

การรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการมุ่งเน้นทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปาง*

อนงค์วรรณ อุประดิษฐ์** บุญทวรรณ วิงวอน***

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นทางการตลาด และการดำเนินงานทางการเงิน และ (2) เพื่อศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการมุ่งเน้นทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระดับดี จำนวน 13 อำเภอ จังหวัดลำปาง ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานและคณะกรรมการ จำนวน 289 คน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัย คือ แบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า ให้ความสำคัญต่อการดำเนินงานทางการเงินเป็นอันดับแรก รองลงมา คือ การรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการมุ่งเน้นทางการตลาด โดยทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่า การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินมากที่สุด รองลงมา คือ การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน และ การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน

คำสำคัญ: การรับรู้สภาพแวดล้อม, ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง, การมุ่งเน้นทางการตลาด, การดำเนินงานทางการเงิน, วิสาหกิจชุมชน

* บทความวิจัย

** อาจารย์, คณะบัญชี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง, E-mail: pont_an@hotmail.com

*** รองศาสตราจารย์, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, E-mail: boonthawan2009@gmail.com

Effect of Perceived Environmental, Transformational Leadership and Marketing Orientation toward Financial Performance of Community Enterprises in Lampang Province *

Anongwan Upradit ** Boonthawan Wingwon ***

Abstract

The purposes of this research were to study (1) the description of perceived environmental, transformational leadership, marketing orientation and financial performance, (2) the effect of perceived environmental, transformational leadership and marketing orientation toward financial performance of community enterprises in Lampang province. It was quantitative research with population group of 289 good level of community enterprises from 13 districts in Lampang Province. The research tool was a questionnaire. The descriptive statistics used were percentage, frequency, average and standard deviation and inferential statistics with path analysis technique.

The findings showed that:

The descriptive study revealed that the importance of financial performance was valued as first priority and followed by perceived environmental, transformational leadership and marketing orientation by all factors were valued at a high level.

The result of path analysis of marketing orientation had the most direct effect toward financial performance, and followed with perceived environmental had direct effect toward marketing orientation; perceived environmental had direct effect toward transformational leadership; transformational leadership had direct effect toward financial performance; and perceived environmental had direct effect toward financial performance.

Keywords: Perceived Environmental, Transformational Leadership, Marketing orientation, Financial Performance, community enterprises

* Research Article

** Lecturer, Faculty of Accounting, Lampang Inter-Tech College, E-mail: pont_an@hotmail.com

*** Associate Professor, Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University, E-mail: boonthawan2009@gmail.com

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นนโยบายของรัฐบาลมาทุกยุคทุกสมัยในการสนับสนุนแนวคิดอันเกิดจากชุมชนในระดับฐานรากที่มีต้องการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการดำเนินกิจการที่มีลักษณะเชิงธุรกิจ โดยผ่านกลไกของพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ที่มีเจตนารมณ์เพื่อให้สมาชิกภายในชุมชนมีการประยุกต์ใช้ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นในการเสริมสร้างรายได้ เพื่อเสริมสร้างรายได้เสริมหรือหนุนเสริมคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น ด้วยการพัฒนาความสามารถในการจัดการทรัพยากรชุมชนที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ด้วยการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงหาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งอันเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาความยากจนของประชาชนและ เป็นแนวทางที่สร้างเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองในระยะยาวได้อย่างมั่นคง (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) โดยไม่เป็นภาระให้กับภาครัฐหรือต้องพึ่งพาหน่วยงานจากภายนอก ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจะเป็นการเพิ่มศักยภาพของระบบเศรษฐกิจระดับชุมชนในการพัฒนาความร่วมมือกับระบบเศรษฐกิจ

กลุ่มวิสาหกิจจึงเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ด้วยการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ผ่านการบูรณาการทรัพยากร ผลผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น (ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) รวมถึงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยนำเอาทรัพยากรในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ดังจะเห็นได้จากการขึ้นทะเบียนเป็นวิสาหกิจชุมชน และมีการเติบโตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

จังหวัดลำปางเป็นจังหวัดที่มีการดำเนินงาน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นทุกปี พบว่าในปี 2558 มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น 1,602 กลุ่ม แต่เมื่อประเมินศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดลำปาง พบว่า มีผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ระดับดี จำนวน 289 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 24.96 ระดับปานกลาง 498 กลุ่ม และระดับปรับปรุง 374 กลุ่ม (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2558) จากการสำรวจ พบว่าปัญหาในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนจะมีความแตกต่างกันไป เนื่องจากระดับวิสาหกิจชุมชน มีความแตกต่างกัน อาทิ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระดับดีในภาพรวม จะมีปัญหาในด้านการตลาด เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการจัดการตลาดค่อนข้างน้อย ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเคยใช้เป็นวัตถุดิบของการผลิตมีปริมาณลดลง ต้องหาแหล่ง

วัตถุดิบใหม่ ซึ่งในปัจจุบันต้นทุนวัตถุดิบมีราคาสูงทำให้สินค้าที่ผลิตออกมามีราคาสูง (กองวิสาหกิจชุมชน, 2558) ไม่มีภาวะวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจ สภาพการแข่งขันที่มีความรุนแรงมากขึ้น ท้ายที่สุดส่งผลให้การดำเนินงานทางการเงิน ไม่เป็นไปตามเป้าหมายเท่าที่ควร (สมจิตร แก้วคำฟู, 2558, สัมภาษณ์) สำหรับวิสาหกิจในระดับปานกลางและระดับปรับปรุงส่วนใหญ่มีปัญหาเหมือนกันในด้านบัญชีการเงิน เนื่องจากผู้ประกอบการไม่มีระบบการจัดทำบัญชีที่มีมาตรฐาน ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนการผลิตที่แท้จริงได้ การตั้งราคาขายเกิดจากการประมาณการเท่านั้น ส่งผลให้รายได้ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ อีกทั้งปัญหาด้านการผลิตที่ยังพัฒนาไปไม่ถึงมาตรฐานฝีมือแรงงานในระดับสากล ส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยรวม ดังนั้นจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนในยุคปัจจุบัน ต้องเผชิญกับปัญหาและปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ซึ่งทำให้วิสาหกิจชุมชนต้องมีแนวทางในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำพาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จและยั่งยืนต่อไป (สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

ดังนั้นจากสภาพปัญหาที่ได้กล่าวมาข้างต้น ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีสมรรถนะ ในการแข่งขันเท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และการมุ่งเน้นทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับดีของจังหวัดลำปาง ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการบริหารจัดการที่ดี จะสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และเป็นประโยชน์ในการเป็นต้นแบบของปฏิบัติงานของวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสมรรถนะการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง การมุ่งเน้นทางการตลาดและการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดลำปาง
2. เพื่อศึกษาการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง และการมุ่งเน้นทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดลำปาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย สรุปเป็นตัวแปรหลัก ได้ดังนี้

1. การรับรู้สภาพแวดล้อม

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เป็นปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กร (Bovee, Thill, Wood and Dovel, 1992, p. 72) นอกจากนี้สภาพแวดล้อม

ที่เปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต มีลักษณะไม่คงที่และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Dess and Beard, 1984, p. 78) ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยี รูปแบบความต้องการของลูกค้า และความผันผวนตามความต้องการสินค้าหรือการจัดหาวัตถุดิบ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการรับรู้สภาพแวดล้อมอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างเป็นพลวัต ทำให้สินค้าที่มีอยู่ในปัจจุบันล้าสมัย และจำเป็นต้องพัฒนาขึ้นมาใหม่ (Jansen, Van Den Bosch and Volberda, 2005)

ด้การศึกษาของ Isabela and Waddock (1994) ที่พบว่า สภาพแวดล้อมมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างผลการปฏิบัติงานขององค์กรและความเชื่อมั่น ผู้บริหารระดับสูงที่ต้องมีภาวะผู้นำ เพื่อการเปลี่ยนแปลงกับการประเมินสภาพแวดล้อมเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจ (Chenhall and Morris, 1986; Jansen, Van Den Bosch and Volberda, 2005) ดังสมมติฐานที่ 1 ต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง

งานวิจัยของ Mia and Clarke (1999) พบหลักฐานในการปรับปรุงผลการดำเนินงานขององค์กรภายใต้สถานะของการเพิ่มการแข่งขัน และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความรุนแรงของการแข่งขันในตลาด ด้วยผลการดำเนินงานขององค์กรด้วยเช่นกัน ดังสมมติฐานที่ 2 ต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด

ปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ทุกองค์กรต้องเผชิญกับสภาวะการเปลี่ยนแปลง ซึ่งส่งผลทั้งทางบวกและทางลบ ผู้บริหารของวิสาหกิจชุมชนในสถานะผู้นำกลุ่มจึงต้องมีการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของตนเองหรืออาจจะต้องเปรียบเทียบกับคู่แข่งกันของตนทั้งในจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป (รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2545) เพราะปัจจัยต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอาจจะนำไปสู่ความหายนะหรือความล้มเหลวในที่สุด ซึ่งงานวิจัยของ Waldman, Javidan and Varella (2004) สรุปว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอนนี้เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ดังนั้นความสามารถของผู้ประกอบการ จะถูกนำมาประยุกต์ใช้ โดยเป็นหน้าที่ที่ความรับผิดชอบซึ่งถูกบังคับให้ต้องคาดการณ์ต่อการตัดสินใจในสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลง ดังสมมติฐานที่ 3 ต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน

2. ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง

สภาพปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันอย่างสูง ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ผู้นำซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการจัดการการเปลี่ยนแปลง ต้องเข้าใจถึงธรรมชาติของการ

เปลี่ยนแปลง ต้องสามารถตัดสินใจเลือกวิธีการที่จะนำมาใช้ในการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งเป็นวิธีที่บริหารได้อย่างเหมาะสมกับวิสาหกิจชุมชน ตามที่งานวิจัยของรัตติกรณ์ จงวิศาล (2545) สรุปว่า ผู้นำเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและการจัดการองค์กร ผู้บริหารหรือผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง สามารถทำให้ประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานขององค์กรสูงขึ้น และตามที่ Yukl (2006, p. 264) ได้กล่าวว่า ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงยังทำให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกไว้วางใจ จงรักภักดีและเคารพยกย่องในตัวผู้นำ และสามารถกระตุ้นให้ผู้ตามปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเกินความคาดหวัง นอกจากนี้สัมฤทธิ์ กางเพ็ง และสรายุทธ กันหลง (2558) ยังกล่าวว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะช่วยเพิ่มและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ให้เป็นไปตามเป้าหมาย ทั้งทางด้านการเงินและที่ไม่ใช่ทางการเงิน ดังสมมติฐานที่ 4 ต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน

3. การมุ่งเน้นการตลาด

Kohli and Jaworski (1990) ได้ศึกษาการมุ่งเน้นการตลาดว่าเป็นสิ่งสำคัญของการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการมุ่งเน้นไปยังลูกค้า งานวิจัยของ Kirca, Jayachandran and Bearden (2005) ยังได้ยืนยันว่า การมุ่งเน้นการตลาดยังแสดงให้เห็นบทบาทที่สำคัญต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของการประกอบการทางธุรกิจ นอกจากนี้ Narver and Slater (1990) ยังกล่าวว่า การให้ความสำคัญแก่ลูกค้า ถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการเพิ่มกำไรในระยะยาว และความได้เปรียบทางการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Kumar et al., 2011) ดังสมมติฐานที่ 5 ต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน

4. การดำเนินงานทางการเงิน

การดำเนินงานทางธุรกิจสามารถวัดค่าได้ 2 กลุ่ม คือ กลุ่มทางการเงินและกลุ่มไม่ใช่ทางการเงิน (Rejc, 2002, p. 45) การวัดค่าทางการเงินของการดำเนินงานทางธุรกิจ อาทิ รายได้หรือยอดขายที่เพิ่มขึ้นเป็นการวัดค่าที่ต้องใช้เวลา ดังมุมมองของ Kaplan and Norton (2000) สรุปว่า ความสามารถในการทำกำไร หมายถึง ผลตอบแทนที่ได้คืนมาจากการลงทุนในการบริหารจัดการในส่วนของเจ้าของ (Helfert, 1991, pp. 99-102) และ Doyle (1994) ยังได้กล่าวว่า การทำกำไรเป็นการวัดค่าพื้นฐานของการดำเนินงานของธุรกิจ

Slywotzky (1998, p. 12) ได้กล่าวว่า ส่วนแบ่งทางการตลาดเป็นการพยากรณ์ที่ดี และเป็นการรับประกันความสามารถในการทำกำไร เพราะการได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดตามเป้าหมาย ไม่ได้หมายความว่าพอใจกับผลที่ตามมาของความสามารถในการทำกำไร อีกทั้งมุมมองของดวงสมร พิกสังข์

(2555) ยังกล่าวว่า การบริหารต้นทุนถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ การบริหารจัดการเพื่อให้ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ลดลง จะทำให้กำไรเพิ่มขึ้น หากผู้ประกอบการสามารถบริหารต้นทุน ให้มีคุณภาพและต่ำกว่าผู้ประกอบการรายอื่นๆ ย่อมสามารถดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และมีผลกำไรตามที่ได้ตั้งเป้าหมายไว้และพร้อมจะเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่อยู่ในระดับดี จำนวน 13 อำเภอ จำนวน 289 กลุ่ม ผู้ให้ข้อมูล คือ ประธานกลุ่ม กรรมการกลุ่ม และเลขานุการกลุ่ม คณะกรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชน (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน, 2558)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (2) ตัวแปรที่เกี่ยวข้อง 4 ด้าน คือ (1) การรับรู้สภาพแวดล้อมและ (2) ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Aslana, Dikenb and Şendoğdu (2011) (3) การมุ่งเน้นทางการตลาดดัดแปลงจากมาตรวัดของ Harris and Ogbonna (2001) และ (4) การดำเนินงานทางการเงิน ดัดแปลงจากมาตรวัดของ Bodlaj (2010); Shah and Dubey (2013) ส่วนข้อคำถามใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale จำนวน 5 ระดับ ของ Likert scale (Likert, 1970, p. 275) คือ 1 หมายถึง น้อยที่สุด และ 5 หมายถึง มากที่สุด

การตรวจสอบเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha จำนวน 4 ด้าน คือ (1) การรับรู้สภาพแวดล้อมมีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (0.852) (2) ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (0.917) (3) การมุ่งเน้นทางการตลาด มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (0.881) และ (4) การดำเนินงานทางการเงิน มีค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา (0.884) ซึ่งเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ โดยมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล โดยการจัดส่งแบบสอบถามไปยังประธานและคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินในระดับดี โดยการจัดส่งทางไปรษณีย์ จำนวน 268 ราย และประสานงานกับประธานกลุ่มด้วยวิธีการสอบถามทางโทรศัพท์ จำนวน 21 ราย ตามที่ได้กำหนดประชากรไว้จำนวน 289 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ดังนี้ (1) ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถามและสภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าความถี่และร้อยละ (2) ตัวแปรหลัก 4 ด้าน คือ (1) ปัจจัยการรับรู้สภาพแวดล้อม (2) ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง (3) การมุ่งเน้นทางการตลาด และ (4) การดำเนินงานทางการเงิน โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติอนุमान วิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis)

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป สถานภาพสมรส มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีประสบการณ์ดำเนินงานในช่วงระหว่าง 5-10 ปี และต่ำกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่ประกอบกิจการวิสาหกิจเป็นอาชีพหลัก มีจำนวนสมาชิกในวิสาหกิจชุมชน น้อยกว่า 50 คน มีแหล่งเงินทุนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจากเงินทุนส่วนตัวและกู้จากกองทุนหมู่บ้าน โดยเงินลงทุนในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนประมาณ 30,001 บาท ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ปัจจัยการรับรู้สภาพแวดล้อมภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงการมุ่งเน้นทางการตลาดและการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปาง

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร 4 ด้าน ดังนี้

ตัวแปร	μ	σ	ระดับการรับรู้
1. ด้านการรับรู้สภาพแวดล้อม (Perceived Environmental)	3.82	0.779	มาก
1.1 สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจและวัฒนธรรม มีผลต่อการทำงาน	3.98	0.820	มาก
1.2 ความเสี่ยงจากการทำงานที่ผิดพลาดทำให้ธุรกิจ เกิดความ เสียหาย	3.76	0.997	มาก
1.3 ความตึงเครียดอันเกิดจากความต้องการสินค้า มีผลต่อกลุ่มวิสาหกิจ	3.61	0.970	มาก
1.4 จำนวนคู่แข่งขั้นที่มากขึ้น	3.92	0.949	มาก
2. ด้านภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)	3.84	0.618	มาก
2.1 ท่านเห็นด้วยกับแนวทางการทำงานของผู้นำ	3.90	0.725	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

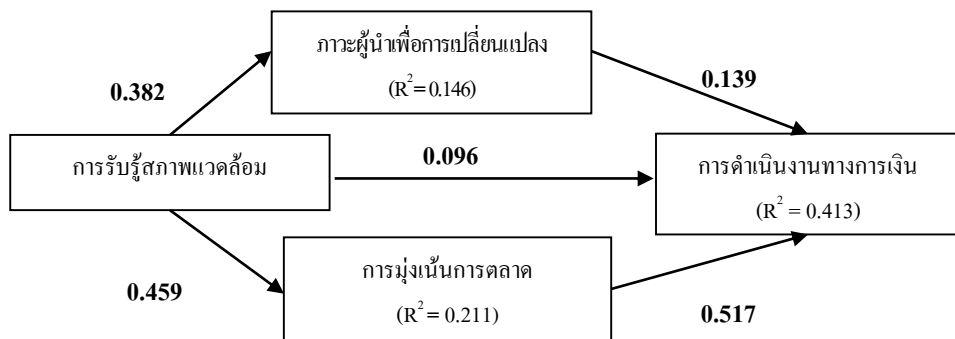
ตัวแปร	μ	σ	ระดับการรับรู้
2. ด้านภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)	3.84	0.618	มาก
2.1 ท่านมีความภาคภูมิใจในการทำงานของผู้นำ	3.84	0.712	มาก
2.2 ท่านเห็นด้วยกับการตัดสินใจอย่างมีคุณธรรมของผู้นำ	3.83	0.691	มาก
2.3 ท่านพึงพอใจในมุมมองที่แตกต่างในการแก้ปัญหาของผู้นำ	3.77	0.720	มาก
2.4 ผู้นำมีการสนับสนุนการดำเนินงานให้แก่สมาชิก	3.87	0.722	มาก
3. ด้านการมุ่งเน้นการตลาด (Market Orientation)	3.81	0.648	มาก
3.1 มีการตอบสนองต่อการแข่งขันด้านธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว	3.82	0.771	มาก
3.2 ศึกษาตลาด ความต้องการและปัญหาที่คาดว่าลูกค้าจะได้รับ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ดีกว่าคู่แข่ง	3.87	0.769	มาก
3.3 มีการแก้ปัญหาหรือข้อร้องเรียนให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว	3.79	0.776	มาก
3.4 ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้เข้ากับตลาดกลุ่มเป้าหมาย	3.86	0.783	มาก
3.5 มีการวัดความพึงพอใจของลูกค้า	3.71	0.842	มาก
4. ด้านผลการดำเนินงานทางการเงิน (Financial Performance)	3.99	0.601	มาก
4.1 มีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน เช่นเดียวกัน	4.15	0.695	มาก
4.2 มียอดขายที่เพิ่มสูงขึ้นมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน เช่นเดียวกัน	4.00	0.734	มาก
4.3 ส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	3.97	0.702	มาก
4.4 ความสามารถในการผลิตที่เพิ่มขึ้นมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	3.92	0.778	มาก
4.5 อัตราผลตอบแทนต่อทุนในส่วนของเจ้าของ มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	3.90	0.763	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ระดับมากทุกปัจจัย โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ (1) ด้านการรับรู้สภาพแวดล้อม พบว่า มีระดับการรับรู้มากที่สุดในเรื่องสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจและวัฒนธรรมมีผลต่อการดำเนินงาน (2) ด้านภาวะผู้นำ เพื่อการเปลี่ยนแปลง พบว่า มีระดับการรับรู้มากที่สุดในเรื่องเห็นด้วยกับแนวทางการทำงานของผู้นำ (3) ด้านการ

มุ่งเน้นการตลาด พบว่า มีระดับการรับรู้มากที่สุดในเรื่องศึกษาตลาด ความต้องการและปัญหาที่คาดว่าจะถูกค้าจะได้รับเพื่อตอบสนองความต้องการที่ศึกษากู้แข่งขัน และ (4) ด้านการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า มีระดับการรับรู้มากที่สุดในเรื่องสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจและวัฒนธรรมมีผลต่อการทำงาน

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการมุ่งเน้นทางการตลาด ที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปาง

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ที่มีความสำคัญลดหลั่นกัน ไป ตามปัจจัยการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการมุ่งเน้นทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน ได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์

จากภาพที่ 1 พบว่า การมุ่งเน้นทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานทางการเงินมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.517 ($R^2 = 0.413$) รองลงมาคือ การรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.459 ($R^2 = 0.211$) การรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.382 ($R^2 = 0.146$) ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานทางการเงิน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.139 ($R^2 = 0.413$) และการรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.096 ($R^2 = 0.413$)

นอกจากนี้ การรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานทางการเงิน โดยอ้อมผ่านปัจจัยภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.053 ลำดับสุดท้ายการรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการดำเนินงานทางการเงิน โดยอ้อมผ่านการมุ่งเน้นทางการตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง เท่ากับ 0.237 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย

Path Coefficients	สัมประสิทธิ์ เส้นทาง	T-Stat	สรุปผล
H 1: การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง	0.382	4.252	สนับสนุน
H 2: การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด	0.459	3.770	สนับสนุน
H 3: การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	0.096	0.934	ปฏิเสธ
H 4: ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	0.139	1.328	ปฏิเสธ
H 5: การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน	0.517	4.904	สนับสนุน

หมายเหตุ: T-Stat \square 1.96 แสดงว่า สมมติฐานมีนัยสำคัญทางสถิติมากที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบสมมติฐาน สรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.382 ค่า T-Stat เท่ากับ 4.252 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.459 ค่า T-Stat เท่ากับ 3.770 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.096 ค่า T-Stat เท่ากับ 0.934 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.139 ค่า T-Stat เท่ากับ 1.328 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.517 ค่า T-Stat เท่ากับ 4.904 ซึ่งสนับสนุนสมมติฐาน ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรอิสระ	ตัวแปรตาม				
	R ²	อิทธิพล	การดำเนินงาน ทางการเงิน	การมุ่งเน้น ทางการตลาด	ภาวะผู้นำเพื่อการ เปลี่ยนแปลง
การรับรู้สภาพแวดล้อม	-	DE	0.096	0.459	0.382
		IE	0.290	0.000	0.000
		TE	0.386	0.459	0.382
การมุ่งเน้นทางการตลาด	0.211	DE	0.517	N/A	N/A
		IE	0.000	N/A	N/A
		TE	0.517	N/A	N/A
ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง	0.146	DE	0.139	N/A	N/A
		IE	0.000	N/A	N/A
		TE	0.139	N/A	N/A

หมายเหตุ: TE= Total Effect, DE=Direct Effect, IE=Indirect Effect, N/A=Not Application

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม มีดังนี้

การรับรู้สภาพแวดล้อม มีอิทธิพลทางตรงกับการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.096 มีอิทธิพลทางอ้อมกับการดำเนินงานทางการเงินมีค่าเท่ากับ 0.290 และอิทธิพลโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.386 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรง และอิทธิพลโดยรวมต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด มีค่าเท่ากับ 0.459 และการรับรู้สภาพแวดล้อมมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวม ต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเท่ากับ 0.290

การมุ่งเน้นทางการตลาด มีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวม ต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.517 และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลโดยรวม ต่อการดำเนินงานทางการเงิน มีค่าเท่ากับ 0.139

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ด้านการรับรู้สภาพแวดล้อม พบว่า คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจให้ความสำคัญในด้านสภาพแวดล้อม ในด้านเทคโนโลยี เศรษฐกิจและวัฒนธรรมเพราะมีผลต่อการทำงาน ดังที่งานวิจัยของ Crossan, Vera and Len (2008) สรุปว่า ข้อมูลทางสังคมและเศรษฐกิจทุกระดับ จะสร้างความยุ่งยากซับซ้อนแก่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจในศตวรรษที่ 21 มีแนวโน้มของ

เทคโนโลยีใหม่ๆ ในเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นสาเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตามสภาวะของการแข่งขันและกลยุทธ์ที่ไปสู่การเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับงานวิจัยของนภวรรณ คณานุกฤษ (2554) ที่สรุปว่า สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้าและบริการ และการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบต่อองค์การทั้งทางบวกและทางลบ ดังนั้นองค์การจึงต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้น

ด้านภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง พบว่า วิสาหกิจชุมชนเห็นด้วยกับแนวทางการทำงานของผู้นำ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ผู้นำมีส่วนสำคัญต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับ Yukl (2006, p. 264) ที่กล่าวว่า ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงทำให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกไว้วางใจและยังกระตุ้นให้ผู้ตามปฏิบัติงานและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นความสามารถของผู้นำที่จะทำให้ผู้อื่นยอมรับ สามารถชักนำและมีพลังที่จะกระตุ้นให้ผู้อื่นเห็นคล้อยตาม

ด้านการมุ่งเน้นการตลาด พบว่า วิสาหกิจชุมชนได้มีการวิเคราะห์ความต้องการและหาแนวทางตอบสนองความต้องการที่ถือว่าคู่แข่ง เนื่องจากในปัจจุบันการตลาดเป็นส่วนหนึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ดังแนวคิดของ Kumar et al. (2011) สรุปว่า การมุ่งเน้นการตลาดเป็นการได้มาซึ่งข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่ง และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kirca, Jayachandran and Bearden (2005) ที่สรุปว่า การมุ่งเน้นการตลาดมีบทบาทที่สำคัญต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ งานวิจัยของ Narver and Slater (1990) นำเสนอว่า การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าถือเป็นกุญแจสำคัญในการเพิ่มกำไรในระยะยาว เพื่อเพิ่มความได้เปรียบทางด้านการแข่งขัน

ด้านการดำเนินงานทางการเงิน พบว่า มีการรับรู้ด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากต้นทุนการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่จะกำหนดราคาสินค้า ดังนั้น การลดต้นทุนการผลิตจึงสำคัญอย่างมากในการทำให้สินค้ามีต้นทุนต่ำลง หรือกำไรเพิ่มขึ้น ส่งผลดีต่อประสิทธิภาพการแข่งขันในตลาด ดังที่ดวงสมร พิกสังข์ (2555) กล่าวว่า การบริหารต้นทุนถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญ โดยมุ่งเน้นการบริหารจัดการเพื่อให้ต้นทุนการผลิตและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ลดลง

ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ด้านการรับรู้สภาพแวดล้อม ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง และการมุ่งเน้นทางการตลาดที่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดลำปาง

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นการค้าไร้พรมแดนภายใต้สภาพแวดล้อมที่แตกต่างกันไป อาทิ สภาพเศรษฐกิจ สังคม กฎหมายและเสถียรภาพทางการเมือง ทำให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญภาวะที่หลากหลายหรือมีการประยุกต์ใช้ภาวะผู้นำ เพื่อการเปลี่ยนแปลงในการจัดการภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงแตกต่างกันออกไป

ซึ่งสภาพแวดล้อมดังกล่าวเป็นงานที่ทำนายของผู้ประกอบการ หรือคณะกรรมการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ต้องมีการสื่อสารเป้าหมายการดำเนินงานให้กับสมาชิก เน้นการจูงใจในการทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของวิสาหกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของสัมฤทธิ์ กางเพ็ง และสรายุทธ กันหลง (2558) ที่กล่าวว่าภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงจะช่วยเพิ่มและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน เพราะเป็นความสามารถของผู้นำที่จะทำให้ผู้อื่นยอมรับ และมีความสามารถในการชักนำ มีพลังที่จะกระตุ้นให้สมาชิกดำเนินงานตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้สภาพแวดล้อมมีผลต่อการมุ่งเน้นทางการตลาด เหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะวิสาหกิจชุมชนต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก อาทิ สภาพทางเศรษฐกิจที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้า หากเศรษฐกิจดีส่งผลให้กำลังซื้อของผู้บริโภคมีมากขึ้น สัมพันธ์กับงานวิจัยของ Kirca, Jayachandran, and Bearden (2005) ที่สรุปว่า การมุ่งเน้นการตลาดยังแสดงให้เห็นบทบาทที่สำคัญต่อผลการดำเนินงานของการประกอบการทางธุรกิจ และงานวิจัยของ Narver and Slater (1990) ยังกล่าวว่า การให้ความสำคัญแก่ลูกค้าถือเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการเพิ่มกำไรในระยะยาว และความยั่งยืนในการได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้เช่นเดียวกัน หากวิสาหกิจชุมชนได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง หรือมีความหลากหลายตามความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ย่อมนำมาซึ่งส่วนแบ่งการตลาดที่เพิ่มขึ้นเช่นกัน

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้สภาพแวดล้อมไม่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนที่เป็นประชากรในครั้งนี้อยู่ในเกณฑ์ระดับดี ดังนั้นคณะกรรมการกลุ่มจึงได้มีการวางแผนธุรกิจที่ค่อนข้างครอบคลุม มีตลาดหลักที่เป็นกลุ่มเป้าหมายชัดเจน ส่วนใหญ่มีลูกค้าประจำที่ส่งผลให้มีผลการประกอบการทางการเงินเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีการบริหารการเงินเบื้องต้น เน้นการจัดการทุนหมุนเวียนและสภาพคล่องทางการเงิน รวมถึงมีการวิเคราะห์ความเสี่ยงทางการเงิน ดังนั้นไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ย่อมไม่มีผลกระทบการดำเนินงานทางการเงิน หรืออาจจะ มีบ้างแต่ก็เพียงเล็กน้อย ดังแนวคิดของรัตติกรณ์ จงวิศาล (2545); Waldman, Javidan and Varella (2004) สรุปว่า ปัจจัยต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอาจจะนำไปสู่ความหายนะ หรือความล้มเหลวในที่สุด สภาพแวดล้อมที่มีความไม่แน่นอน เป็นความเสี่ยงสำหรับการดำเนินงานทางการเงินขององค์กร ดังนั้นหากคณะกรรมการบริหารหรือผู้ประกอบการมีการจัดการความเสี่ยง หรือมีการวางแผนทางการเงินที่ดีแล้วย่อมไม่มีผลกระทบเท่าใดนัก ไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะมีความผันผวนในระดับใดๆ ก็ตาม

สมมติฐานที่ 4 ภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงไม่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชน เป็นการทำงานร่วมกันของสมาชิกที่เป็นการรวมกลุ่มเป็นส่วนใหญ่ และไม่มีรูปแบบที่เป็น

ทางการประกอบกับการที่เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินในระดับดี ซึ่งถือว่าสมาชิกเครือข่ายมีความเข้มแข็ง มีความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างกันของทุกระดับของสมาชิกในเครือข่าย ความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนและมีฐานลูกค้าที่เป็นเครือข่ายกันมานาน ทำให้บทบาทของภาวะผู้นำอาจถูกลดทอนความสำคัญในการดำเนินงาน บางครั้งผู้นำกลุ่มมีความสามารถในการบริหารจัดการกลุ่มที่ดี แต่อาจขาดภาวะผู้นำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kotter (1990) ที่สรุปว่า องค์การส่วนใหญ่มักมีหัวหน้างานที่มีทักษะด้านบริหารจัดการ แต่ขาดทักษะทางภาวะผู้นำอยู่เป็นจำนวนมาก ในขณะที่องค์การที่มีหัวหน้างานที่มีทักษะด้านภาวะผู้นำสูงมีอยู่จำนวนน้อยกว่า โดยเฉพาะภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ในตัวผู้ประกอบการหรือคณะกรรมการคนเดียวด้วยแล้ว ถือว่าเป็นเรื่องที่ได้ค่อนข้างยากมาก ทั้งที่บริบทการเปลี่ยนแปลงยุคปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยหัวหน้างานประเภทนี้เป็นอย่างยิ่ง

สมมติฐานที่ 5 การมุ่งเน้นทางการตลาดมีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน วิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานในระดับดี จะมีการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า มีการแก้ปัญหาหรือข้อร้องเรียนให้กับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เน้นตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมและการจัดจำหน่ายสินค้า ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ อันเป็นการเพิ่มช่องทางการตลาดอย่างต่อเนื่องที่ส่งผลให้ยอดขายเพิ่มขึ้น ดังงานวิจัยของปรารณา หลีกภัย และเกตุศิริ เจริญวิศาล (2555); Keskin (2006) ได้สรุปว่า การมุ่งเน้นการตลาดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เน้นการวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าและคู่แข่งกัน เพื่อวางแผนการตลาดเชิงรุกต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การรับรู้สภาพแวดล้อมไม่มีผลต่อการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งเป็นผลการวิจัยครั้งนี้ การประกอบกิจการให้ประสบความสำเร็จ ไม่ได้เกิดจากใครคนใดคนหนึ่ง แต่ต้องเกิดจากการที่สมาชิกทุกคน ดังนั้น ควรมีการกำหนดแผนธุรกิจเชิงกลยุทธ์ เพื่อความก้าวหน้าของวิสาหกิจชุมชนในการสร้างระบบเศรษฐกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปควรมีการวิเคราะห์วิสาหกิจชุมชน ระดับปานกลางหรือระดับต่ำ เพื่อหาความสัมพันธ์หรือปัจจัยเชิงสาเหตุ ที่ส่งผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะใช้ในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ ให้มีการบริหารจัดการที่ดี มีแนวโน้มการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559). *การสร้างความสำเร็จในบริบทการค้าเนื้องานวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2559, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/>
- ดวงสมร พิกสังข์. (2555). *การบริหารต้นทุนของกลุ่มผู้ผลิตต้นตาลมะพร้าวในจังหวัดสมุทรสงคราม*. รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ชงพล พรหมสาขา ณ สกลนครและอุทิศ สังขรัตน์. (2556). *แนวทางการพัฒนาการค้าเนื้องานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา*. ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นภวรรณ คณารักษ์. (2554). บทบาทผู้นำองค์กรที่มีพนักงานวิชาชีพ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*, 31(1), 123-133.
- ปรารณา หลีกภัย และเกตุศิริ เจริญวิศาล. (2555). ผลของการมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่มีต่อความสามารถทางนวัตกรรมองค์กร. *วารสารวิทยาการจัดการ*, 29(1), 77-90.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2548). *พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548*. กรุงเทพฯ: วิทยุชน.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. (2558). *รายงานการยื่นจดทะเบียนวิสาหกิจเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 18 มกราคม 2559, จาก http://smce.doae.go.th/smce1/report/report_svc01.php.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2545). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสภาพในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง. *วารสารการบริหารคน*, 23, 98-102.
- สมจิตร แก้วคำฟู. (2558, ตุลาคม 31). *ปัญหาของวิสาหกิจชุมชน*. สัมภาษณ์.
- สัมฤทธิ์ กางเพ็ง และสรายุทธ กันหลง. (2558). *ภาวะผู้นำให้บริการในองค์กร: แนวคิด หลักการ ทฤษฎีและงานวิจัย*. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2559, จาก http://library.hu.ac.th/BackUp_library/bkgeneral/leadership.pdf
- สำนักงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2554). *รายงานสถานการณ์ SMEs ประจำปี 2556*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://www.sme.go.th/>.
- Aslan, Ş., Diken, A., & Şendoğdu, A. A. (2011). Investigation of the effects of strategic leadership on strategic change and innovativeness of SMEs in a perceived environmental uncertainty. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 24, 627-642.

- Bodlaj, M. (2010). The impact of a responsive and proactive market orientation on innovation and business performance. *Economic and Business Review for Central and South-Eastern Europe*, 12(4), 241.
- Bovee, C. L., Thill, J. V., Wood, M. B., & Dovel, G. P. (1992). *Management*. New York: McGraw-Hill.
- Chenhall RH, Morris D. (1986). The Impact of Structure, Environment and Interdependence on The Perceived Usefulness of Management Accounting Systems, *Acc. Rev.*, 61-35
- Crossan, M., Vera, D. & Len, N. (2008), Transcendent leadership: strategic leadership in dynamic environments, *The Leadership Quarterly*, 19, 569–581.
- Dess, G. G., & Beard, D. W. (1984). Dimensions of organizational task environments. *Administrative Science Quarterly*, 52-73.
- Doyle, Peter. F (1994). *Marketing Management and Strategy*. Prentice-Hall. New York.
- Harris, L. C., & Ogbonna, E. (2001). Strategic human resource management, market orientation, and organizational performance. *Journal of business research*, 51(2), 157-166.
- Helfert, E.A. (1991). *Techniques of financial analysis, II*: Business One Irwin, Homewood, Illinois.
- Isabela, L. A. & Waddock, S. A. (1994). Top Management Team Certainty: Environmental Uncertainty and Performance Measurement: Impact on Organizational Performance. *International Business Review*. 13(2004), 485-502
- Jansen, J. J. P., Van Den Bosch, F. A. J., & Volberda, H. W. (2005). Exploratory innovation, Exploitative Innovation, and ambidexterity: The impact of environmental and organisational antecedents. *Schmalenbach Business Review (SBR)*, 57(4), 351-363
- Kaplan, R. S. & Norton, D. P. (2000). *Uravnoteženi sistem kazalnikov (The Balanced Scorecard)*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
- Keskin, H. (2006). Market orientation, learning orientation, and innovation capabilities in SMEs: An extended model. *European Journal of innovation management*, 9(4), 396-417.
- Kircar, A. H., Jayachandran, S., & Bearden, W. O. (2005). Market Orientation: a meta-analytic review and assessments and impact on performance. *Journal of marketing*, 24-41.
- Kohli, A. K., and B. J. Jaworski. (1990). Market orientation: The construct, research propositions and managerial implications. *Journal of Marketing*. 54(2), 1–18.
- Kotter, J. P. (1990). *A force of change: How leadership differs from management*. New York: The Free Press.

- Kumar et al. (2011). Is market orientation a source of sustainable competitive advantage or the cost of Competing?. *Journal of Marketing*, 75, 16-30.
- Likert, R. N. (1970). "A technique for the measurement of attitude". *Attitude Measurement*. Chicago: Ronal McNally & Company.
- Mia, L. & Clarke, B. (1999). Market Competition. Management Accounting Systems and Business Unit Performance. *Management Accounting Research*, 10, 137-158.
- Narver, J. C., and S. F. Slater. (1990). The effect of a market orientation on business profitability. *Journal of Marketing*. 54(4), 20-35.
- Rejc, A. (2002). *Vloga in pomen nefinančnih informacij v okviru uspešnosti poslovanja podjetja-Teorija in empirična preverbal (A doctoral dissertation)*. Ljubljana: Ekonomska Fakulteta.
- Slywotzky, A. (1998). The profit zone: Managing the value chain to create sustained profit growth. *Strategy & Leadership*, 26(3), 12-16.
- Shah, Syed Najaf Ali, Dubey, Suchi. (June 2013). Market Orientation and Organizational Performance of Financial Institutions in United Arab Emirates. *Journal of Management & Public Policy*, 4(2), 17-26.
- Waldman, D. A., Javidan, M., & Varella, P. (2004). Charismatic leadership at the strategic level: A new application of upper echelons theory. *The Leadership Quarterly*, 15(3), 355-380.
- Yukl, G. (2006). *Leadership in organizations. 6th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall.
