

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของ
เครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

Causal factors affecting the development of community product standards
for the new generation of agricultural network in 7 upper southern provinces

พัชชญามาต อุดหนุน^{1*} อุทิศ เลือแก้ว² ชลดา มนัสทรง³ พชร สุวรรณรินทร์⁴ อรุณี เทพเจริญ⁵
Patchayamas Audnoon^{1*} Utid Suakaew² Chonlada Manassong³ Patcharee Suwannarin⁴
Arune Thepjaroen⁵

¹สาขาวิชาการจัดการองค์การธุรกิจสมัยใหม่ คณะการจัดการธุรกิจและการเงิน และ

^{2,3,4,5}สาขาการบัญชี คณะการบัญชี มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

^{*1}Modern Business Organization Management College of Business and Finance and

^{2,3,4,5}Faculty of Accountancy, Rattana Bundit University, Khlong Chan, Bangkok, Bangkok 10240, Thailand

*Corresponding author. E-mail: Nanrbac@hotmail.com

Received: April 27, 2020

Revised: June 9, 2020

Accepted: June 15, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน 2) ศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน 3) เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน โดยทำการศึกษากับกลุ่มสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนมีตัวอย่างจำนวน 374 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน มาจากปัจจัยการบริหารจัดการควบคู่กับปัจจัยการสร้างแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ ดังนั้นชี้วัดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเกษตรกรรุ่นใหม่ได้ดีกว่าการนำปัจจัยการบริหารจัดการเพียงปัจจัยเดียวเข้ามาดำเนินการเพื่อการพัฒนา จากสมการโครงสร้างที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยังชี้ให้เห็นถึงปัจจัยย่อยที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรกรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

คำสำคัญ: มาตรฐานสินค้าชุมชน เกษตรรุ่นใหม่

Abstract

The objective of this study is to 1) study the level of standardization of community products for the new generation of agricultural network in 7 provinces in the upper southern region, 2) to study the causal factors affecting the development of standard of the new generation of agricultural network community products in 7 upper southern provinces. 3) to create a models for the development of community product standards for the new agricultural network in 7 upper southern provinces. The study was conducted with a sample of 374 people by random sampling. Use questionnaires as tools for data collection Statistics used in data analysis including confirmatory element analysis at the statistical significance level 0.05. The results of the research showed that the development of standardized product for the new generation of agricultural network communities in 7 upper southern provinces Comes from management factors coupled with product differentiation factors Index of standard development of new agricultural community products is better than Bring only one management factor into operation for development. The structural equations that are consistent with the empirical data also show the sub-factors that are supporting factors for the development of community product standards for the new generation of agricultural network in 7 provinces in the upper southern region.

Keywords: community product standards; new generation agriculture

บทนำ

ธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้างศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ยกกระตือรือร้นจากฐานะผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาเหมือนเป็นบริษัทย่อยๆ ครอบคลุมทั้งการบริหารจัดการ ดูแลระบบการเงินและระบบบัญชี ควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีความคล่องตัวในการติดต่อตลาดได้ด้วยตัวเองได้ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ถือเป็นนวัตกรรมหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์แห่งการยกระดับฐานของประชาชนได้ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือที่ผ่านมามีเรียกว่าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดมาจากชุมชน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้นๆ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้ประชาชน ประกอบธุรกิจที่สามารถยังชีพของตนเองและครอบครัว ให้อยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขไม่เดือดร้อนในปัญหาเรื่องความเป็นอยู่ของปากท้อง

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุน “ธุรกิจชุมชน” ซึ่งหมายถึง การรวมกลุ่มของคนในชุมชนเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำมาหากิน เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขและความเข้มแข็งต่อชุมชนนั้นๆ ซึ่งธุรกิจชุมชนจะเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่พึ่งตนเองได้ ซึ่งมีได้หมายถึงการพึ่งตนเองด้วยเศรษฐกิจเพียงด้านเดียว แต่หมายถึงการพัฒนาโดยรวม โดยไม่เป็นการให้กับรัฐหรือต้องพึ่งพาภายนอก ธุรกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชน

ในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ เพราะการที่ชุมชนไม่ต้องพึ่งพาเศรษฐกิจภายนอก ย่อมหมายถึงโอกาสในการพัฒนาความสัมพันธ์ที่เท่าเทียมกันจะเป็นไปได้มากขึ้น อันเป็นหลักการที่จะนำไปสู่การเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจที่มั่นคงและยั่งยืนของระบบเศรษฐกิจระดับประเทศอย่างแท้จริง (Department of Community Development, 2016)

ในการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน จะต้องทำให้กลุ่มเกิดความรู้และทักษะในการบริหารจัดการ ทั้งการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการกลุ่มไปพร้อม ๆ กัน แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ จะต้องรู้ว่าอะไรคือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน รวมถึงการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เพราะเมื่อรู้ว่ามีสาเหตุหรือปัจจัยที่ทำให้กลุ่มเกิดการตื่นตัวที่จะพัฒนาให้ดีขึ้น ก็จะทำให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่ส่งเสริมและผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ดียิ่งขึ้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาเพื่อหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหาร กลุ่มผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ OTOP ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่ถือเป็นกลุ่มที่ต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากจะเป็นกลุ่มที่ช่วยในการขับเคลื่อนให้ระบบเศรษฐกิจนั้นไปในทิศทางที่ดีขึ้นต่อไป

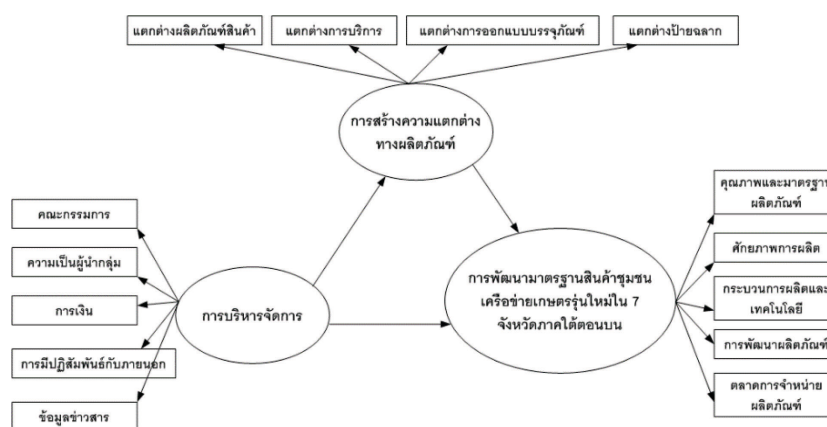
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน
3. เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)



แผนภูมิที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือ การบริหารจัดการ การสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ และการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกตัวแปรต่าง ๆ จากการทบทวนวรรณกรรมในทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ และความภักดีในการใช้บริการจึงสามารถกำหนดสมมติฐานในการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการบริหารจัดการมีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการบริหารจัดการและปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ร่วมกันพยากรณ์การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการของ นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศน์ (Chongwutiwet, 2009). และสมิทธิ บรรณกร (Bannakorn, 2010) ผู้วิจัยเลือกเพียงบางปัจจัยในการทำวิจัยดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเงินและการลงทุน ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จโดยส่วนมากจะเป็นการระดมทุนจากสมาชิกเอง เนื่องจากปลอดดอกเบี้ย และจะต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับเงินทุนของกลุ่มร่วมกันระหว่าง ผู้นำ คณะกรรมการและสมาชิก

2. ปัจจัยด้านผู้นำ โดยส่วนใหญ่ผู้นำจะเป็นบุคคลที่ถูกเลือกโดยสมาชิกเอง และเป็นที่ยอมรับในความสามารถจากสมาชิกในกลุ่ม สามารถเป็นตัวแทนให้ติดต่อประสานงานกับบุคคลภายนอกได้ อีกทั้งผู้นำที่ดีจะต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล สามารถนำพาธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

3. ปัจจัยด้านคณะกรรมการ เป็นคณะบุคคลที่เป็นตัวแทนของกลุ่ม ที่ได้รับการแต่งตั้งจากสมาชิกให้ทำหน้าที่การบริหารงานตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายและทำงานร่วมกับผู้นำ เพื่อจะส่งผลให้กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถทำงานได้อย่างคล่องตัวและนำพาให้กลุ่มธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ

4. ปัจจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์กิจกรรมกับภายนอก ที่ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จได้นั้น ปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ซึ่งเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ความรู้ เงินทุน และการฝึกทักษะ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มระยะยาว

5. ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและจำเป็นสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาของกลุ่ม โดยกลุ่มต้องมีการติดต่อกับสมาชิกอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ มีการพบปะแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ มาแลกเปลี่ยนและสามารถนำไปปรับใช้ได้กับกลุ่ม

ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์

จากการทบทวนวรรณกรรม ทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ของ ฌ็อง-ฌัก สตีวาร์ต (Stewart, 2016) ผู้วิจัยเลือกเพียงบางด้านในการทบทวน ดังนี้

1. ความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์ (product differentiation) การสร้างความแตกต่างในด้านผลิตภัณฑ์นั้น น่าจะเป็นทางเลือกที่มีความจำเป็นมากสำหรับสินค้าประเภทที่วางจำหน่ายรวมกันกับสินค้าของคู่แข่ง เช่น สินค้าอุปโภค (consumer goods) ที่วางจำหน่ายรวมกันหลาย ๆ ยี่ห้ออยู่บนชั้นในร้านค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าเหล่านี้ไม่สามารถสร้างความแตกต่างในด้านบริการหรือด้านบุคลากรได้ นอกจากสร้างความแตกต่างให้กับตัวสินค้า และสร้างภาพลักษณ์ (image) ให้แตกต่างเท่านั้น

2. ความแตกต่างในด้านบริการ (service differentiation) เป็นการนำเสนอบริการเสริมเพิ่มคุณค่าที่แตกต่างจากคู่แข่งมาเสนอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การบริการสามารถจับมาสร้างความแตกต่างได้อีกหลากหลายไม่ว่าจะเป็น การจัดส่ง การซ่อม การรับประกัน การสอน จำเป็นต้องพัฒนาด้านนี้ให้มีความรวดเร็ว มีมากพอกับจำนวนลูกค้า และได้คุณภาพ ถ้าทำได้ก็ไปไกลกว่าคู่แข่งอีกหลายก้าว

3. ความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์ (image differentiation) เป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้โดดเด่นกว่าคู่แข่ง การสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าก็ถือว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ผู้มารับบริการมีความรู้สึกว่าได้สินค้าที่ตรงกับความต้องการของตนเองโดยการสร้างภาพลักษณ์ตราสินค้า ซึ่งตราสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของป้ายฉลาก โดยป้ายฉลากแสดงถึงข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดต่าง ๆ เช่น ตราสินค้า คุณภาพของสินค้า และรายละเอียดของสินค้า เป็นต้น ฉลากเป็นทั้งภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่สามารถสร้างตามความแตกต่างในการแข่งขัน และสามารถทำให้สินค้าสร้างยอดขายได้เป็นอย่างดี ดังนั้น จะเห็นได้ว่าป้ายฉลาก เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความแตกต่างในด้านภาพลักษณ์

4. ความแตกต่างในด้านบรรจุภัณฑ์ ในสินค้าที่ราคาใกล้เคียงกัน หรือเมื่อออกมาจากโรงงานผลิตเดียวกัน ลูกค้ามักใช้บรรจุภัณฑ์เป็นตัวตัดสินในการเลือกซื้อ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้โดนใจ สวยงาม สะดวกในการใช้งาน ทำให้สามารถช่วงชิงความได้เปรียบคู่แข่งได้เป็นอย่างดี บรรจุภัณฑ์ยังเป็นตัวสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายอีกด้วย

ทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (TISI., 2003) แนวทางกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ มี 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการเล่าเรื่องราว (story) ของผลิตภัณฑ์ ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านช่องทางการตลาด และด้านรายได้ ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ผ่านกระบวนการได้มีการจัดทำแผนการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และได้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ รักษามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ จนสามารถได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน เช่น มผช. อย. มอก. เป็นส่วนใหญ่ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์มีลักษณะเด่นคือ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิต เช่น การลวกคั่วเพื่อป้องกันเชื้อรา และมอด ควบคุมมาตรฐาน เช่น การใช้เครื่องมือควบคุมส่วนผสมของผลิตภัณฑ์ให้มีรสชาติได้มาตรฐาน ตรวจสอบวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์ ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อขอเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจะมีผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้าไปให้ความรู้ช่วยเหลือกำกับดูแลเพื่อให้ได้มาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ได้รับการพัฒนาด้านการบรรจุภัณฑ์จะพยายามรักษาเอกลักษณ์ของและออกแบบของบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีรูปแบบสวยงาม และมีความปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค การผลิตบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะไม่ได้เป็นผู้ผลิตกลุ่มจะจ้างผู้ประกอบการเป็นผู้ผลิตให้กับกลุ่มเอง และบางกลุ่มก็จ้างให้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้

3. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

การพัฒนารูปแบบการของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบและลักษณะของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ขนาดของผลิตภัณฑ์ รูปร่าง สี กลิ่น รสชาติ ด้านสีสันทันกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจะเน้นสีสดใสจากสีธรรมชาติ ด้านลวดลายโดยมีรูปแบบ ลวดลายทันสมัยให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเน้นรูปแบบการพัฒนาที่เล็กลงเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้เป็นของที่ระลึก เช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ ของตกแต่ง ให้มีขนาดเล็กลงเพื่อพัฒนารูปแบบให้เป็นของฝาก ของที่ระลึกได้ การแปรรูปหมูแช่น้ำปลา การแปรรูปอาหาร เช่น พัฒนาเป็นหมูหวาน การแปรรูปอาหารจากปลาร้ามาเป็นปลาร้าหยอง ปลาร้าทอด เป็นต้น จะพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจะมี 3 ระยะ คือ การออกแบบผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะแปรรูปและผลิต

4. การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์จะเน้นการพัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้สืบทอดกันมา จนเกิดผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย เช่น การผลิตของใช้จากไม้ไผ่ที่ใช้ในครัวเรือนจนมีการพัฒนารูปแบบต่างๆ แต่ยังคงลวดลายเดิมที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น โคมไฟ แจกันดอกไม้ กังหันน้ำ พัฒนาลวดลายบนไม้ไผ่ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นการจักสานลวดลายเถาวัลย์เพื่อใช้เป็นตะกร้ารูปแบบต่าง ๆ สมุนไพรพื้นบ้าน การแปรรูปอาหารที่มีวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น

5. การพัฒนาเรื่องเล่า (ตำนาน) ของผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนใช้วิธีการบันทึกข้อมูลไว้เป็นลายลักษณ์อักษร จัดทำลวดลายโบราณไว้ในผลิตภัณฑ์พวกของใช้ ของตกแต่ง ของที่ระลึกที่ทำจากพวกไม้ไผ่ การเขียนเรื่องราว(ตำนาน) ไว้ในบรรจุภัณฑ์ การถ่ายทอดทักษะฝีมือการผลิตให้คนรุ่นหลังที่ทำจากพวกไม้ไผ่ การถ่ายทอดทักษะฝีมือการผลิตให้คนรุ่นหลัง

6. การประชาสัมพันธ์

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถจำหน่ายได้ โดยผ่านช่องทางการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยจัดทำแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ การเข้าร่วมงานเทศกาลต่างๆ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เว็บไซต์ เช่น www.thaitambon.com และ www.cdd.go.th การบอกปากต่อปากของประชาชนทั่วไป กลุ่ม/องค์กร หน่วยงานภาครัฐ/เอกชน ที่มาเที่ยวในจังหวัดหรือมาศึกษาดูงาน

7. ช่องทางการตลาด

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป็นส่วนมากกว่ามีช่องทางการตลาดของตนเองโดยขาย ณ ที่ทำการของกลุ่มผู้ผลิตเอง และจำหน่ายในงานการจัดแสดงสินค้า OTOP ของเครือข่าย OTOP ระดับจังหวัดและระดับประเทศ งาน OTOP City ที่เมืองทองธานี สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดวางจำหน่าย ณ ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์OTOP

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่.../พัชญาภา อภิชาติ ชลดา พันธ์ และอรุณี, น.86-103.

ของจังหวัด จำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต สำหรับตลาดที่จำหน่ายส่วนใหญ่จะเป็นตลาดระดับชุมชนมากกว่า ตลาดจำหน่ายสินค้าระดับจังหวัด ระดับประเทศ แต่ตลาดในต่างประเทศมีกลุ่มผู้ผลิตชุมชนสามารถจำหน่ายได้น้อยมาก

8. ด้านรายได้

กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ได้ผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครือข่าย KBO จังหวัดที่ได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นมากกว่าผลิตภัณฑ์เดิม ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเป็นส่วนใหญ่ได้กำหนดราคาขายด้วยวิธีการบวกกำไรที่ต้องการเพิ่มจากต้นทุน เช่น ผลิตภัณฑ์น้ำตาลไม้ไผ่ 1,250 บาท ต้องการกำไร 20 เปอร์เซ็นต์ ของต้นทุน กลุ่มจึงกำหนดราคาขายเท่ากับ 1,500 บาท และได้รับความเห็นชอบจากสมาชิก โดยกำหนดราคาขายปลีกและราคาขายส่ง

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการ

นุจิรา รัศมีไพบูลย์ (Rasamipai boon, 2006) ได้ทำการศึกษาวิจัย สภาพปัจจุบันและปัญหาผลิตผ้าจกรวบรวมลวดลายและเทคนิคในการนำลวดลายผ้าจกกลวครั้งและสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนความรู้ที่จะนำไปสู่การผลิตผ้าจกไปสู่คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีการดำเนินงานวิจัยเป็นแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วมร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งเพื่อศึกษาบริบทชุมชนบริบทกลุ่มทอผ้าและแนวทางการพัฒนาผ้าจกกลวครั้งโดยใช้การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการผลิตผ้าจกเพื่อหาแนวทางการพัฒนาโดยกลุ่มทอผ้าร่วมกันพัฒนาการใช้สีและลวดลายผ้าสไบและบรรจุภัณฑ์ก่อนลงมือปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มได้มีการศึกษาหาความรู้โดยการศึกษาดูงานกลุ่มทอผ้าจกใกล้เคียงเพื่อสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาคุณภาพผ้าจกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเตรียมและการใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์การย้อมสีเส้นด้ายและความรู้ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหลังจากการร่วมเรียนรู้ได้ทำการพัฒนาโดยการทดลองทอผ้าที่มีการออกแบบ

สุภาภรณ์ พงษ์ตระกูล (Phongtrakoon, 2008) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอของบริษัทเหรียญทอง แอพพาเรล จำกัด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยผลการวิจัยพบว่าด้านการวางแผน แนวทางที่ได้ คือจัดให้มีพนักงานควบคุมคุณภาพตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกจัดการประชุมชี้แจงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานในชั้นต่อไปให้ผู้บริหารมีการจัดระบบควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าจัดอบรมบุคลากรของโรงงานให้มีความรู้ในเรื่องการควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอในขั้นตอนต่างๆ จัดให้มีการวางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้า เป็นประจำทุกเดือนจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญในด้านการวางแผนเพื่อดูแลและให้ความรู้แก่พนักงาน ด้านการตรวจสอบจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพในทุกขั้นตอนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอจัดให้มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพในแต่ละขั้นตอนก่อนบรรจุเพื่อส่งออกจัดให้มีพนักงานตรวจสอบคุณภาพในแต่ละขั้นตอนของคุณภาพเส้นด้ายจัดให้มีพนักงานตรวจสอบชิ้นงานในขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนจัดให้มีพนักงานติดตามผลของชิ้นงานหลังจากมีการตรวจสอบชิ้นงานทุกครั้ง และการติดตามผลการใช้แนวทาง พบว่าผู้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการมีความคิดเห็นในการใช้แนวทางการควบคุมคุณภาพ

อุตสาหกรรมสิ่งทอทำให้การปฏิบัติงานในแต่ละขั้นตอนมีความถูกต้องมากขึ้นสามารถผลิตสินค้าได้ตรงตามมาตรฐาน และทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสามารถลดปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานแต่ละขั้นตอน

การมีส่วนร่วม

อนงค์พรรณ หัตถมาศ (Hatthamart, 2004) ได้ทำการศึกษาวิจัย การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าดำพื้นเมือง บ้านนาจัวอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ประจำปี 2547 ผลการวิจัยพบว่า 1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองมีผลทำให้จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมือง เพิ่มขึ้น จำนวน 25 รูปแบบและความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองจากผลการตรวจความพร้อมของกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนมีผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีความพร้อมร้อยละ 83.33 3) การพัฒนาการรวมกลุ่มของชุมชนสู่ความเข้มแข็ง ภาพการณ์เป็นผู้นำมีดังนี้ กลุ่มผู้ผลิตกระเป๋าดำพื้นเมืองบ้านนาจัวยอมรับหัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตคนปัจจุบันเห็นว่าหัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตคนปัจจุบันมีภาพการณ์เป็นผู้นำหัวหน้ากลุ่มสนับสนุนให้มีการผลิตกระเป๋าดำพื้นเมืองบ้านนาจัวหัวหน้ากลุ่มสามารถจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายและรายได้จากการจำหน่ายกระเป๋าดำพื้นเมืองของสมาชิกอย่างยุติธรรมได้และด้านการพัฒนาผู้นำหลักการพัฒนา พบว่า พัฒนาอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด คือมีความเต็มใจในการเป็นผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองมีความพร้อมในการเป็นผู้นำกลุ่มผลิตกระเป๋าดำพื้นเมืองและมีการสนับสนุนหาตลาดเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมือง

ภัทรธิรา ผลงาม (Phon-ngam, 2008) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านนาด้วง อำเภอนาด้าง จังหวัดเลย โดย 1) ศึกษาบริบทชุมชนและบริบทกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองนาด้วง อำเภอนาด้าง จังหวัดเลย 2) เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้า ปัญหา และความต้องการในการพัฒนากระบวนการทอผ้า 3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองนาด้วง วิธิดำเนินการวิจัยใช้การผสมผสานวิธีทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพโดยเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นหลัก โดยใช้กระบวนการ PAR การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้เทคนิคการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ประชาชน และคณะกรรมการหมู่บ้านผู้ใหญ่บ้านในหมู่บ้านนาด้วงเพื่อตอบแบบสำรวจชุมชน ผู้ทอผ้าและตัวแทนจากเทศบาลนาด้วง พัฒนาการอำเภอนาด้างเพื่อสนทนากลุ่มและประชุมระดมความคิดเห็นแบบมีส่วนร่วมเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการในการทอผ้าพาณิชย์จังหวัดเลย อุตสาหกรรมจังหวัดเลย พัฒนาการจังหวัดเลยเพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รวมทั้งผู้เข้าร่วมประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองประกอบด้วยสมาชิกในกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองนาด้วงและกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ บ้านหนองนาคา จังหวัดขอนแก่น และผู้นำชุมชน ร่วมกับตัวแทนจากเทศบาล และพัฒนาการอำเภอนาด้าง ส่วนการศึกษาช่องทางการตลาดโดยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอมือและการตัดสินใจซื้อผ้าโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอมือและการตัดสินใจซื้อผ้าของผู้บริโภค

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่... /พัชราภา อภิชาติ ชลดา พันธ์ และอรุณี, น.86-103.

โดยทั่วไปจะอยู่ที่ความโดดเด่นของลายผ้าที่ไม่ซ้ำแนวกับลายอื่นจึงจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ แสดงว่าการสร้างความแตกต่างมีผลทำให้กระบวนการผลิตสินค้าเกิดการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานสินค้าชุมชนตามมา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในศึกษานี้ คือ กลุ่มสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ได้แก่ 1. กระบี่ 2. ชุมพร 3. นครศรีธรรมราช 4. พังงา 5. ภูเก็ต 6. ระนอง 7. สุราษฎร์ธานี

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในศึกษานี้ คือ กลุ่มสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ในการวิจัยครั้งนี้ไม่ทราบจำนวนประชากรทั้งหมดผู้วิจัยจึงดำเนินการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยใช้วิธีการกำหนดแบบความเหมาะสมตามจำนวนค่าพารามิเตอร์ที่ประมาณตามแบบของ Schumacker and Lomax (1996) และ Hair et al. (1998) โดยการใช้กฎแห่งความชัดเจน (rule of thumb) ที่นักสถิติวิเคราะห์ตัวแปรพหุใช้กันมาก คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 22 คน ต่อค่าพารามิเตอร์การวิจัย 1 พารามิเตอร์ ขนาดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนที่ทำการศึกษานี้มีจำนวน $17 \times 22 = 374$ คน

เครื่องมือที่ใช้การวิจัย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และระดับการศึกษา ข้อคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

ตอนที่ 2 ปัจจัยการบริหารจัดการมีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคณะกรรมการ ด้านการเป็นผู้นำกลุ่ม ด้านการเงิน ด้านการมีปฏิสัมพันธ์ภายนอก และด้านข้อมูลข่าวสาร

ตอนที่ 3 ปัจจัยความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ สินค้า ความแตกต่างการบริการ ความแตกต่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และความแตกต่างป้ายฉลาก

ตอนที่ 4 การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านศักยภาพการผลิต ด้านกระบวนการผลิตและเทคโนโลยี ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และด้านตลาดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการศึกษา ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ แล้วนำมากำหนดกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการศึกษา เพื่อใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการสร้างเครื่องมือตามจุดมุ่งหมาย

วิธีการทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเพื่อหาความตรงด้านเนื้อหา (content validity) ของแบบสอบถาม ด้วยการวัดความตรงของเนื้อหาจากค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC ที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา คือ ประชาชนในเขต บางกะปิ จำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่น (reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามมีค่า Alpha เท่ากับ 0.8942 ที่เป็นเกณฑ์มาตรฐานทางวิชาการที่ยอมรับได้

สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผล

สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 242 คน คิดเป็นร้อยละ 64.71 และเป็นเพศชายจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 35.29 มีอายุ 40 – 49 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.96 รองลงมาคือ อายุ 30 – 39 ปี จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 อายุ 50 – 59 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 23.26 อายุ 20 – 29 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 12.30 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.74 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.54 มีสถานภาพสมรส สมรส จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 83.42 ส่วนใหญ่มีอาชีพแม่บ้าน จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 67.91 รองลงมา พนักงานเอกชน จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 23.53 และข้าราชการ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.56 มีการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 49.73 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 35.83 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 14.44 ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

1. ระดับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน พบว่า การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ภาพรวม อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ คุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับสูง กระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต อยู่ในระดับสูง ศักยภาพการผลิต อยู่ในระดับสูง และตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับสูง

2. ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน จากผลการวิจัยเมื่อทำการบูรณาการปัจจัยทั้งหมดที่ทำการศึกษา ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยทั้งหมดมาทำการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม อิทธิพลรวมเพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม อิทธิพลรวมการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

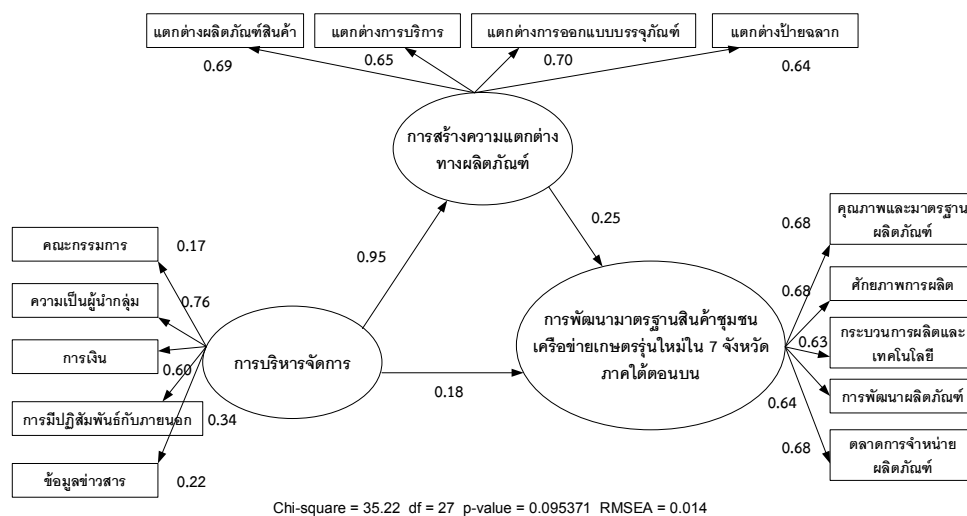
ปัจจัยแฝง	การบริหารจัดการ			ปัจจัยการสร้าง ความแตกต่างผลิตภัณฑ์			การพัฒนาสินค้าชุมชน		
	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม	ทางตรง	ทางอ้อม	รวม
การบริหารจัดการ	-	-	-	0.95	-	0.95	0.18	0.2375	0.4175
ปัจจัยการสร้างความแตกต่าง ผลิตภัณฑ์	-	-	-	-	-	-	0.25	-	0.25
การพัฒนาสินค้าชุมชน	-	-	-	-	-	-	-	-	-

เมื่อทำการบูรณาการปัจจัยทั้งหมดที่ศึกษา จากผลการวิจัยเข้าด้วยกันแล้ว ทำให้ผู้วิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน มากที่สุดคือ ปัจจัยการบริหารจัดการ (manage) ที่มีน้ำหนักองค์ประกอบรวมสูงถึง 0.4175 รองลงมาคือ ปัจจัย

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่... /พัชญาภา อูทิศ ชลดา พชร และอรุณี, น.86-103.

การสร้างความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ (difference) มีน้ำหนักองค์ประกอบ 0.25 ภายใต้ปัจจัยร่วมการสร้าง ความแตกต่างทางผลิตภัณฑ์ (difference) ที่ทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน พบว่าตัวแปรการสร้างความแตกต่างทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะเป็นตัว แปรที่โดดเด่นที่สุด รองลงมาคือการสร้างความแตกต่างทางด้านตัวผลิตภัณฑ์สินค้า และการสร้างความ แตกต่างทางด้านการบริการ จะเป็นดัชนีชี้วัดให้เห็นถึงการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรทางด้านการสร้างความแตกต่างทางด้านป้ายฉลากนั้นไม่ได้ เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดความแตกต่างทางการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ในขณะเดียวกันปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า ตัวแปรทางด้านความผู้นำกลุ่ม และ ตัวแปรทางการเงินเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยในการพยากรณ์ให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงทางด้านการพัฒนา มาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ตัวแปร ทางด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของ เครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ตัวแปร ทางด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของ เครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ตัวแปร ทางด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอกและการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของ เครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้เป็นอย่างดี

3. เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ ตอนบน จากผลการวิจัยทั้งหมดทำให้ผู้วิจัยสามารถแสดงรูปแบบการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของ เครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 2 โมเดลการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

จากแผนภูมิที่ 2 สามารถแสดงสมการโครงสร้างที่ประมาณค่าด้วยวิธีการ maximum likelihood estimation ได้ดังนี้

Structural Equations Model (SEM) Maximum likelihood Estimation

$$\text{Differen} = 0.95 * \text{Manage}, \text{Errorvar.} = 0.087, R^2 = 0.91$$

$$(0.043) \quad (0.013)$$

$$22.36$$

$$6.68$$

$$\text{Develop} = 0.25 * \text{Differen} + 0.18 * \text{Manage}, \text{Errorvar.} = 0.28, R^2 = 0.68$$

$$(0.25) \quad (0.13) \quad (0.095)$$

$$3.16$$

$$2.70$$

$$1.33$$

จากสมการโครงสร้าง พบว่า การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน มาจากปัจจัยการบริหารจัดการควบคู่กับปัจจัยการสร้างความแตกต่างทางด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยทั้ง 2 เป็นดัชนีชี้วัดการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเกษตรรุ่นใหม่ได้ดีกว่าการนำปัจจัยการบริหารจัดการเพียงปัจจัยเดียวเข้ามาดำเนินงานเพื่อการพัฒนา จากสมการโครงสร้างที่มีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ยังชี้ให้เห็นถึงปัจจัยย่อยที่เป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ซึ่งสามารถแยกออกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้ดังนี้

ปัจจัยการบริหารจัดการ พบว่า ตัวแปรทางด้านภาวะผู้นำกลุ่ม และตัวแปรทางการเงินจะเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยในการพยากรณ์ให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงทางด้านการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้เป็นอย่างดี รองลงมาคือ ตัวแปรทางด้านการสร้างปฏิสัมพันธ์ภายนอกกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่ทำให้เกิดการพัฒนา ส่วนน้อยที่สุดจะเป็นตัวแปรโครงสร้างการบริหาร ซึ่งเห็นว่าการดำเนินงานไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างของการดำเนินงานที่เข้มแข็งก็ได้หากแต่มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลภายนอกนั่นเอง

ปัจจัยทางด้านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ พบว่า ตัวแปรการสร้างความแตกต่างทางด้านการออกแบบจะเป็นตัวแปรที่โดดเด่นที่สุด รองลงมาคือ การสร้างความแตกต่างทางด้านตัวผลิตภัณฑ์ และการสร้างความแตกต่างทางด้านการบริการ จะเป็นดัชนีชี้วัดให้เห็นถึงการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนได้ดีที่สุด ส่วนตัวแปรทางด้านการสร้างความแตกต่างทางด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดความแตกต่างทางการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

สุดท้ายเมื่อมีการเพิ่มปัจจัยทางการบริหารและปัจจัยทางด้านการสร้างความแตกต่างผลิตภัณฑ์ตามที่กล่าวอ้างจากที่กล่าวมาแล้วนั้น พบว่า จะมีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยจะมีผลต่อการพัฒนาตลาดการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ มากที่สุด รองลงมาคือ มีการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตามด้วยศักยภาพการผลิต และการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ ส่วนที่น้อยที่สุดคือ กระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากว่าสินค้าทางการเกษตรจะไม่จำเป็นต้องใช้กระบวนการทางด้านเทคโนโลยีที่ฟุ่มเฟือยก็สามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการมีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ถ้าปราศจากการวางแผนเพื่อการบริหารจัดการย่อมทำให้การดำเนินงานนั้นอาจทำให้เกิดความล้มเหลว แต่ถ้าเมื่อใดมีการวางแผน หรือสร้างแผนสำรองเพื่อการบริหารจัดการย่อมทำให้การดำเนินงานนั้นการความผิดพลาดน้อยลง ทำให้การพัฒนามาตรฐานในตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปอย่างต่อเนื่องไม่สะดุด จากผลการวิจัยพบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ พงษ์ตระกูล (Phongtrakoon, 2008) ได้ศึกษาการพัฒนาการควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอของบริษัทเหรียญทอง แอพพารเอล จำกัด อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยผลการวิจัยพบว่า ด้านการวางแผน แนวทางที่ได้ คือจัดให้มีพนักงานควบคุมคุณภาพตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละแผนกจัดการประชุมชี้แจงระหว่างผู้บริหารกับพนักงานก่อนเริ่มปฏิบัติงานในขั้นต่อไปให้ผู้บริหารมีการจัดระบบควบคุมคุณภาพในกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าจัดอบรมบุคลากรของโรงงานให้มีความรู้ในเรื่องการควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอในขั้นตอนต่างๆ จัดให้มีการวางแผนการปฏิบัติงานล่วงหน้า เป็นประจำทุกเดือนจัดให้มีผู้เชี่ยวชาญในด้าน การวางแผนเพื่อดูแลและให้ความรู้แก่พนักงาน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2554-2557 มีวิสัยทัศน์ มุ่งพัฒนาสู่ “เมืองที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติเพื่อเป็นหลักฐานการท่องเที่ยว และการเกษตรอย่างยั่งยืน” แนวทางมาตรการการพัฒนาจังหวัด โดยพัฒนาการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น โดยส่งเสริมด้านวัตถุดิบ และการผลิตที่ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และผลิตภัณฑ์จักสาน การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ ให้มีมาตรฐานทั้งคุณภาพ ความสะอาด ความปลอดภัย ลู่ทางการตลาดและการบริการหลังการขาย และนำไปสู่การกำหนดนโยบาย และยุทธศาสตร์การพัฒนา OTOP ของจังหวัดนครนายก ได้แก่ การส่งเสริมให้มีการรวมเป็นกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างความเข้มแข็ง ส่งเสริมพัฒนาการศึกษาคุณธรรมตลอดจนส่งเสริมให้ผู้นำตามธรรมชาติและปราชญ์ชาวบ้านในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาการศึกษาทักษะในการประกอบอาชีพ โดยมีการบริหารจัดการกลยุทธ์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ส่งเสริมพัฒนาการผลิตทุกสาขา มีการรวมกลุ่ม นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า และบริการ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น โดยส่งเสริมด้านวัตถุดิบ และการผลิตที่ครอบคลุมทั้งผลิตภัณฑ์ด้านอาหาร และผลิตภัณฑ์สุขภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยผ่านโครงการส่งเสริมกระบวนการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP: KBO) ของจังหวัด (Nakhon Nayok Provincial Development Strategy 2011-2014)

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการสร้างความแตกต่างย่อมทำให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจอยากที่จะได้ในสิ่งนั้นมาครอบครองเพราะความแปลกใหม่ที่ไม่จำเจกับสิ่งอื่นจะทำให้เกิดความตื่นตาตื่นใจ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ นุจิรา รัศมีไพบูลย์ (Rasamipai boon, 2006) ได้ทำการศึกษาวิจัย สภาพปัจจุบันและปัญหาผลิตภัณฑ์จากรวบรวมลวดลายและเทคนิคในการนำลวดลายผ้าจากลวดลายดั้งเดิมและสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนความรู้ที่จะนำไปสู่การผลิตผ้าจาก

ไปสู่คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีการดำเนินงานวิจัยเป็นรูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งเพื่อศึกษาบริบทชุมชนบริบทกลุ่มทอผ้าและแนวทางการพัฒนาผ้าจากลาวครั้งโดยใช้การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาการผลิตผ้าจากเพื่อหาแนวทางการพัฒนาโดยกลุ่มทอผ้าร่วมกันพัฒนาการใช้สีและลวดลายผ้าสไบและบรรจุภัณฑ์ก่อนลงมือปฏิบัติร่วมกันในกลุ่มได้มีการศึกษาหาความรู้โดยการศึกษาดูงานกลุ่มทอผ้าจากใกล้เคียงเพื่อสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาคุณภาพผ้าจากอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการเตรียมและการใช้วัตถุดิบและอุปกรณ์การย้อมสีเส้นด้ายและความรู้ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหลังจากการร่วมเรียนรู้ได้ทำการพัฒนาโดยการทดลองทอผ้าที่มีการออกแบบร่วมกัน เป็นการสร้างความแตกต่าง ทำให้ผู้พบเห็นเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อสินค้า เพราะความแปลกใหม่ที่ไม่จำเจกับสิ่งอื่นทำให้เกิดความตื่นตาตื่นใจในสินค้าที่พบเห็น และสอดคล้องกับการวิจัยของภัทรธิดา ผลงาม (Phon-ngam, 2008) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP : กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคผ้าทอมือและการตัดสินใจซื้อผ้าของผู้บริโภคโดยทั่วไปจะอยู่ที่ความโดดเด่นของลายผ้าที่ไม่ซ้ำแนวกับลายอื่นจึงจะทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแสดงว่าการสร้างความแตกต่างมีผลทำให้กระบวนการผลิตสินค้าเกิดการพัฒนาเข้าสู่มาตรฐานสินค้าชุมชนตามมา

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยการบริหารจัดการและปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ร่วมกันพยากรณ์การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนโดยทั่วไปไม่ได้มาจากปัจจัยเพียงปัจจัยเดียว ย่อมมีหลาย ๆ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาดังการวิจัยในครั้งนี้พบว่าปัจจัยการบริหารจัดการและปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ร่วมกันพยากรณ์การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชน ดังนั้นเพียงแต่ผู้บริหารจะต้องทำการศึกษาริบทของการบริหารที่เกิดขึ้นในกลุ่มว่าสิ่งใดจะต้องให้ความสำคัญและสิ่งใดที่ควรตัดออกจากกระบวนการต่าง ๆ ในระหว่างการผลิตและการพัฒนา ซึ่งผู้บริหารจะต้องหดยิบยกประเด็นที่สอดคล้องกับบริบทที่เกิดขึ้นในพื้นที่ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกันต่อไป มีความสอดคล้องกับการวิจัยของ อนงค์พรรณ หัตถมาศ (Hatthamart, 2004) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าดำพื้นเมืองบ้านนาจัว อำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการวิจัย พบว่า 1) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองมีผลทำให้จำนวนรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองเพิ่มขึ้นจำนวน 25 รูปแบบและความคิดเห็นของกลุ่มผู้ซื้อเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองจากผลการตรวจความพร้อมของกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอนมีผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีความพร้อมร้อยละ 83.33 และ 3) และการพัฒนาการรวมกลุ่มของชุมชนสู่ความเข้มแข็ง ภาวการณ์เป็นผู้นำมีดังนี้กลุ่มผู้ผลิตกระเป๋าดำพื้นเมืองบ้านนาจัว ยอมรับหัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตคนปัจจุบันเห็นว่าหัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตคนปัจจุบันมีภาวการณ์เป็นผู้นำหัวหน้ากลุ่มสนับสนุนให้มีการผลิตกระเป๋าดำพื้นเมืองบ้านนาจัว หัวหน้ากลุ่มสามารถจัดการเรื่องค่าใช้จ่ายและรายได้จากการจำหน่ายกระเป๋าดำพื้นเมืองของสมาชิกอย่างยุติธรรมได้และด้านการพัฒนาผู้นำหลักการพัฒนาพบว่าพัฒนาอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด คือมีความเต็มใจในการเป็นผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำพื้นเมืองมีความพร้อมใน

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่... /พัชญาภา อธิศ ชลดา พันธ์ และอรุณี, น.86-103.

การเป็นผู้นำกลุ่มผลิตกระเป๋าสานพื้นเมืองและมีการสนับสนุนหาตลาดเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานพื้นเมือง

จากสมมุติฐานข้างต้นสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 สรุปผลตามสมมุติฐาน

สมมุติฐาน	สรุปผลตามสมมุติฐาน
ที่ 1	ปัจจัยการบริหารจัดการมีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน
ที่ 2	ปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน
ที่ 3	ปัจจัยการบริหารจัดการและปัจจัยความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ร่วมกันพยากรณ์การพัฒนา มาตรฐานสินค้าชุมชนเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ด้านวิชาการ

1. นักวิชาการและนักวิจัยจะสามารถนำผลการศึกษารั้งนี้ ไปใช้เป็นแนวทางในการการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาจัดการกระบวนการที่ส่งเสริมต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่
3. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่

ด้านการบริหาร

1. เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับธุรกิจและส่งเสริมธุรกิจให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต และทราบระดับการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่
2. ใช้ข้อมูลสำหรับการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
3. ใช้เป็นข้อมูลสำหรับการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปให้กลุ่มประกอบการสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่
4. เพื่อกำหนดแนวทางในการผลักดันส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ภายใต้การสนับสนุนและส่งเสริมของภาครัฐและภาคเอกชนต่อไป

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลกระทบต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ผู้วิจัยขอให้ข้อเสนอแนะผลจากการวิจัยดังนี้

1. การพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่จะดำเนินไปด้วยดีนั้นจะต้องอาศัยปัจจัยอื่น ๆ หลาย ๆ ปัจจัยไปพร้อมกัน ดังนั้นปัจจัยร่วมที่จะส่งผลกระทบต่อพัฒนานั้นผู้บริหารจะต้องหิยบายประเด็นที่สำคัญให้ถูกต้องและสอดคล้องกับบริบทของกลุ่มเครือข่ายของตนเองเพื่อการพัฒนาที่ตรงประเด็นและทิศทางการบริหาร ดังเช่น ในการวิจัยนี้จะพบว่าโครงสร้างการบริหารกลุ่มไม่จำเป็นต้องมีโครงสร้างที่ชัดเจนก็ได้หากแต่ควรมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลภายนอกนั้นเองย่อมทำให้การพัฒนาสินค้าเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น
2. การติดป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดความแตกต่างทางการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบนแต่ก็ควรไม่ละเลยในประเด็นนี้มากไปเพราะโดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคก่อนที่จะซื้อสินค้านั้นจะอ่านฉลากก่อนเป็นครั้งแรกก่อนที่จะซื้อสินค้า ดังนั้นการสร้างผลิตภัณฑ์ยังก็จะต้องยังมีฉลากปิดไว้เสมอ
3. กระบวนการผลิตและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตยังมีการพัฒนาน้อยเกินไป ซึ่งกลุ่มเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่จะต้องพึงพาเทคโนโลยีเนื่องจากการพัฒนาจะได้เป็นไปในทิศทางที่ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน เพื่อเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นแนวทางเพื่อการปรับปรุงการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. การศึกษาวิจัยนี้เป็นการศึกษาในภาพกว้างของการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน ดังนั้นในการศึกษาในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในเชิงลึกถึงปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพื่อให้เกิดความชัดเจน เช่น ความเป็นผู้นำกลุ่มที่มีผลต่อการพัฒนามาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่ใน 7 จังหวัดภาคใต้ตอนบน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- Bannakorn S. (2010). Khwām sārēc khxng kār dānein ngān klūm wisāhīc chumchn KaeW Céācxm Tābl Dāncāhāng Xāphex Dāncāhāng CānghWād Sīphrrṭburī. [The success of the operation of Kaew Chao Jom Community Enterprise Group, Dan Chang Subdistrict, Dan Chang District, Suphan Buri Province] (Master of Public Administration) Khon Kaen University, Khon Kaen.(in Thai)
- สมิทธิ์ บรรณกร. (2553). *ความสำเร็จของการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแก้วเจ้าจอม ตำบลด่านช้าง อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี*. (ปริญญามหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

- Chongwutiwet N. (2009). Paccay thī sīng phl tx khwām sārēc ni kār dānein ngān khxng ṭhurkic chumchn ni khet xāphex meūxng cānghwād rīxxēd. [Factors Affecting the Success of Community Business operations in Mueang District Roi Et Province] (Master of Political Science Degree Department of

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่.../พัชราภา อธิศ ชลดา พันธ์ และอรุณี, น.86-103.

Political Science). Maha Sarakham Rajabhat University, Maha Sarakham.(in Thai)

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์. (2552). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด. (ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. มหาสารคาม.

Department of Community Development. (2016). *Phalittaphan OTOP 5 dāw yæk tām phākh læa canghīwād. Khorngkār hñung tábl hñung phlithphānth*. [5-strar OTOP products classified by region and province, One Tambon One Product Project].

กรมการพัฒนาชุมชน. (2559). *ผลิตภัณฑ์ OTOP 5 ดาว แยกตามภาคและจังหวัด. โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*.

Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C. (1998). *Multivariate data analysis* (5th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hattamat A.(2004). *Kār wicay pñibatikār bæb mī swñ rwm pheux phat'hnā khunphāph māttrhān phlithphānth' hātthkrmm krapēā phā phññmeuxng bānnā ngāw xāphex meuxng canghīwād phechrūph' pracā pī 2547*. [Participatory action research to improve the quality of handicraft bags. Ban Na Ngua, Mueang District Phetchabun Province Year 2004.] Phetchabun Rajabhat University: Phetchabun.(in Thai)

อนงค์พรรณ หัตถมาศ. (2547). การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าผ้าพื้นเมือง บ้านนาजूอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบูรณ์ ประจำปี 2547. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์:เพชรบูรณ์

Phongngam P. (2008). *Kār phat'hnā phlithphānth' læa māttrhān OTOP: Sthānkār'ñ sūks'ā klum phā thx phññmeuxng bānnā hēlūxng tábl nā rang wng canghīwād ley* [Product Development and OTOP Standards: Situation Study of Ban Na Lueng Weaving Group, Na Rang Wong Subdistrict, Loei Province]. Loei Rajabhat University, Loei Province. (in Thai)

ภัทธีรา ผลงาม.(2551). การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP: กรณีศึกษากลุ่มผ้าทอพื้นเมืองบ้านนาดัง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย.มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, จังหวัดเลย.

Phongtrakoon, S. (2008). *kānphatthana kān khuāpkhum khunnaphāp 'utsāhakam sing thō khōng bōrisat RianThong 'āphaphāren chakat 'amphoe Mae Sot* [Development guidliness quality control linantong apparel enterprise Ltd. in Masod, Tak]. Kampheang Phet Rajabhat University, Kampheang Phet. (in Thai)

สุภาภรณ์ พงษ์ตระกูล. (2551). การพัฒนาการควบคุมคุณภาพอุตสาหกรรมสิ่งทอของบริษัท เจริญทอง แอพพาเรล จำกัด อำเภอแม่สอด. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, กำแพงเพชร.

Rasamipailoon, N. (2006). *Saphāp paccubān læa payhā phlit phā ck rwbrwm lwldāy læa thekhnikh ni kār nā lwldāy phā ck lāw khṛng læa sīāng kherux khīy ni kār lækpelīyn khwām rū thī ca nā pī sū kār phlit phā ck pī sū khunphāph māttrhān phlithphānth' chumchn* [Current conditions and problems in fabric production, collecting patterns and techniques for using patterned fabric of Laos Khrang, and creating a network to exchange knowledge that will lead to the production of fabric to the quality of community product standards], Bangkok: The Thailand Research Fund. (in Thai)

มาตรฐานสินค้าชุมชนของเครือข่ายเกษตรรุ่นใหม่... /พัชราภา อธิศ ชลดา พันธ์ และอรุณี, น.86-103.

นุจิรา รัตมีโพธิ์. (2549). สภาพปัจจุบันและปัญหาผลิตผ้าจกกรวบรวมลวดลายและเทคนิคในการนำลวดลายผ้าจกมาสร้างและสร้างเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนความรู้ที่จะนำไปสู่การผลิตผ้าจกไปสู่คุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

Schumacker, R. E. and Lomax, R. G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, NJ: Lawrence Earlbaum.

Stewart, N. (2016). *Klyuth t̄h' kār brikār. Sīb̄k h̄n meūx 21 t̄hanwākhm 2562, Cāk*
<http://Www.Hrdsthailand.Com/ ThArticleServ 0007.Html>. [Service strategy. Retrieved 21
 December 2016,] from <http://www.hrdsthailand.com/ ThArticleServ 0007.html>. (in Thai)
 ณธาร สติวรรณ. (2559). กลยุทธ์การบริการ. สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2562, จาก <http://www.hrdsthailand.com/ ThArticleServ 0007.html>

Thai Industrial Standards Institute (TISI). (2003). *Kār prachum sām̄mnā cheing p̄tib̄ti reūxng"r̄ab f̄ang k̄hxm̄ūl læa k̄h̄xkhidh̄ēn d̄l̄n kār k̄h̄nd m̄ātr̄h̄d̄n p̄h̄litph̄q̄n t̄h' chumchn" rah̄w̄āng w̄an th̄i 16 t̄h̄ung 17 mkr̄ākhm 2546 ṇ̄ h̄xng chl̄ālay rongr̄æm chl̄ c̄n̄th̄r' meūxng ph̄thyā c̄n̄gh̄w̄ad Chl̄bur̄i*. [Workshop seminar on " Listening to information and opinions regarding the standardization of community product standards "between 16 and 17 January 2003 at Chalalai Room, Chon Chan Hotel, Pattaya City, Chon Buri Province]. (in Thai)

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.). (2546). การประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติเรื่อง "รับฟังข้อมูลและข้อคิดเห็นด้านการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน" (16 - 17 มกราคม 2546, ห้องชาลาลัย โรงแรมชลจันทร์ เมืองพัทยา, จังหวัดชลบุรี)

Yutsāt̄kānp̄hatthanāchangwatNakornnāyok BC 2011-2014 [Nakhon Nayok Provincial Development Strategy 2011-2014]. Nakhon Nayok Province Office Strategy and information for provincial development. (in Thai)

ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครนายก พ.ศ. 2554-2557. สำนักงานจังหวัดนครนายก กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.