสุข และเปิดโอกาสให้ได้รับความช่วยเหลือทั้งด้านองค์ความรู้และการค้าเพื่อความสุขที่ยั่งยืนและมั่นคง โดยมีวิธีการดำเนินงานเน้นการสร้างรายได้ให้ชุมชนผ่านกลุ่มงาน ได้แก่ เกษตรแปรรูป หัตถกรรมและผ้าทอมือ และท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้ความสำคัญกระบวนการจัดการที่ให้ความสำคัญตลอด ระดับ ตั้งแต่ ต้นทางได้แก่มิ่วตฤติบภายในพื้นที่ กลางทางได้แก่กระบวนการผลิตคุณภาพ จนถึงปลายทางได้แก่การจัดจำหน่ายถึงผู้บริโภค ซึ่งส่วนที่สำคัญคือการลงมือปฏิบัติในพื้นที่ที่ใช้โครงสร้างของ Social Enterprise หรือ วิสาหกิจเพื่อสังคม โดยมีการจัดประเมินการปฏิบัติงานประชารัฐ ให้เป็นงานของผู้ว่าราชการจังหวัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องเข้าไปสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรแปรรูป กลุ่มหัตถกรรมและผ้าทอมือ กลุ่มการท่องเที่ยว จังหวัดอุดรธานี โดยเฉพาะองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น คือ องค์การบริหารส่วนตำบลนิคมสงเคราะห์



(Office of the Permanent Secretary, 2016) มีกลุ่มอาชีพที่จดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน จากสำนักงานเกษตรจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วย ตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยมีนางวรางคณา นามพิลา เป็นประธานวิสาหกิจชุมชนพร้อมด้วยคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนเข้ามาติดต่อกับวิทยาลัยสันตพลเพื่อขอการสนับสนุนงานวิจัย เพราะเคยเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาการรวมกลุ่มและเชื่อมโยงธุรกิจท่องเที่ยวและบริการจังหวัดอุดรธานี โครงการวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนจากเครือข่ายบริหารการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยี สู่ชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ) พ.ศ.2555 (Pornpraipetch et al, 2012) ผลการวิจัยพบว่า การรวมกลุ่มและเชื่อมโยงธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการตามหลักการของคลัสเตอร์ (Cluster) ว่าด้วยการสร้างศักยภาพการแข่งขัน และบริการสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งภายในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์ มีศักยภาพสร้างเครือข่ายในเขตตำบลนิคมสงเคราะห์ จึงขอการสนับสนุนงานวิจัยการพัฒนาลิขสิทธิ์แปรรูปกล้วย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วย ซึ่งโครงการวิจัยฉบับนี้ ได้รับการสนับสนุนการวิจัยจากเครือข่ายบริหารการวิจัยและถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่ชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ) พ.ศ.2559 (Pornpraipetch et, 2016) นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยได้มีการจัดการตราสินค้า “ก้านทอง” ความหมายตราสินค้าได้แก่ “ก้าน” หมายถึง ก้านกล้วยใช้ประกอบเป็นเครื่องเล่นของเด็กทำเป็นรูปม้า และ “ทอง” หมายถึง ใบตองตามประเพณีไทยใช้ประกอบการห่อขนมหรือทำเป็นบายศรีเพื่อเป็นเครื่องพิธีบูชาในงานประเพณีต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย บ้านโนนสง่า ตำบลนิคมสงเคราะห์ มีต้นทุนจากการซื้อกล้วยดิบ 600 ก.ก. เป็นเงิน 10,500 บาท/เดือน และยอดขาย 42,000 บาท/เดือน มีผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปกล้วยตากพลังแสงอาทิตย์ที่ยังพบปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หลายด้าน เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การจัดจ้างชุมชน ปริมาณผลผลิตไม่สม่ำเสมอ การตัดสินใจร่วมลงทุนในสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน การปรับปรุงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นต้น ดังนั้นจึงได้ทำการวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วยด้วยปัจจัยการจัดการคุณภาพ การจัดการองค์การ การจัดการผลิตรายการการเงิน และการจัดการตลาด ผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการและการพัฒนานำไปปฏิบัติ

ให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยด้วยพลังแสงอาทิตย์ตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย ได้รับการจดทะเบียนเป็น “วิสาหกิจชุมชน” โดยมีตราสินค้า “ก้านทอง” สถานที่ตั้งบ้านโนนสง่า ตำบลนิคมสงเคราะห์ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และมีชื่อเสียงที่คนทั่วไปจะรู้จักในนาม “วิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยนิคมสงเคราะห์” ด้วยผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย คือ “กล้วยตากจากพลังแสงอาทิตย์”

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. การศึกษาลักษณะปัจจัยการจัดการคุณภาพ การจัดการองค์การ การจัดการผลผลิต การจัดการเงิน และการจัดการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย
2. ศึกษาเชิงสาเหตุและผลที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยนิคมสงเคราะห์

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการคุณภาพส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์
2. การจัดการองค์การส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์
3. การจัดการผลผลิตส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์
4. การจัดการเงินส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์
5. การจัดการตลาดส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์

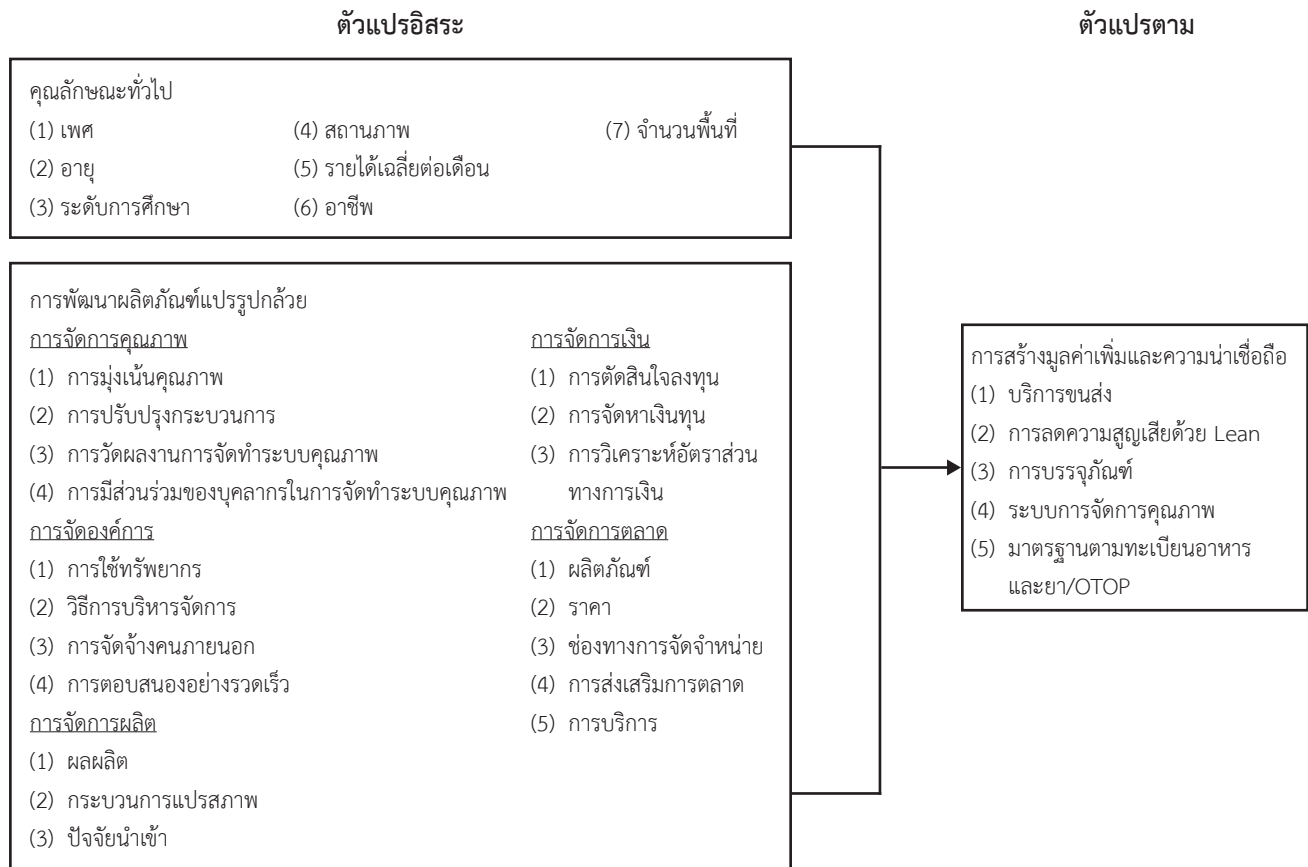
กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า การจัดการคุณภาพ ของ Jackson & Aston (1995) กล่าวถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การวัดผลและปรับปรุงคุณภาพ และการมีส่วนร่วมในการจัดการองค์การ ของ Donald F & Blumberg (1998) กล่าวถึงการใช้ทรัพยากรและการบริหารการจัดจ้างคนภายนอกและการตอบสนองการจัดการผลผลิต ของ Stephen P Robbins & Mary Coulter (2008) กล่าวถึงปัจจัยนำเข้า กระบวนการผลิต และผลผลิตการจัดการการเงิน ของ Samourjai (2015) กล่าวถึงการจัดสรรเงิน การจัดหาแหล่งเงินทุน การวิเคราะห์



อัตราส่วน การจัดการตลาด ของ Kotler (2003) กล่าวถึง 4P และการบริการและการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ ของ Liker (2008) & Lankford (2004) กล่าวถึงการขนส่ง การลดความสูญเสีย

การบรรจุภัณฑ์ ระบบคุณภาพและมาตรฐานโดยนำปัจจัยทั้งหมดเข้าทำการประชุมการถอดบทเรียนและเรียนรู้ร่วมกันสามารถนำมาเขียนเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ชายหญิงที่อาศัยตำบลนิคมสงเคราะห์ จำนวนทั้งสิ้น 7,289 คนประกอบด้วยชาย 816 คน หญิง 6,473 คน จากสถิติจำนวนประชากรในตำบลนิคมสงเคราะห์ ของสำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลนิคมสงเคราะห์ ณ วันที่ 10 มกราคม พ.ศ.2559

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วย การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย โดยการหาขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Vivanittakul & Udomsri (2008) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เป็นสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยผู้ที่มีส่วน

ได้เสียต่อการผลิตกล้วยตากพลังแสงอาทิตย์ได้แก่ หมู่ 6 หมู่ 7 และ หมู่ 8 จำนวนทั้งสิ้น 420 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม Vivanittakul & Udomsri (2008) ชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ค่าคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน มีค่าความเชื่อมั่น 0.96 และมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.80 ถึง 0.89 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคุณลักษณะทั่วไปของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วย ส่วนที่ 2 แบบวัดการจัดการคุณภาพ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ค่า IOC 0.85 ส่วนที่ 3 แบบวัดการจัดองค์การ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.93 IOC 0.90 ส่วนที่ 4 แบบวัดการจัดการ



ผลิตมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 ค่า IOC 0.89 ส่วนที่ 5 แบบวัดการจัดการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.92 ค่า IOC 0.94 ส่วนที่ 6 แบบวัดการจัดการตลาดมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 ค่า IOC 0.86 และ ส่วนที่ 7 แบบวัดการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.83 ค่า IOC 0.86

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ศึกษาเชิงปริมาณโดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามผู้วิจัยแจกแบบสอบถามไปยังสมาชิกผู้มี ส่วนได้เสียกับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยตำบลนิคมสงเคราะห์ จำนวน 420 ฉบับ ช่วงระหว่าง 1 มกราคม ถึง 13 เมษายน 2559 ได้รับกลับคืนครั้งแรก จำนวน 319 ฉบับ (ติดตามครั้งที่สองได้รับคืน 84 ฉบับ และติดตามครั้งที่สามได้รับคืน 17 ฉบับ) รวมเป็น 420 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ทั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการด้วยตนเองทั้งส่งและเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์การจัดการคุณภาพ การจัดการองค์การ การจัดการผลิต การจัดการเงิน และการจัดการตลาด โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบความสัมพันธ์ของสองตัวแปรโดยใช้สถิติทดสอบแบบ Pearson's Correlation Coefficient test และใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ ทำการเลือกตัวแปรโดยวิธีนำตัวแปรเข้าทั้งหมด โดยใช้ค่า Tolerance และ VIF เพื่อทดสอบว่าเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ

สรุปผลการวิจัย

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย

1.1 คุณลักษณะทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นจำนวนร้อยละ 88.81 อายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.43 สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 80.95 การศึกษาขั้นต่ำกว่าอุดมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 83.81 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,001-6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.05 อาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 56.90 จำนวนสมาชิก 3-4 คน คิดเป็นร้อยละ 60.95 จำนวนพื้นที่เกษตรกรรม จำนวน 1-3 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 41.67 ประสบการณ์การทำเกษตรกรรม มากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.43 และระยะเวลาการเป็นสมาชิก มากกว่า 10 ปี เป็นร้อยละ 52.38

1.2 ระดับการจัดการคุณภาพ การจัดการองค์การ การจัดการผลิต การจัดการเงิน และการจัดการตลาด โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับมากและมากที่สุด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ภาพรวม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย	$\bar{X}$		S.D.	ความหมาย
	Min	Max		
การจัดการคุณภาพ	4.16		0.39	มาก
- ด้านการวัดผลงานการจัดทำระบบคุณภาพ	-	4.28	0.63	มากที่สุด
- ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการจัดทำระบบคุณภาพ	3.93	-	0.50	มาก
การจัดองค์การ	4.22		0.50	มากที่สุด
- ด้านการจัดจ้างคนภายนอก	-	4.40	0.60	มากที่สุด
- ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	3.86	-	0.82	มาก
การจัดการผลิต	4.28		0.50	มากที่สุด
- ด้านผลผลิต	-	4.44	0.62	มากที่สุด
- ด้านกระบวนการแปรรูป	4.19	-	0.56	มาก
การจัดการเงิน	4.35		0.38	มากที่สุด
- ด้านการตัดสินใจการลงทุน	-	4.38	0.45	มากที่สุด
- ด้านการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน	4.32	-	0.50	มากที่สุด
การจัดการตลาด	4.31		0.28	มากที่สุด
- ด้านผลิตภัณฑ์	-	4.34	0.37	มากที่สุด
- ด้านการบริการ	4.26	-	0.51	มากที่สุด
ภาพรวม	4.28		0.39	มากที่สุด

2. ทดสอบอิทธิพลปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยนิคมสงเคราะห์ ได้แก่ การจัดการคุณภาพ การจัดการองค์การ การจัดการผลิต การจัดการเงิน และการจัดการตลาด ดังนี้

2.1 หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดและต่ำสุด โดยมีค่า $r < 0.80$ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันไม่มีความสัมพันธ์กันมากทุกสมมติฐานมีค่า Sig < .05 ดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดและต่ำสุด

Correlations	r		Sig
	Min	Max	
การจัดการคุณภาพ - ด้านการปรับปรุงกระบวนการ และด้าน การวัดผลงานการจัดทำระบบ คุณภาพ	-	0.54	.00
- ด้านการวัดผลงานการจัดทำระบบ คุณภาพ และ ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการ จัดทำระบบคุณภาพ	0.26	-	.00
การจัดองค์การ - ด้านวิธีการบริหารจัดการ และ ด้านการจัดจ้างคนภายนอก	-	0.78	.00
- ด้านการจัดจ้างคนภายนอก และ ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	0.31	-	.00
การจัดการผลิต - ด้านกระบวนการแปรรูป และ ด้านผลผลิต	-	0.67	.00
- ด้านผลผลิต และ ด้านมูลค่าเพิ่มและความ น่าเชื่อถือโดยรวม	0.28	-	.00
การจัดการเงิน - ด้านการจัดหาเงินทุน และ ด้านการวิเคราะห์ อัตราส่วนทางการเงิน	-	0.64	.00
- ด้านการวิเคราะห์อัตราส่วนทางการเงิน และ ด้านมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ โดยรวม	0.18	-	.00
การจัดการตลาด - ด้านราคา และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	-	0.79	.00
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านการบริการ	0.11	-	.02

**อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2.2 ผลการทดสอบเลือกตัวแปรเพื่อการทดสอบ
อิทธิพลมีค่าความสัมพันธ์ตัวแปรระดับค่า Adjusted R Square
ระหว่าง 0.219-0.415 มีค่าสัมประสิทธิ์ระหว่างร้อยละ 21.90-
41.50 แสดงว่ามีความคลาดเคลื่อนที่เป็นอิสระต่อกันในระดับสูง
ไม่มีปัญหาสหสัมพันธ์และผลความแปรปรวนอิทธิพลที่ส่งผล
ต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือทุกสมมติฐาน มีค่า Sig <
.05 โดยใช้วิธีการเลือกตัวแปรด้วยวิธีการเลือกแบบคัดเลือกเข้าไป
ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การทดสอบอิทธิพลตัวแปรและผลความแปรปรวน
ที่มีอิทธิพลส่งต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความ
น่าเชื่อถือ

Model	R	Adjusted R Square	F	Sig
การจัดการคุณภาพ	0.55	0.297	45.21*	.00
การจัดองค์การ	0.51	0.261	37.92*	.00
การจัดการผลิต	0.47	0.219	40.05*	.00
การจัดการเงิน	0.53	0.285	56.54*	.00
การจัดการตลาด	0.64	0.415	60.34*	.00
รวม	0.54	0.295		

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 ผลความแปรปรวนอิทธิพลที่ส่งต่อการสร้าง
มูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือทุกสมมติฐาน มีค่า Sig < .05 กล่าวได้ว่า
ค่าสัมประสิทธิ์การจัดการคุณภาพ การจัดองค์การ การจัดการผลิต
การจัดการเงิน และการจัดการตลาด มีตัวแปรอย่างน้อยหนึ่ง
ด้านที่ส่งต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ ดังตารางที่
4 - 8

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การจัดการคุณภาพ

การจัดการคุณภาพ	Beta	t	Sig
ด้านการมุ่งเน้นคุณภาพ	0.22	4.21*	.00
ด้านการปรับปรุงกระบวนการ	0.26	4.48*	.00
ด้านวัดผลงานการจัดทำระบบคุณภาพ	0.10	2.04*	.04
ด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการจัดทำ ระบบคุณภาพ	0.09	2.06*	.04
(Constant) = 1.62 Std. Error = 0.21			7.66* .00

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบด้านการปรับปรุงกระบวนการ มีอิทธิพล
สูงสุด รองลงมาด้านการมุ่งเน้นคุณภาพ ด้านการวัดผลงานการจัดทำ
ระบบคุณภาพ และด้านการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการจัดทำ
ระบบคุณภาพอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลได้ร้อยละ 29.70



ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การจ้างองค์การ

การจ้างองค์การ	Beta	t	Sig
ด้านการใช้ทรัพยากร	0.15	2.68*	.00
ด้านวิธีการบริหารจัดการ	0.18	2.55*	.01
ด้านการจัดจ้างคนภายนอก	0.12	1.72*	.08
ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว	0.18	4.11*	.00
(Constant)= 2.29 Std. Error = 0.17		13.38	.00

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลทดสอบด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านการใช้ทรัพยากร และวิธีการบริหารจัดการ อธิบายอิทธิพลที่ส่งผลได้ร้อยละ 26.10

ตารางที่ 6 ค่าสัมประสิทธิ์การจัดการผลิต

การจัดการผลิต	Beta	t	Sig
ด้านผลผลิต	0.27	5.42*	.00
ด้านกระบวนการแปรสภาพ	0.26	4.16*	.00
ด้านปัจจัยนำเข้า	-0.00	-0.06	.95
(Constant)= 2.60 Std. Error = 0.17		15.30	.00

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลทดสอบด้านผลผลิตมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านกระบวนการแปรสภาพอธิบายอิทธิพลที่ส่งผลได้ร้อยละ 21.90

ตารางที่ 7 ค่าสัมประสิทธิ์การจัดการเงิน

การจัดการเงิน	Beta	t	Sig
ด้านการตัดสินใจลงทุน	0.51	11.66*	.00
ด้านการจัดหาเงินทุน	0.03	0.70	.48
ด้านอัตราส่วนทางการเงิน	0.01	0.29	.76
(Constant)= 1.82 Std. Error = 0.22		8.173	.00

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลทดสอบด้านการตัดสินใจลงทุนมีอิทธิพลสูงสุด อธิบายอิทธิพลได้ร้อยละ 28.50

ตารางที่ 8 ค่าสัมประสิทธิ์การจัดการตลาด

การจัดการตลาด	Beta	t	Sig
ด้านผลิตภัณฑ์	0.09	2.56*	.01
ด้านราคา	0.01	0.18	.85
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.28	4.45*	.00*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.28	7.14*	.00
ด้านการบริการ	0.33	8.31*	.00
(Constant)= -0.00 Std. Error = 0.28		-0.015	.98

*อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการทดสอบด้านการบริการ มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์อธิบายอิทธิพลที่ส่งผลได้ร้อยละ 41.50

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยนิคมสงเคราะห์ สามารถนำมาประเด็นสำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย การจัดการเงินด้านการตัดสินใจลงทุนมากที่สุด รองลงมา คือ การจัดการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ด้วยการหีบห่อสมัยใหม่ การจัดการผลิตด้านผลผลิตสนองความต้องการของลูกค้า การจ้างองค์การด้านการจัดจ้างคนภายนอกมาทำงานแทน และสุดท้ายการจัดการคุณภาพด้านการวัดผลงานการจัดทำระบบคุณภาพ ตามลำดับ สำหรับเพศระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และจำนวนพื้นที่ มีการทดสอบสมมติฐาน ยอมรับ H0 ไม่แตกต่าง โดยมีอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่มีค่าเฉลี่ยแตกต่างรายคู่กับการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ ดังนี้ ช่วงอายุ 21-30 และ มากกว่า 50 ปี และ รายได้เฉลี่ย 4,001-6000 และ มากกว่า 6,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Sasong & Wingwon (2016) กล่าวถึง ชุมชนและการจัดตั้งขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาการเงินทางด้านเศรษฐกิจชุมชน เน้นการตลาดสร้างความแตกต่างและความประณีตของสินค้าหรือบริการทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าการทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 พบว่าอายุ 25-30 ปี มีความเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือสูงกว่าอายุ 31-40 ปี และ อายุ 41-50 ปี และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2,000-4000 บาท



มีความเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือสูงกว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 4,00-6,000 บาท และ สูงกว่า 6,001 บาท สอดคล้องกับงานของ Pornprapetch et al (2012) ความแตกต่างของอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีความสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือของกลุ่ม

2. ผลการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เรียงตามลำดับรูปแบบปัจจัยที่มีอิทธิพลดังต่อไปนี้

การจัดการตลาด มีอิทธิพลร้อยละ 41.50 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด สอดคล้องกับ Kotler (2003) กล่าวว่า เครื่องมือหรือกลยุทธ์ที่ทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงานของบริษัทผู้ผลิต โดยการจัดการตลาดด้านบริการและส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์ การจัดการคุณภาพมีอิทธิพลร้อยละ 29.70 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา มีแนวโน้มของการแข่งขันในเรื่องคุณภาพ สอดคล้องกับ Jackson & Aston (1995) โดยการปรับปรุงกระบวนการและคุณภาพจะเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการต้องจัดทำให้เกิดขึ้นหรือดำรงรักษาไว้ และสอดคล้องกับ Verasethnee (1999) กล่าวถึงการวัดประเมินการจัดการคุณภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานขององค์กร และการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกระดับเพิ่มความสามารถและสร้างความได้เปรียบการแข่งขันการจัดการเงิน มีอิทธิพลร้อยละ 28.50 จากผลการศึกษาในส่วนนี้สอดคล้องกับ Pichetkul (2014) การจัดการเงินของกิจการ คือ การทำให้มูลค่าของกิจการสูงสุด การทำให้เกิดความมั่งคั่งสูงสุดแก่ผู้ถือหุ้น โดยการตัดสินใจลงทุนจะต้องจะเป็นหน้าที่หลักของผู้บริหารและผู้จัดการการเงิน

การจัดองค์การ มีอิทธิพลร้อยละ 26.10 การศึกษาส่วนนี้สอดคล้องกับ Stephen, Robbins & Mary Coulter (2008) กล่าวถึงกลยุทธ์การจัดองค์การโดยการตอบสนองอย่างรวดเร็ว การใช้ทรัพยากรที่มีอย่างจำกัด และการบริหารจัดการแบบญี่ปุ่นได้มีอิทธิพลต่อโรงงานอุตสาหกรรมในประเทศตะวันตก

การจัดการผลิต มีอิทธิพลร้อยละ 21.90 จากผลการศึกษาในส่วนนี้สอดคล้องกับ Chems (2002) การทำ Benchmarking ด้านผลผลิตของปัจจัยนำเข้าและกระบวนการแปรสภาพ โดยมี การจัดการลดส่วนสูญเสียการผลิตสินค้าและห่วงโซ่มูลค่าการผลิต และการปรับปรุงระบบการจัดการสินค้าคงคลัง และการจัดส่งสินค้า และขั้นตอนในการรับคำสั่งซื้อ และจัดการวางแผนการผลิต ทำให้ลูกค้าขององค์กรมีความพึงพอใจต่อองค์กรมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ทำให้ได้รับในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปกล้วย ดังนี้ การจัดการเงินด้วยการปรับปรุงที่ดินของสมาชิกเพื่อปลูกกล้วยและ Contact Farming และการจัดการตลาดด้วยการสร้างนวัตกรรม การหีบห่อ และการจัดการผลิตด้วยการคัดสรรพันธุ์วัตถุดิบนำเข้า
2. ทำให้เกิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความน่าเชื่อถือให้กับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปจากกล้วยโดยมีรูปแบบปัจจัยเชิงสาเหตุและอิทธิพลตามลำดับ ดังนี้ การจัดการตลาด การจัดการคุณภาพ การจัดการเงิน การจัดการองค์การ และการจัดการผลิต เพื่อใช้เป็นรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปอื่นๆ ในการก้าวสู่ความเป็นเลิศ และสามารถแข่งขันได้กับภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปกล้วยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น
2. ควรเพิ่มการศึกษาปัจจัย “การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ” จำนวน 3 ด้าน คือ 1) ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อสามารถเข้าถึงความรู้ต่างๆ ได้ง่ายขึ้น 2) ด้านเทคโนโลยีสนับสนุนการทำงานร่วมกันเพื่อช่วยประสานการทำงานและการตัดสินใจแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) ด้านเทคโนโลยีการจัดเก็บเพื่อการจัดเก็บและจัดการความรู้และสร้างนวัตกรรมอย่างเป็นระบบยั่งยืน
3. ควรเพิ่มรูปแบบการจัดการตลาด ศึกษาต่อยอดด้านการบริการที่เป็นการแสดงผลการประเมินความพึงพอใจจากลูกค้าหรือผู้เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์



References

- Chems. (2002). *How Benchmarking and Higher Education : An International journal*, 9(3),217-243.
- Blumberg, Donald, F. (1998). Perspectives strategic assessment of outsourcing and downsizing in the service market. *Management Service Quality: An International Journal*, 8(1),5-18.
- Jackson, P. & Aston, D. (1995). *Managing a quality systems using BS/EN/ISO9000 (Formerly BS 5750)*. London : Kogan page Ltd.
- Kotler, P. (2003). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice Hall. Inc.
- Lankford, W. M. (2004). Supply Chain Management and the internet. *Online Information Review Emerald Group Publishing Limited*, 28(4),301-305.
- Liker. (2008). *The Toyota Way Fieldbook*. Bangkok : E. I. Square Co.,Ltd.
- Office of the Permanent Secretary. (2016). *Official Gazette dt.* April 10, 2016. Udonthani : SAO, Nikom Songkhro.
- Pichetkul, N. (2014). *Raīngān kānngōēn lāe kān wikhro ngop kānngōēn [Financial Report and Analysis]*. Bangkok : TPN Press, Ltd.
- Pornpraietch, C. et al. (2012). *Kānphatthana kān rūām klum lāe chūām yōng thurakit thōngthīeo lāe bōrīkān chāngwat ‘udōn thānī [The Cooperation and Cluster Development of Hospitality and Tourism Business in Udonthani]*. Udonthani : Sant pol College Supported by. OHE.
- Pornpraietch, C. et al. (2016). *Kānphatthana phalittaphan prārūp klūai phūa sāng mūnlakhāphōēm lāe khwām nā chūathūhai kap wisāhakit chumchon prārūp chāk luāi nikhomsongkhro [The Developing Banana Product for Making Valuable and Reliable to SMCE, Nikom Songkhro]*. Udonthani : Santapol College Supported by.OHE3.
- Public Relations Office of Royal Thai Government. (2016). *Nāyokratthamontri mōp nayōbāi lāe nāōthāng kāndamnoēn ngān sān phalang prachā rat [Policy of Prime Minister for Populism]*. Retrived April 2016 from <http://www.thaigov.go.th/index.php/th/government-th1/item/102750-102750>.
- Samourjai, C. (2015). *Kānchātkañ thurakit thurakit khanāt yōm [SMEs Management]*. Bangkok : Se Education Com. Ltd. (Public).
- Sasong, C. & Wingwon, B. (2016). *Khwāmruāmmū khōng phū mī sūan daisā lāe phāen thurakit thī mībotbat nai kān khaphklūan klum wisāhakit nung tambon nung phalittaphan (OTOP) [Stakeholder Collaboration and a Business Plan Play a Role in Driving the OTOP Enterprises Group to Sustainable Competitive Advantage]*. Nakhon Phanom. *Nakhon Phanom Univesity Journal*, 6(1),124-133.
- Stephen P Robbins & Mary Coulter. (2008). *Management Bangkok* : Pearson Education Indochina Co.,Ltd.
- Verasethee, C. (1999). *ISO Kāōphan samrap nakbōrīhān mūāchīp [ISO 9000 For Professional Level]*. Bangkok : Se Education Com.Ltd. (Public).
- Vivanittakul, N. & Udomsri, C. (2008). *Rabīap withī wīchai thurakit [Business Research Methodology]*. Bangkok : Chulalongkorn University Press.