

อิทธิพลกำกับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของ
วิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย
Mediated Effects of Product Designs toward Community Enterprises'
Financial Performance: Case Study of Thai Silk Product Groups
in the Western Areas of Thailand

ธัญนันท์ บุญอยู่¹ กนกอร บุญมาเกิด² สุชาร์ตน์ บุญอยู่³

Thanyanan Boonyoo, Kanokorn Boonmakerd, Sucharat Boonyoo

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษานี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 100 วิสาหกิจ และสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ การวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ก็มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยมีการแบ่งปันความรู้เป็นตัวแปรคั่นกลาง และนอกจากนี้เมื่ออิทธิพลทางอ้อมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินผ่านตัวแปรคั่นกลางของการแบ่งปันความรู้ในทุกระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต่ำ ปานกลาง และสูง (3.743, 4.355 และ 4.966 ตามลำดับ) และเมื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ที่มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน (0.315, 0.332 และ 0.350 ตามลำดับ)

คำสำคัญ (Keywords): วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้; การแบ่งปันความรู้; การออกแบบผลิตภัณฑ์

Received: 2022-10-06 Revised: 2022-10-27 Accepted: 2022-10-27

¹ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Graduate School, Southeast Asia University.
Corresponding Author e-mail: thanyanan7@gmail.com

² บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์ Graduate School, Southeast Asia University.
e-mail: boonmakerd@hotmail.com

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม Faculty of Management Science, Nakhon
Pathom Rajabhat University. e-mail: aj.sucharat@gmail.com

Abstract

This study aimed to explore the effects of knowledge sharing as a mediated factor toward the learning culture and the community enterprises' financial performance of Thai silk product groups in the western areas of Thailand conducted by the path analysis of the product designs. This study was quantitative research, using a questionnaire as a research tool. Data were collected from 100 samples of community enterprise entrepreneurs for Thai silk product groups in the western areas of Thailand. It is statistically analyzed by percentage, means, standard deviation (SD), and structural equation modeling (SEM) analyses with the statistical package program. Results of this study revealed that knowledge sharing had a direct effect on the financial performance of the community enterprise. Adversely, learning cultures had an indirect effect on the financial performance of the community enterprises by using knowledge sharing as the mediated factor. Additionally, when the indirect effect of knowledge sharing and financial performance through the mediated factor of knowledge sharing was increased in all aspects of product design-including low, moderate, and high aspects (ranging from 3.743, 4.355, and 4.966 respectively). Furthermore, when product designs cooperated at a higher level, this could increase the financial performance as well (ranging from 0.315, 0.332, and 0.350 respectively).

Keywords: Learning Culture; Knowledge Sharing; Product Design

บทนำ (Introduction)

วิสาหกิจชุมชนถือเป็นการรวมตัวกันของบุคคลในชุมชนเพื่อนำศักยภาพของชุมชนที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวจากภูมิปัญญาพื้นบ้านของไทยอันแตกต่างจากวิสาหกิจอื่น ๆ และผ้าไหมก็เป็นผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่มีการส่งออกไปยังหลายประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ และฝรั่งเศส เป็นต้น โดยในปี 2557 พบว่า ผ้าไหมไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาดค่อนข้างต่ำเพียงร้อยละ 1 ของมูลค่าการส่งออกผ้าไหมในตลาดโลกทั้งหมด ในขณะที่ประเทศจีนได้รับการยอมรับว่า เป็นผู้นำด้านการผลิตที่มีมูลค่าการส่งออกปีละ 240,000 ล้านบาท หรือคิดเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 68 (สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, 2557) แต่จากภาวะการณ์ทางเศรษฐกิจที่ชะลอตัวส่งผลให้ความนิยมและกำลังการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยลดลง ประกอบกับคนรุ่นใหม่มีทัศนคติที่ว่า การใส่ผ้าไหมทำให้ดูมีอายุมายากต่อการใส่และการดูแล จึงทำให้วิสาหกิจผ้าไหมไทยต้องมีการปรับตัวเพื่อผลักดันให้ผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติยอมรับ ตลอดจนร่วมกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ ประกอบกับพัฒนาให้เกิดเป็นวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ควบคู่กับการแบ่งปันความรู้และการออกแบบผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์

(Mehraban, Hoseinzadeh & Esmaili, 2013) เพื่อให้วิสาหกิจผ้าไหมไทยมีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและมีศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนสืบไป (Soori & Ferasat, 2016)

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยเป็นวิสาหกิจที่มีการรวมตัวกันในหลายรูปแบบ เพื่อนำศักยภาพ ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มมาร่วมกันพัฒนาคุณภาพชีวิตให้แก่บุคคลในชุมชน ซึ่งปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยไม่สามารถสร้างผลการดำเนินงานทางการเงินให้เกิดประสิทธิภาพได้อย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยต้องประสบปัญหาการสืบทอดของวัฒนธรรมที่เป็นกระบวนการเรียนรู้และการฝึกหัดการทอผ้าให้แก่ลูกหลาน โดยผู้เป็นแม่จะทำการถ่ายทอดความรู้และเทคนิคการทอผ้าไหม แต่ปัจจุบันวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ที่เป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดมาจากรุ่นสู่รุ่นได้จางหายไปจากชุมชน จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยสูญหายไปตามกาลเวลา อีกทั้งบุคคลในชุมชนยังขาดความรู้ด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การนำนวัตกรรมมาเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดความร่วมสมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นเหตุทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างครอบคลุม ทำให้สูญเสียโอกาสทางการค้า (กนกอร บุญมาเกิด, ธัญนันท์ บุญอยู่ และมนตรี พิริยะกุล, 2562) และทำให้ภาพรวมของผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยไม่ดีเท่าที่ควร (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2562)

จากสถานการณ์ในภาพรวมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยมีผลการดำเนินงานทางการเงินไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับประเด็นปัญหาดังกล่าวข้างต้น และจากการศึกษาวิจัยของ Mehraban, Hoseinzadeh & Esmaili (2013) ก็พบว่า การที่จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินขององค์กรเพิ่มสูงขึ้นจำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ที่เป็นปัจจัยหลักของค่านิยมพื้นฐาน ความเชื่อ และหลักคุณธรรมที่มีบทบาทสำคัญในระบบบริหารจัดการองค์กร โดยองค์การมุ่งเน้นสร้างวัฒนธรรมให้เกิดบรรยากาศที่สร้างสรรค์ทางความคิดของแต่ละบุคคลให้เกิดการเรียนรู้ภายในองค์กร เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพผลการดำเนินงานทางการเงินของแต่ละองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างสรรค้ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยและสามารถแข่งขันได้ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกอย่างสมบูรณ์ (Girdauskiene, 2013) นอกจากนี้การศึกษาของ Kucharska (2017) ก็พบว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความสัมพันธ์ร่วมกับการแบ่งปันความรู้ในทิศทางบวกที่ทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้จะเป็นปัจจัยนิยมที่อาศัยปัจจัยของการแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดการทำงานที่สร้างผลการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับองค์กรและทีมได้ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Rezaee & Amiranzadeh (2017) ที่พบว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่สามารถสร้างให้เกิดผลการดำเนินงานขององค์กรได้ โดยอาศัยการมุ่งเน้นการออกแบบให้เกิดเป็นคุณค่าทางผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มสูงขึ้น

ดังนั้นจากประเด็นปัญหาข้างต้นผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาอิทธิพลกำกับของการออกแบบ

ผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย โดยจะศึกษาว่า มีปัจจัยอะไรบ้างที่จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มผ้าไหมในพื้นที่ตะวันตกของไทยเพิ่มสูงขึ้นภายใต้สถานการณ์แพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID 19) เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้รับมาเป็นแนวทางในการวางแผนและปรับกลยุทธ์ในการบริหารจัดการให้วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยให้มีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ว่า เพื่อศึกษาอิทธิพลของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ด้วยการกำกับเส้นทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 (H1) วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 2 (H2) การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 3 (H3) การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการกำกับเส้นทางการออกแบบผลิตภัณฑ์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาถึงอิทธิพลกำกับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ซึ่งได้ทำการศึกษาที่ใช้เทคนิคการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่มีแบบสอบถามในการวิจัย เพื่อมุ่งค้นหาและพัฒนาข้อมูลความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ที่สามารถวัดลักษณะและพฤติกรรมเป็นตัวเลขได้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 133 วิสาหกิจ (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย จำนวน 100 วิสาหกิจ โดยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตาม

แนวคิดของ Marsh et al. (1998) ซึ่งได้มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างและจำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยต่อตัวแปรแฝงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แนวคิดของ Marsh et al. (1998)

จำนวน ตัวชี้วัด เฉลี่ย	ชนิดของผล การศึกษา	ขนาดตัวอย่าง				
		50	100	200	400	1,000
4	Proper Solution	86.50	99.10	99.60	100.00	100.00
	Non-Convergence	2.20	-	-	-	-
6	Proper Solution	99.60	100.00	100.00	100.00	100.00
	Non-Convergence	0.10	-	-	-	-
12	Proper Solution	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00
	Non-Convergence	-	-	-	-	-

โดยที่จำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยเกิดจากยอดรวมจำนวนตัวชี้วัด (p) หารด้วยจำนวนตัวแปรแฝง ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยตัวชี้วัด 28 ตัว และตัวแปรแฝง 4 ตัว ดังนั้นค่าของจำนวนตัวชี้วัดเฉลี่ยเท่ากับ 7 จึงทำให้จำนวนขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ให้สอดคล้องกับ Proper Solution และ Non-Convergence นั้น (มนตรี พิริยะกุล, 2556) เมื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ 50 ตัวอย่าง ก็สามารถแทนประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้ถึงร้อยละ 99.60 แต่เพื่อความเหมาะสมของประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 100 ตัวอย่าง ซึ่งจะมีผลให้ได้ Proper Solution ของขนาดตัวอย่างที่ร้อยละ 100 และไม่มี Non-Convergence เช่นกัน และการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เลือกแผนการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยเลือกสุ่มประชากรที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย มีจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สูตรคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิด้วยการจัดสรรจำนวนตัวอย่างตามสัดส่วน (Proportional Allocation) กับจำนวนประชากร (Cochran, 1977) และเมื่อได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของแต่ละจังหวัดแล้วจะดำเนินการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ตามจำนวนของกลุ่มตัวอย่างในแต่ละจังหวัด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วยกัน 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ส่วนที่ 2-5 แบบสอบถามประเมินวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยลักษณะของข้อคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามแบบของ Likert (1932) ที่ได้กำหนดระดับค่า คือ “ระดับ

คะแนน 1 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด” “ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย” “ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง” “ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก” “ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด”

3. การหาคุณภาพของเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนสำรวจจริง ซึ่งได้ดำเนินการโดยการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องตามวัตถุประสงค์และให้ครอบคลุมตรงตามเนื้อหาที่ต้องการวัด ซึ่งจะให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาคำตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence--IOC) โดยค่าความตรงเชิงเนื้อหาที่ได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป แสดงว่า ข้อคำถามนั้นผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงเพื่อวัดความสอดคล้องภายในของคุณภาพโดยรวมกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยที่เป็นประชากรที่เหลือจากการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคดังตารางที่ 2 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.70 ทุกค่า และระยะที่ 2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือหลังจากสำรวจจริง ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการหาค่าความเชื่อถือได้ (Composite Reliability--CR) ซึ่งเกณฑ์ที่ยอมรับได้ควรมีค่ามากกว่า 0.60 และได้มีการวัดหาค่าความผันแปรสกัดได้ (Average Variance Extracted--AVE) ควรมีค่ามากกว่า 0.50 (Fornell & Larcker, 1981) โดยผลการวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือปรากฏได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α)	CR	AVE
วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC)	0.959	0.961	0.768
การแบ่งปันความรู้ (KS)	0.969	0.969	0.837
การออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD)	0.957	0.966	0.778
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP)	0.966	0.960	0.792

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ประสานขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้ชี้แจงกับกลุ่มเป้าหมายก่อนการเก็บข้อมูลวิจัยและได้อธิบายพร้อมกับชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิจัยกับกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนได้มีการแจ้งกับกลุ่มเป้าหมายให้ทราบถึงประโยชน์และสิทธิในการตอบรับหรือปฏิเสธการตอบแบบสอบถามการวิจัย เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ทาง

วิชาการเท่านั้นไม่มีการเปิดเผยชื่อของกลุ่มเป้าหมายและเสนอผลโดยภาพรวม ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 วิสาหกิจ

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติ (Denzin, 1970) โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ 1) สถิติพรรณนาใช้ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อวัดระดับของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการเงิน ส่วนการแปลค่าเฉลี่ยมีเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวคิดของ Best (1981) คือ “ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด” “ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง น้อย” “ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง” “ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มาก” “ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด” และ 2) สถิติเชิงอนุมานเป็นการนำวิธีทางสถิติมาใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและหาระดับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรทั้งทางตรงและทางอ้อมอย่างมีเงื่อนไขด้วยโปรแกรม Process โดยจะเป็นการวิเคราะห์หาเส้นทางความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย

ผลการวิจัย (Research Results)

การวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษากับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย จำนวน 100 วิสาหกิจ โดยส่วนใหญ่ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเป็นเพศหญิงถึงร้อยละ 76.00 มีอายุ 41-50 ปีถึงร้อยละ 58.00 มีสถานภาพสมรสถึงร้อยละ 62.00 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลายอยู่ที่ร้อยละ 40.00 และมีระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจมากกว่า 6 ปีถึงร้อยละ 45.00 ซึ่งจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลได้ดังนี้

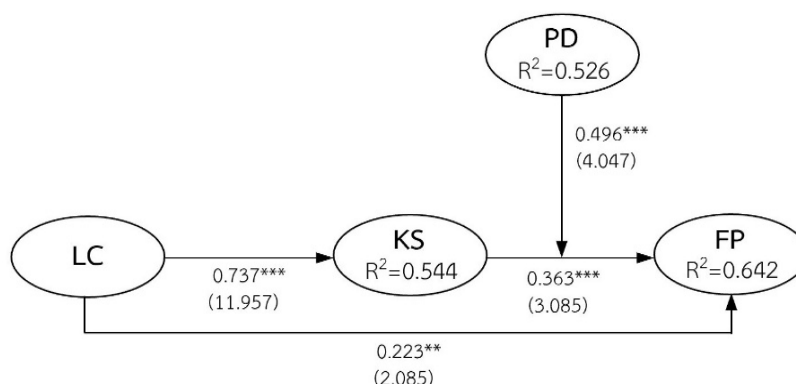
ผลการวิเคราะห์ระดับของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการเงินของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย จำนวน 100 วิสาหกิจ โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิเคราะห์โดยรวมดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับของตัวแปรโดยรวม

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ
วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC)	4.38	0.58	มาก
การแบ่งปันความรู้ (KS)	4.31	0.63	มาก
การออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD)	4.35	0.61	มาก
ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP)	4.46	0.58	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย จำนวน 100 วิสาหกิจ โดยส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยโดยรวมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และผลการดำเนินงานทางการเงินอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38, 4.31, 4.35 และ 4.46 ตามลำดับ และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.58, 0.63, 0.61 และ 0.58 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง ซึ่งเป็นผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สัมประสิทธิ์ความถดถอยอิทธิพลอย่างมีเงื่อนไข (Condition Effect) ระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) โดยมีการแบ่งปันความรู้ (KS) เป็นปัจจัยคั่นกลางและมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) เป็นตัวแปรกำกับ ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏได้ดังภาพที่ 2

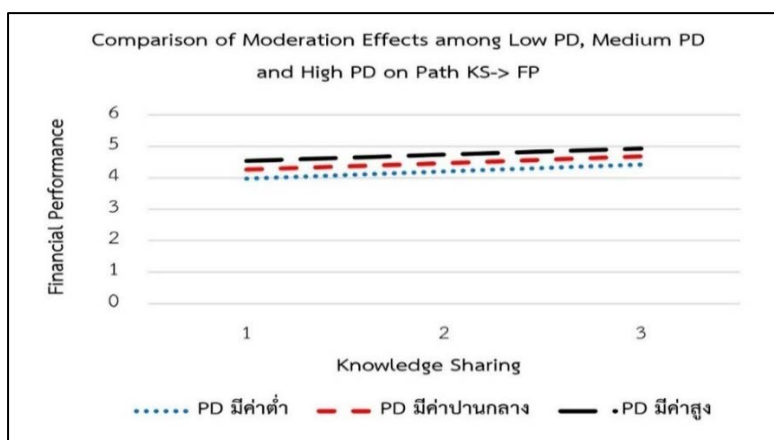


ภาพที่ 2 อิทธิพลของตัวแปรกำกับการออกแบบผลิตภัณฑ์

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นว่า เมื่อผู้วิจัยได้นำปัจจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) ไปเป็นตัวแปรที่กำกับความสัมพันธ์ของการแบ่งปันความรู้ (KS) ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) สู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) ซึ่งการศึกษาค้นคว้าพบว่า 1) อิทธิพลของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) มีอิทธิพล

ทางตรงต่อการแบ่งปันความรู้ (KS) และผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.737 และ 0.223 ตามลำดับ 2) วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (PD) โดยมีการแบ่งปันความรู้ (KS) เป็นตัวแปรคั่นกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.268 และ 3) การแบ่งปันความรู้ (KS) ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) สู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.496 ดังนั้นจากผลการวิจัยข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้เป็นปัจจัยสาเหตุที่มีผลกระทบทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยเข้ามาเปลี่ยนแปลงในการขยายเส้นทางความสัมพันธ์ดังกล่าว เมื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างการแบ่งปันความรู้ที่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($\beta=0.496$, $t=4.047$)

การวิเคราะห์อิทธิพลกำกับอย่างมีเงื่อนไข (Conditional Effect) จะเป็นการศึกษาอิทธิพลของตัวแปรกำกับที่เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับตัวแปรสาเหตุ เพื่อสร้างผลกระทบต่อตัวแปรผลลัพธ์ ซึ่งการวิเคราะห์จะกระทำทั้งในภาพรวมและกระทำกับค่าเฉพาะของตัวแปรกำกับ (สูง ปานกลาง ต่ำ) ที่เรียกว่า การวิเคราะห์อิทธิพลกำกับอย่างมีเงื่อนไข (Conditional Effect) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของตัวแปรกำกับต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงให้เห็นว่า เมื่อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในระดับของความสัมพันธ์ร่วมที่ส่งกับการแบ่งปันความรู้ก็จะสูงด้วยเช่นกันจะมีแนวโน้มทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงได้ ซึ่งปรากฏให้เห็นได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 อิทธิพลของตัวแปรกำกับต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ในระดับต่ำ ปานกลาง และสูงที่เชื่อมโยงการแบ่งปันความรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

การวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) ผ่านตัวแปรคั่นกลางของการแบ่งปันความรู้ (KS) ตามผลการกำกับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) ซึ่งผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมแบบมีเงื่อนไขที่มีการแบ่งปันความรู้ (KS) เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ (LC) กับผลการดำเนินงานทางการเงิน (FP) โดยมีตัวแปรกำกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ (PD) ซึ่งปรากฏได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 อิทธิพลการแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์

PD	Effect	Boot SE	Boot LLCI	Boot ULCI
3.743	0.315	0.096	0.102	0.500
4.355	0.332	0.084	0.150	0.527
4.966	0.350	0.107	0.159	0.542

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลทางอ้อมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินผ่านตัวแปรคั่นกลางของการแบ่งปันความรู้ในทุกะดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต่ำ ปานกลาง และสูง (3.743, 4.355 และ 4.966 ตามลำดับ) และเมื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ที่มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน (0.315, 0.332 และ 0.350 ตามลำดับ) กล่าวคือ เมื่อวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยได้มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายมากขึ้นก็ย่อมทำให้อิทธิพลทางอ้อมที่ผ่านการแบ่งปันความรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินมีค่าเพิ่มขึ้นตามลำดับ และเมื่อมีการออกแบบผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับต่ำ ปานกลาง และสูงจะมีค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.315, 0.332 และ 0.350 ตามลำดับ

ซึ่งจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 (H1) วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.223** หมายความว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 2 (H2) การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Path Coefficient) เท่ากับ 0.496*** หมายความว่า การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 3 (H3) การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลเชิงประจักษ์สนับสนุนสมมติฐานการวิจัย ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 โดยมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตล่าง (Boot LLCI) มีค่าเท่ากับ 0.102, 0.150 และ 0.159 และมีค่าผลคูณของสัมประสิทธิ์ขอบเขตบน (Boot ULCI) มีค่าเท่ากับ 0.500, 0.527 และ 0.542 หมายความว่า การแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การวิจัยครั้งนี้ได้มุ่งศึกษาอิทธิพลของการแบ่งปันความรู้ที่เป็นปัจจัยเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้สู่ผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ด้วยการกำกับเส้นทางของการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า 1) วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน 2) วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้มีอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน โดยมีการแบ่งปันความรู้เป็นตัวแปรคั่นกลาง และ 3) เมื่ออิทธิพลทางอ้อมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินผ่านตัวแปรคั่นกลางของการแบ่งปันความรู้ในทุกระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเพิ่มสูงขึ้นตามระดับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ต่ำ ปานกลาง และสูง และเมื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์เข้ามามีปฏิสัมพันธ์ที่มีค่าสูงขึ้นก็จะส่งผลให้ผลการดำเนินงานทางการเงินเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยสนับสนุนสมมติฐานการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยได้มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดความหลากหลายมากขึ้นก็ย่อมทำให้อิทธิพลทางอ้อมของวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงิน โดยมีการแบ่งปันความรู้เป็นตัวแปรคั่นกลางก็จะทำให้อิทธิพลของผลการดำเนินงานทางการเงินมีค่าเพิ่มขึ้นตามลำดับ

ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mehraban, Hoseinzadeh & Esmaili (2013) ที่พบว่า วัฒนธรรมองค์แห่งการเรียนรู้เป็นปัจจัยหลักขององค์การที่มุ่งเน้นสร้างการเรียนรู้ภายในองค์การที่นำไปสู่การพัฒนาศักยภาพให้เกิดผลการดำเนินงานทางการเงินที่เพิ่มสูงขึ้น (Girdauskiene, 2013) โดยการแบ่งปันความรู้ที่เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ที่มีการถ่ายทอดความรู้ตามขั้นตอนก็จะสร้างผลการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพต่อองค์การทั้งในระยะสั้นและระยะยาวสืบไป อีกทั้งการศึกษาวิจัยของ Kucharska (2017) ก็พบว่า วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ที่มีส่วนร่วมจะมีความสัมพันธ์รวมกันกับการแบ่งปันความรู้ในทิศทางบวกและทำให้ผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงขึ้น โดยวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้จะเป็นปัจจัยนิยามที่อาศัยปัจจัยของการแบ่งปันความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลมาใช้ให้เกิดการทำงานที่สร้างผลการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งกับองค์กรและทีมได้ ตลอดจนเมื่อองค์การเกิดวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ที่ดีและเกิดความคิดเชิงสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่าทางผลิตภัณฑ์ที่

สูงขึ้นทั้งในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัย และมีความหลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ก็จะทำให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มมากขึ้น และสามารถนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่สูงขึ้นได้อย่างต่อเนื่องเช่นกัน (Rezaee & Amirianzadeh, 2017)

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 วิสาหกิจชุมชนควรมีการสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ให้ทุกคนภายในท้องถิ่นได้เรียนรู้ขั้นตอนการทอผ้าไหมในทุกขั้นตอน พร้อมก็นำภูมิปัญญาที่ได้รับการสืบทอดมาผสมผสานกับทักษะประสบการณ์และความชำนาญมาสร้างให้เกิดคุณค่าและความหลากหลายที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ก็จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานทางการเงินให้แก่วิสาหกิจเพิ่มสูงขึ้น

1.2 วิสาหกิจชุมชนควรมีกระบวนการแบ่งปันความรู้ที่เกิดจากการสะสมประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญ และการสืบทอดจากบรรพบุรุษให้เหมาะสม เพื่อให้บุคคลรุ่นหลัง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และบุคคลที่ให้ความสนใจเข้ามาศึกษาและสามารถนำความรู้ไปใช้ในการสร้างให้เกิดผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพแก่วิสาหกิจต่อไป

1.3 วิสาหกิจชุมชนควรมีการพัฒนากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตลอดเวลา ทั้งวิธีการฟอกเส้นไหม การย้อมสีเส้นไหมและการทอผ้าไหม เพื่อให้เกิดลวดลายของผ้าไหมที่มีสีสันและลวดลายที่มีความร่วมสมัยและได้ตรงตามมาตรฐานความต้องการของลูกค้าในยุคปัจจุบัน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของตัวแปรกำกับการออกแบบผลิตภัณฑ์และการเชื่อมโยงของตัวแปรคั่นกลางการแบ่งปันความที่ช่วยให้วัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ไปสู่ผลการดำเนินงานมีค่าเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์ใหม่ด้วยการนำปัจจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์มาเป็นตัวแปรแฝงคั่นกลางแบบอนุกรม เพื่อหาความชัดเจนของตัวแปรที่จะทำให้ผลการดำเนินงานทางการเงินมีค่าเพิ่มสูงขึ้น

2.2 การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณที่มุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลกำกับของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทย ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งศึกษาในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกในแต่ละด้านของตัวแปรที่จะสามารถสร้างผลการดำเนินงานทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันตกของไทยให้มีค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกกร บุญมาเกิด, ธีณนันท์ บุญอยู่ และมนตรี พิริยะกุล. (2562). อิทธิพลตัวแปรคั่นกลางพหุของการสร้างสรรค์ในงานในฐานะปัจจัยที่เชื่อมโยงอิทธิพลของวัฒนธรรมองค์การสู่ผลการปฏิบัติงานพนักงานอุตสาหกรรมผ้าไหมไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารสมาคมวิจัย*. 24(2), 100-110.
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). เส้นทางสายไหมภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารกรมพัฒนาธุรกิจการค้า*. 10(56), 14-19.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). รายงานสรุปประเทภกิจการวิสาหกิจ/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามพื้นที่. สืบค้น 1 สิงหาคม 2564, จาก http://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17.
- มนตรี พิริยะกุล. (2556). การกำหนดขนาดตัวอย่างสำหรับการวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. (2557). 72 ปี อก. สร้างอัตลักษณ์นวัตกรรมไหมไทยสู่ไหมแคชเมียร์. *OIE SHARE*. 3(31), 3-6.
- Best, J. W. (1981). *Research in education*. (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Denzin, N. (1970). *Sociological methods: A source book*. Chicago: Aldine.
- Fornell, C., & Larcker, D. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*. 18(1), 39-50.
- Girdauskiene, L. (2013). The key factors for creativity implementation and knowledge creation in an organization: The structural approach. *Economics and Management*. 18(1), 176-182.
- Kucharska, W. (2017). Relationship between trust and collaborative culture in the context of tacit knowledge sharing. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*. 13(4), 61-78.
- Likert, R. A. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. 140, 5-53.
- Marsh, H. W., Hau, K. T., Balla, J. R., & Grayson, D. (1998). Is more ever to much? The number of indicators per factor in confirmatory factor analysis. *Multivariate Behavioral Research*. 33, 181-220.
- Mehraban, M., Hoseinzadeh, D., & Esmaili, S. (2013). Studying the effect of organizational culture on creativity: Mediating role of knowledge

management. *Applied mathematics in Engineering, Management and Technology*. 1(4), 269-277.

Rezaee, G., & Amiranzadeh, M. (2017). Mediating role of knowledge management in the relationship of organizational culture with tejarat bank employees' creativity in Shiraz branches. *International Journal of Scientific Study*. 5(4), 11-18.

Soori, Z., & Ferasat, H. (2016). The relationship between creativity and job performance khorramabad municipal departments. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*. 6(3S), 192-198.