

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงาน ทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ : 28 เมษายน 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ : 18 มิถุนายน 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 26 มิถุนายน 2563

ดร.รุสลิ นุห์

ดร.ธวัช นัยพอม

อริศ หัสมา

อาจารย์ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการจัดการในอิสลาม
คณะวิทยาการอิสลาม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส จำนวนทั้งสิ้น 394 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งช่วงชั้น (Stratified Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM)

ผลการวิจัยพบว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df = 2.258$, $TLI = 0.947$, $CFI = 0.955$, $RMSEA = 0.057$) โดยปัจจัยสมรรถนะด้านการตลาดและสมรรถนะด้านการปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับปัจจัยสมรรถนะด้านการบริหารจัดการและสมรรถนะด้านการเงินไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษานี้เป็นประโยชน์ในการสนับสนุนทฤษฎีฐานทรัพยากร ค้นพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฮาลาลที่มีสมรรถนะด้านการตลาดและสมรรถนะด้านการปฏิบัติการจะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เช่น กำไร ยอดขาย ทรัพย์สินและการจ้างงานอยู่ในระดับที่ดีขึ้น นอกจากนี้ผลการศึกษาครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติต่อวิสาหกิจชุมชน โดยวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับทักษะด้านการตลาด การวางโครงสร้างขององค์กรให้ชัดเจน และมีแผนงานที่ชัดเจน ในขณะเดียวกันรัฐบาลและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนทางการเงินที่เอื้อสำหรับวิสาหกิจชุมชนในการเงินทุนแหล่งเงินทุนที่ง่ายขึ้น เพื่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้มีความยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ สมรรถนะด้านการตลาด สมรรถนะด้านการเงิน สมรรถนะด้านการปฏิบัติการ
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

Causal Factors Affecting Business Performance of Halal Community Enterprise: The Case Study of 3 Provinces of Southern Border

Received: April 28, 2020

Revised: June 18, 2020

Accepted: June 26, 2020

Dr. Ruslee Nuh

Dr. Tawat Noipom

Aris Hasama

Lecturer of Islamic Economics and Management,
Faculty of Islamic Sciences, Prince of Songkla University, Pattani Campus

ABSTRACT

The purpose of this study attempts to analyse the factors affecting business performance of halal community enterprises in 3 provinces of Southern border in Thailand. Questionnaires were used as research instrument to collect the data from a sample of 394 community entrepreneurs in 3 provinces of Southern border namely Pattani, Yala and Narathiwat, using probability random sampling and stratified random sampling. Data were analysed using structural equation modelling technique (SEM).

The results revealed that the model was well fitted to the empirical data ($\chi^2/df = 2.258$, TLI = 0.947, CFI = 0.955, RMSEA = 0.057). Marketing competence and operational competence were positive significant effect on business performance of halal community enterprises. While, management competence and financial competence were not significant effect on business performance of halal community enterprises in 3 provinces of Southern border of Thailand. Based on the findings, this study can support and give the theoretical contribution to resource based view theory by proving that marketing and operational competences are able to enhance the business performance of halal community enterprises in terms of increasing the profit, sales, assets and employments. Therefore, this study recommended to halal community enterprises in 3 provinces of Southern border of Thailand should focus more on marketing skills, well organizational structure, and well-developed strategic plan. At the same time, the government and other relevant stakeholders should promote easily method in accessing the financial supports in order to develop halal community enterprises in 3 provinces of Southern border of Thailand.

Keywords: Management Competence, Marketing Competence, Financial Competence, Operational Competence, Business Performance

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นเป็นกลไกหนึ่งที่จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยการนำความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น นำมาผลิตสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน และยังส่งผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ รวมถึงส่งผลเชื่อมโยงต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับประเทศอีกด้วย จากการรายงานจำนวนสถิติของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการอนุมัติให้จดทะเบียนพบว่า จำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับอนุมัติให้จดทะเบียนในปี พ.ศ. 2563 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 1.1 ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 (ข้อมูลวันที่ 31 มีนาคม 2563) มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่ลงทะเบียนทั้งสิ้น 87,753 แห่ง และมีจำนวนสมาชิก 1,474,051 ราย ซึ่งเมื่อจำแนกตามกิจการแล้วส่วนใหญ่เป็นกิจการการผลิตสินค้า ได้แก่ การผลิตพืช (ร้อยละ 27.7) การผลิตปศุสัตว์ (ร้อยละ 22.1) การแปรรูปและผลิตอาหาร (ร้อยละ 11.2) ส่วนกิจกรรมการให้บริการที่จดทะเบียนมากที่สุด ได้แก่ ออมทรัพย์ชุมชน (ร้อยละ 26.6) ร้านค้าชุมชน (ร้อยละ 12.6) และท่องเที่ยว (ร้อยละ 8.8) ตามลำดับ (Community Enterprise Promotion Division, 2020) สำหรับในช่วง 13 ปีที่ผ่านมา วิสาหกิจชุมชนและธุรกิจสตาร์ทอัพในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ประกอบการมุสลิมในพื้นที่ในการสร้างงาน สร้างรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ดีขึ้น ปัจจุบันกลุ่มผู้ประกอบการใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เริ่มเรียนรู้ที่จะเปลี่ยนแปลงธุรกิจแบบเดิมและเข้าสู่การพัฒนาตนเองเป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพอย่างจริงจัง เนื่องจากสามจังหวัดชายแดนใต้เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ศักยภาพด้านกายภาพ กล่าวคือ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีพรมแดนที่ติดกับประเทศมาเลเซีย ซึ่งสามารถทำกิจกรรมทางการค้า การท่องเที่ยว ได้ง่ายขึ้น (2) คนในพื้นที่ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาษาไทย อังกฤษ และภาษามลายู ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการสื่อสารในการทำธุรกิจและขยายธุรกิจกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซียได้คล่องขึ้น (3) สามจังหวัดมีกลุ่มนักธุรกิจรุ่นใหม่ ซึ่งรวมตัวอย่างเหนียวแน่น และคอยช่วยเหลือส่งเสริมซึ่งกันและกันด้านธุรกิจ (4) พื้นที่มีสถานศึกษาที่โดดเด่นด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม และธุรกิจ เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ และมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เพื่อถ่ายทอดความรู้และพัฒนาอบรมผู้ประกอบการในพื้นที่ได้ และ (5) ในพื้นที่มีหน่วยงานที่เข้มแข็งจากภาครัฐ เช่น ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือ ศอ.บต. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานจากสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ หรือ NIA ที่คอยผลักดันและส่งเสริมผู้ประกอบการทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นต้น (Chairat, 2019) จากศักยภาพของพื้นที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้กล่าวมานั้นสามารถพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่และเป็นศูนย์กลางของสตาร์ทอัพได้ อันจะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับประเทศชาติได้

อย่างไรก็ตาม จากการรวบรวมผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน ณ สิ้นไตรมาสที่ 4 ระหว่างปี พ.ศ. 2553–2562 ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่ยังคงมีผลการประเมินอยู่ในระดับปานกลางอย่างต่อเนื่องประมาณร้อยละ 46–52 ในขณะที่สิ้นไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2563 ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนก็ยังคงอยู่ในระดับปานกลางประมาณร้อยละ 53.38 สำหรับวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาสนั้น ส่วนใหญ่เป็นมุสลิมและดำเนินธุรกิจฮาลาล (ไม่ขัดกับศาสนาอิสลาม) ผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน โดยศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจังหวัดปัตตานีมีผลการประเมินระดับปานกลาง ร้อยละ 54.89 รองลงมาจังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 42.86 และจังหวัดยะลา ร้อยละ 37.68 ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วตัวเลขสถิติการรายงานผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ยังพบว่า วิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนใต้ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต้องปรับปรุงมากกว่าจังหวัดอื่น ๆ ของภาคใต้ โดยวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลามีผลการประเมินศักยภาพระดับที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด ร้อยละ 32.39 รองลงมาคือจังหวัดปัตตานี ร้อยละ 22.08 และ จังหวัดนราธิวาส ร้อยละ 18.59 ตามลำดับ

(Department of Agricultural Extension, Community Enterprise Promotion Division, 2020) ซึ่งรายละเอียดของผลการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในตลาดในจังหวัดชายแดนใต้ แสดงในตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1: สรุปรายงานผลการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนตามพื้นที่จังหวัดภาคใต้

จังหวัด	ระดับดี		ระดับปานกลาง		ระดับต้องปรับปรุง		รวม
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ยะลา	85	29.93	107	37.68	92	32.39	284
ปัตตานี	146	23.03	348	54.89	140	22.08	634
นราธิวาส	170	38.55	189	42.86	82	18.59	441
สงขลา	282	45.26	263	42.22	78	12.52	623
พัทลุง	222	67.07	89	26.89	20	6.04	331
สตูล	219	71.34	71	23.13	17	5.54	307

ที่มา : Department of Agricultural Extension, Community Enterprise Promotion Division (2020) Overview Report of Community Enterprise Potential Assessment. Retrieved from http://www.sceb.doe.go.th/Documents/SSV/Evaluation%20CE/EvaluationCE_2563_2.pdf

จากรายงานการประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนดังกล่าวพบว่า วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งยังคงมีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานหลายประการ วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มักเผชิญกับปัญหา ได้แก่ (1) ปัญหาด้านการตลาด เนื่องจากไม่สามารถขยายตลาดได้ และมีการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่ (2) ปัญหาด้านการเงินและบัญชี เช่น ขาดเงินลงทุน ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน ไม่มีระบบบัญชีที่ดี และขาดเงินสดกระแสมุนเวียน (3) ปัญหาการบริหารจัดการ เช่น ขาดความเชื่อถือในผู้นำกลุ่ม ความไม่พร้อมเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม ขาดการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เป็นต้น (Community Agriculture Enterprise Development Group, 2011; Promsamakhom, Nakhon & Sangkharat, 2013) จากอุปสรรคและปัญหาดังกล่าวจึงมีนักวิจัยบางท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ Juma (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการมุสลิมขนาดกลางและขนาดย่อมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า มุมมองอิสลาม ความสามารถทางด้านการตลาด การพัฒนาสินค้า และ กลยุทธ์การแข่งขัน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ นอกจากนี้แล้วจากการศึกษาของ Sripongwan, Promweang, Maneenil, & Kapengdee (2016) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านทหารกองทัพบกที่ 4 กองทัพบกไทยในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทหารมีการแบ่งหน้าที่ในการทำงาน และการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือว่า เป็นจุดแข็งของวิสาหกิจชุมชนที่มีผลต่อการดำเนินงาน แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านทหารในจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังขาดความสามารถทางด้านการตลาด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และการหาช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น

จากบริบทที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนของไทยส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยดีมากนัก และจากการศึกษาในอดีตของนักวิจัย เช่น Juma (2018) และ Sripongwan, Promweang, Maneenil, & Kapengdee (2016) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เฉพาะปัจจัยความสามารถด้านการตลาดและความสามารถในการแข่งขันแต่ยังขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับความสามารถด้านการบริหารจัดการและความสามารถในการเงิน ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงได้เพิ่มเติมนำการศึกษาที่ผ่านมา โดยการศึกษาปัจจัยด้านสมรรถนะการบริหารจัดการ สมรรถนะด้านการตลาด สมรรถนะด้านการเงินและสมรรถนะด้านการปฏิบัติการที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จึงกลายเป็นที่มาของการศึกษาวิจัย เพื่อศึกษาหาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวจะเป็นประโยชน์กับวิสาหกิจชุมชนฮาลาล ภาครัฐ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางและกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมทางด้านธุรกิจให้กับวิสาหกิจชุมชนฮาลาลต่อไป

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource Based View Theory)

ทฤษฎีฐานทรัพยากร นำเสนองานตีพิมพ์ใน Journal of Management เมื่อปี พ.ศ. 2534 โดย Jay Barney เป็นนักวิชาการท่านแรกที่ศึกษาแนวคิดดังกล่าว ทั้งนี้ผลงานดังกล่าว ได้นำเสนอคุณลักษณะของทรัพยากรที่สำคัญ 4 ประการ ที่จะก่อให้เกิดการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนให้กับองค์กร ได้แก่ ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรนั้นต้องมีคุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่หาได้ยาก (Rarity) มีความยากลำบากต่อการลอกเลียนแบบจากคู่แข่ง (Imitability) และไม่สามารถหาทดแทนได้จากที่อื่นหรือภายนอกองค์กร (Non-Substitutable) (Barney, 1991) แนวคิดฐานทรัพยากร (Resource-Based View) ต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการ คือ ทรัพยากร (Resource) และความสามารถ (Capabilities) ซึ่งองค์ประกอบทั้งสองจะก่อให้เกิดรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน ทรัพยากรและความสามารถ มีบทบาทที่สำคัญในการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน (Grant, 1996; Eisenhardt and Martin, 2000) การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กรในยุคโลกาภิวัตน์ ทำให้องค์กรไม่สามารถหยุดอยู่กับที่ได้ เพราะหากไม่มีการพัฒนาผลการดำเนินงานขององค์กร องค์กรนั้นจะไม่สามารถต่อสู้กับคู่แข่ง และไม่สามารถอยู่รอดได้ (Barney, 2001) จากสภาพการแข่งขันดังกล่าวทำให้องค์กรต่าง ๆ ให้ความสนใจกับสิ่งที่ตนเองมีอยู่แล้วนั่นก็คือ ทรัพยากร (Resources) ขององค์กร ซึ่งมีทั้งทรัพยากรที่มีตัวตน และทรัพยากรไม่มีตัวตน การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนสำหรับการดำเนินธุรกิจในปัจจุบัน ถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญกับธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันองค์กรจะต้องจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในแง่ของประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตลอดจนดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้ การได้เปรียบของการแข่งขันจะประสบความสำเร็จได้นั้น บริษัทต้องใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ทำให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ส่วนผสมทางทรัพยากรของบริษัทสกัดกันความสามารถของคู่แข่ง ไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบได้

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้องค์ประกอบด้านความสามารถ (Capabilities) ของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากความอยู่รอดขององค์กร โดยทั่วไปแล้วจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการกับธุรกิจ โดยใช้ทักษะการทำงานต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ (Chrisman, Bauerschmidt, & Hofer, 1998) ดังนั้นงานวิจัยนี้ได้นำทฤษฎีฐานทรัพยากรในการกำหนดกรอบแนวคิดทางการวิจัย ซึ่งปรับปรุงมาจากกรอบแนวคิดของ Tantasuntisakul (2015) เพื่อพิสูจน์ว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่วิสาหกิจชุมชนมีอยู่นั้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบด้านความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ สมรรถนะในการบริหารจัดการ

สมรรถนะด้านการตลาด สมรรถนะด้านการเงิน และสมรรถนะด้านการปฏิบัติการ จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้วิสาหกิจชุมชน มีผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในดำเนินงานทางธุรกิจ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

ปัจจุบันองค์กรต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจและความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินงานของ องค์กรอย่างแพร่หลาย การวัดผลการดำเนินงานเป็นกระบวนการหนึ่งในการประเมินผลงานและความก้าวหน้าขององค์กร เพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมายที่วางไว้ จากการศึกษาเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีผู้ให้ความหมายของผลการดำเนินงาน เช่น Prukpitikun (2003) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ผลการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่สามารถสร้างออกมาได้ เมื่อเปรียบเทียบกับจุดมุ่งหมาย ในขณะเดียวกัน Rekarti and Doktoralina (2017) ได้ให้ความหมายของผลการดำเนินงานทางธุรกิจว่า ผลการดำเนินงานทางธุรกิจคือการวัดความสามารถขององค์กรในการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทางธุรกิจ เช่น ลูกค้า คู่แข่ง และปัจจัยอื่น ๆ ที่สามารถเปลี่ยนแปลงผลการดำเนินงานทางธุรกิจได้ ซึ่ง Halim et al., (2011) ได้ยืนยันว่า ถ้าองค์กรมีการจัดการที่ดี มีกลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่ง และมีการวางแผนด้านการเงินที่มีประสิทธิภาพย่อม ทำให้ผลการดำเนินงานทางธุรกิจมีประสิทธิภาพเช่นกัน Aragón-Sánchez และ Sanchez-Marin (2005) ได้อ้างว่า การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนนั้นสามารถจำแนกออกมา 3 มุมมองด้วยกัน ได้แก่ มุมมองทางด้านกำไร ด้านผลผลิต และด้านตลาด สำหรับการวัดผลการดำเนินงานทางธุรกิจด้านกำไรนั้นวัดจากความสำเร็จทางด้านการเงิน ที่องค์กรได้กำหนดไว้ ส่วนผลผลิตนั้นขึ้นอยู่กับ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าและการจ้างงานที่มีประสิทธิภาพ และมุมมองด้านตลาดขึ้นอยู่กับความสำเร็จด้านยอดขาย การวางตำแหน่งทางการตลาดและส่วนแบ่งการตลาด ดังนั้น ในการศึกษานี้ นักวิจัยได้กำหนดผลการดำเนินงานทางธุรกิจในด้านกำไร ยอดขาย สินทรัพย์และการจ้างงาน ซึ่งเป็น ตัวชี้วัดสำหรับการประเมินผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

สมรรถนะการบริหารจัดการ คือ หนึ่งในความสามารถที่สำคัญที่ผู้ประกอบการแต่ละองค์กรพึงมี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในการกำหนดเป้าหมาย การวางแผน การจัดการและการจูงใจ การประสานงาน การจัดสรรทรัพยากร และความเป็นผู้นำ (Colombo & Grilli, 2005) นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาหรือปรับปรุงความสามารถในการบริหารจัดการ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (Albanese, 1989) การศึกษาพบว่า ความสามารถในการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัท การปรับปรุงสมรรถนะการจัดการ สามารถเพิ่มความน่าจะเป็นของความสามารถในการบริหารจัดการของ SMEs ซึ่งจะนำไปสู่การอยู่รอดในระยะยาวและ ความสำเร็จของ SMEs (Ottewill Jennings, & Magirr, 2000) นอกจากนี้แล้ว สมรรถนะการจัดการยังรวมถึง ความสามารถในการควบคุมภายใน การจัดการด้านโครงสร้างองค์กร การวางแผน การจัดการด้านการอบรม และคุณลักษณะส่วนบุคคล จากการศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะด้านการบริหารจัดการของ Mawuto (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับสมรรถนะด้านการจัดการ และความยั่งยืนทางด้านการธุรกิจของ SMEs ในประเทศกานา โดยใช้วิธีการ Multi Logistic Regression Analysis ผลการวิจัย พบว่า สมรรถนะด้านการจัดการ ประกอบไปด้วย การควบคุมภายใน การจัดการด้านโครงสร้างองค์กร การวางแผน การจัดการด้านการอบรม และคุณลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความยั่งยืนของธุรกิจ SMEs ในประเทศกานา ซึ่งทำให้ระดับกำไรและการเติบโตของผลผลิตมีระดับเพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันได้มีนักวิจัยหลายท่านได้นิยามสมรรถนะด้านการจัดการ โดยใช้กลยุทธ์การจัดการเพื่อตรวจสอบว่า กลยุทธ์การจัดการมีผลต่อผลการดำเนินงานของ SMEs อย่างไรบ้าง ตัวอย่างเช่น Agwu (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการวิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการเชิงกลยุทธ์ต่อผลการประกอบการของ

SMEs ในประเทศไนจีเรีย โดยอากูได้กล่าวว่า กลยุทธ์การจัดการประกอบไปด้วย กลยุทธ์ด้านธุรกิจ โครงสร้างองค์กร และกลยุทธ์การได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งผลวิจัยพบว่า กลยุทธ์ด้านการแข่งขัน และด้านโครงสร้างองค์กรมีอิทธิพลสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานของ SMEs ซึ่งสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้า และขยายส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น และยังมียกย่องอีกหลายรายที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการและผลการดำเนินงานทางธุรกิจของ SMEs และผลการศึกษาล่าสุดพบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของ SMEs (Ali & Qun, 2019; Forth & Bryson, 2019; Omsa, Ridwan & Jayadi, 2017; Otieno, Namusonge & Mugambi, 2017) จากการอภิปรายข้างต้นสมรรถนะการบริหารจัดการดูเหมือนจะเป็นหนึ่งในความสามารถที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการและสิ่งนี้จำเป็นต้องมีการศึกษาต่อไป ดังนั้นผู้วิจัยได้กำหนดข้อสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

H1: สมรรถนะด้านการบริหารจัดการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการตลาดและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

สมรรถนะด้านการตลาดเป็นหนึ่งในความรู้ที่สำคัญสำหรับผู้ประกอบการในการที่จะประสบความสำเร็จ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจ โดยจากการวิเคราะห์ SWOT และกิจกรรมทางการตลาดที่วางแผนจะดำเนินการ (Kargwell, 2012) สมรรถนะด้านการตลาดประกอบด้วยความสามารถและกระบวนการต่าง ๆ ที่ออกแบบมาเพื่อใช้ความรู้ส่วนรวม ทักษะและทรัพยากรของบริษัท ที่จะให้บริการความต้องการของตลาดผ่านการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม การตลาดสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้นและสามารถใช้ทำนายการกระทำของคู่แข่ง (Srivastava, Fahey, & Christensen, 2001) จากการศึกษาวิจัยของ Daniel (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของกลยุทธ์ทางการตลาดต่อผลประกอบการขององค์กร ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดประกอบด้วยกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์ด้านสถานที่ มีอิทธิพลต่อระดับยอดขาย ลูกค้า การผลการดำเนินงานขององค์กรในระดับที่ดีขึ้น และการศึกษาของ Al Asheq & Hossain (2019) ได้พิสูจน์ว่า การมุ่งสู่ตลาด การมุ่งสู่ลูกค้า และการมุ่งสู่ตราสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการประกอบการของ SMEs นอกจากนี้แล้วนักวิจัยหลายท่านได้เน้นเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketing) โดย Adede, Kibera & Owino (2017) ได้ยืนยันว่า กลยุทธ์การตลาดแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketing) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการประกอบการทางธุรกิจ ซึ่งเขาได้อธิบายเพิ่มเติมว่า องค์กรใดที่ใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดแบบ e-Marketing จะทำให้ผลการประกอบการด้านธุรกิจขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการในช่วงต้นนั้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดข้อสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

H2: สมรรถนะด้านการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการเงินและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

สมรรถนะด้านการเงินถือเป็นส่วนหนึ่งของความสามารถในการแข่งขันของบริษัท (Man, Lau, & Chan, 2002) ความสามารถในการจัดการการเงินเป็นเป้าหมายอันดับแรก ซึ่งทุกธุรกิจมีความต้องการทางการเงิน เพื่อนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการวัดผลสำเร็จหรือใช้วัดผลการดำเนินงานของธุรกิจ (Huselid, 1995) ในการศึกษาวิจัยนี้สมรรถนะด้านการเงินหมายถึงความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุนภายนอกมีความสำคัญต่อการเริ่มต้นและขยายธุรกิจ (Falcetti, Sanfey, & Taci, 2003) การระดมทุนจากสถาบันการเงินถือเป็นเรื่องเร่งด่วนที่สุดในหมู่ผู้ประกอบการไทย

(Rose et al., 2006 : Paulson & Townsend, 2004, Phagaphasvivat, 2003) แนวโน้มการให้สินเชื่อของธนาคารส่วนใหญ่จะให้กับบริษัทขนาดใหญ่ที่มีความสามารถชำระและหลักประกัน (Krasniqi, 2010) จากการศึกษาของ Paulson and Townsend (2004) พบว่า ข้อจำกัดทางการเงินส่งผลต่อการเป็นผู้ประกอบการในประเทศไทยเป็นอย่างมาก พื้นที่ชนบทและกิ่งเมืองของประเทศไทยมักมีสถาบันแบบกึ่งทางการ ซึ่งให้บริการทางการเงิน เพื่อแก้ไขปัญหาทางการเงินของผู้ประกอบการ แต่ผู้ประกอบการบางรายในพื้นที่ชอบที่จะยืมเงินจากญาติและเพื่อนบ้านมากกว่าการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงิน จากการรายงานของ ABD (2014) พบว่า อุปสรรคทางการเงินทำให้ SMEs ไทยไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้เพราะขาดเงินทุนสำหรับการลงทุนและความสามารถในการจ่ายหนี้ของ SMEs อยู่ในระดับต่ำ จึงทำให้ SMEs ต้องเผชิญกับความยากลำบากในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในประเทศ จากสถานการณ์ดังกล่าวเป็นการแสดงถึงข้อจำกัดหลักของผู้ประกอบการไทย ความสามารถทางการเงินถือเป็นประเด็นที่สำคัญที่จะต้องศึกษาต่อไป และจากบททบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบทบาทสำคัญของการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของ SMEs ซึ่งมีนักวิจัยหลายท่านได้ศึกษาเกี่ยวกับการเข้าถึงแหล่งเงินทุน อาทิเช่น Kamunge, Njeru & Tirimba (2014) ได้ศึกษาอิทธิพลของการเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของ SMEs ในเมืองเกียมบู ประเทศเคนยา ผลการวิจัยพบว่า การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเป็นปัจจัยสำคัญด้านสังคมและเศรษฐกิจที่ส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานทางธุรกิจของ SMEs ในเมืองเกียมบู ประเทศเคนยา มีระดับกำไร สินค้าคงคลัง และระดับการจ้างงานที่ดีขึ้น ในขณะเดียวกัน Eton, Mwosi, Mutesigensi & Ebong (2017) ได้อ้างว่า การขยายสินเชื่อผู้ประกอบการสำหรับ SMEs ส่งผลทำให้ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินได้มากขึ้น ส่งผลทำให้ระดับความหลากหลายและระดับการผลิตของ SMEs มีระดับที่เพิ่มขึ้น จากรายงานการวิจัยข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่า การเข้าถึงแหล่งเงินทุนนั้นมีบทบาทสำคัญต่อผู้ประกอบการ SMEs ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการเงินและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ดังนี้

H3: สมรรถนะด้านการเงินมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการปฏิบัติการและผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

สมรรถนะด้านการปฏิบัติการประกอบด้วยมิติที่สำคัญหลายอย่าง เช่น ความสามารถในการผลิต เทคโนโลยี นวัตกรรม มาตรฐานคุณภาพ กระบวนการวิศวกรรมใหม่ การคาดการณ์ การวางแผนความต้องการวัสดุและเงื่อนไขอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันขององค์กร (Heizer & Render, 1999) สมรรถนะด้านการปฏิบัติการเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการดำเนินงานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ (Zollo & Winter, 2002) โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะสะท้อนถึงความเป็นเลิศในการปฏิบัติงานและความสำเร็จในองค์กร (Darling, Keefe, & Ross, 2007) อย่างไรก็ตาม Man, Lau and Snape (2008) พบว่า การไม่มีความสามารถในการปฏิบัติการปฏิบัติงานจะส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรนั้นลดลง นอกจากนั้นแล้วนักวิจัยบางท่านมักจะนิยามกลยุทธ์การปฏิบัติการในบริบทของกลยุทธ์ทางการแข่งขันประกอบไปด้วย กลยุทธ์ด้านต้นทุน คุณภาพ การขนส่ง และความยืดหยุ่น เป็นต้น (Boyer & Lewis, 2002) และผลจากการศึกษาวิจัยของ Haleem, Jehangir & Baig (2017) อ้างว่า กลยุทธ์ด้านการแข่งขันที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือการจัดการต้นทุนให้ต่ำที่สุด รองลงมาคือ กลยุทธ์ด้านคุณภาพของสินค้า ตามด้วยกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่น และสุดท้ายคือกลยุทธ์การส่งสินค้าให้ตรงเวลา ซึ่งกลยุทธ์ทั้งหมดนี้ส่งผลทำให้ผลการประกอบการทางธุรกิจของ SMEs มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน Lawrence, Amuhaya, & Maurice (2018) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของกลยุทธ์การแข่งขันต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของอุตสาหกรรมน้ำตาลในประเทศเคนยา ผลการวิจัยได้ยืนยันเช่นเดียวกันว่า กลยุทธ์การแข่งขันได้แก่ กลยุทธ์ด้านต้นทุน คุณภาพ การขนส่ง และความยืดหยุ่น มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของอุตสาหกรรมน้ำตาลในประเทศเคนยา แต่อย่างไรก็ตาม มีนักวิจัยบางท่าน เช่น Eloísa, Pena & María (2015) ได้มี

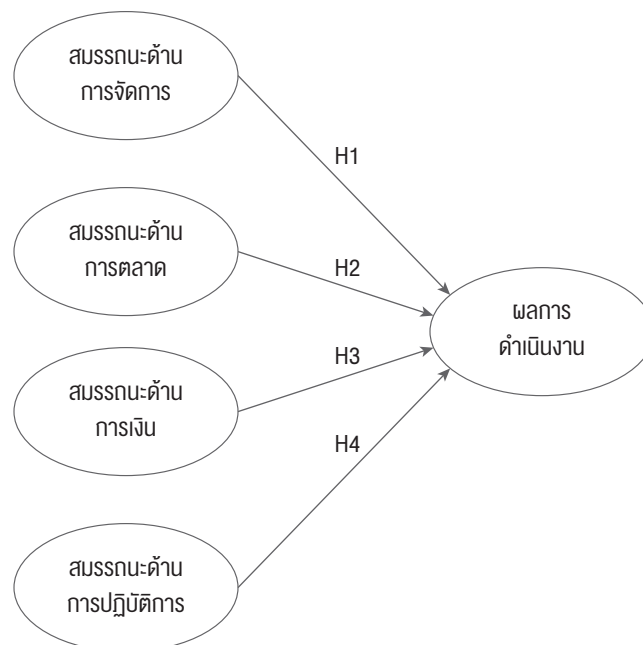
ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล

ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ข้อค้นพบทางการวิจัยแย้งกับผลการวิจัยอื่น ๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น ซึ่งนักวิจัยกลุ่มนี้ได้อ้างว่า ไม่สามารถยืนยันว่า การลงทุนเมื่อใช้กลยุทธ์การปฏิบัติการหรือกลยุทธ์การแข่งขันนั้น สามารถเพิ่มระดับประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานทางธุรกิจได้ดีกว่า เนื่องจากการศึกษาของกลุ่มไม่พบความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์การปฏิบัติการและผลการดำเนินงานทางธุรกิจด้านผลผลิตและผลตอบแทนของการลงทุน จากการการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะการปฏิบัติการและผลการดำเนินงานทางธุรกิจนั้น อิทธิพลของสมรรถนะด้านการปฏิบัติการต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจส่วนใหญ่มีผลเชิงบวก ดังนั้นการปฏิบัติการจึงเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จของผู้ประกอบการที่จะส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ผู้วิจัยจึงกำหนดข้อสมมติฐานในการวิจัย ดังนี้

H4: สมรรถนะด้านการปฏิบัติการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล

จากการทบทวนทฤษฎีฐานทรัพยากรและแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ (ได้แก่ สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ สมรรถนะด้านการตลาด สมรรถนะด้านการเงิน และสมรรถนะด้านการปฏิบัติการ) และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ SMEs นั้นสามารถนำมาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1: รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล
(ปรับปรุงจาก Tantasuntisakul (2015))

3. วิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่มีการผลิตสินค้าและบริการที่ฮาลาล (Halal Goods and Services) ซึ่งไม่ขัดกับหลักการอิสลาม โดยนักวิจัยเลือกประชากรที่เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่ขึ้นทะเบียนกับเกษตรจังหวัด รวมทั้งสิ้น 24,427 ราย ซึ่งจำนวนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฮาลาลในจังหวัดปัตตานี รวมทั้งสิ้น 9,341 ราย จังหวัดยะลารวมทั้งสิ้น 6,774 ราย และจังหวัดนราธิวาสรวมทั้งสิ้น 8,312 ราย ตามลำดับ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561) และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม นักวิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของ Yamane (1967) โดยอาศัยสูตรการคำนวณแบบทราบจำนวนประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าไม่เกิน 5% ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 394 ราย ซึ่งสอดคล้องกับคำแนะนำของนักวิจัยหลายท่าน เช่น Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) ได้แนะนำว่า จำนวนขั้นต่ำของขนาดกลุ่มตัวอย่างควรมีอย่างน้อย 200 กลุ่มตัวอย่าง ดังนั้นกลุ่มตัวอย่าง 394 ราย มีจำนวนเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการเชิงโครงสร้าง (SEM) ตามคำอ้างและเหตุผลของนักวิจัยที่ได้กล่าวมาข้างต้น และเนื่องจากงานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ดังนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Random Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบแบ่งช่วงชั้น (Stratified Sampling) ชนิดแบ่งช่วงชั้นอย่างมีสัดส่วน (Proportional Stratified Sampling) โดยในแต่ละช่วงชั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งประกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 394 ราย สามารถแบ่งช่วงชั้นตามกลุ่มจังหวัด คือ จังหวัดปัตตานี 150 ราย จังหวัดยะลา 110 ราย และจังหวัดนราธิวาส 134 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยรูปแบบของแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุของกิจการ เงินลงทุนของกิจการ การถึงแหล่งเงินทุน และการมีวิสัยทัศน์ขององค์กร ตอนที่ 2 ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล โดยตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้ปรับปรุงมาจากการศึกษาของ Tantasuntisakul (2015) ซึ่งประกอบไปด้วย สมรรถนะด้านการจัดการ (Management Competence) มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ความสามารถในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ความสามารถในการจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ความสามารถในการค้นหาวิธีการปรับปรุงการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง ความรับผิดชอบในการทำงานและการมีกลยุทธ์ในการบริหารจัดการ สมรรถนะด้านการตลาด (Marketing Competence) จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ทักษะในการเจรจาต่อรองกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ เข้าใจความต้องการของตลาด มีกลยุทธ์ในการพัฒนาธุรกิจ ทำนายการกระทำของคู่แข่ง ความสามารถในการขายสินค้าแบบออนไลน์ และมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย สมรรถนะด้านการเงิน (Financial Competence) จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนทางการเงินในช่วงเริ่มต้นของการทำธุรกิจ การได้รับการสนับสนุนทางการเงินในช่วงธุรกิจเติบโต และการมีอุปสรรคในการได้รับเงินกู้ยืมจากทางธนาคาร สมรรถนะการปฏิบัติ (Operational Competence) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ การกระตุ้นให้คนอื่นทำงานร่วมกัน ความสามารถปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความสามารถในการทำให้กระบวนการทั้งหมดให้มีต้นทุนทางการเงินต่ำสุดและความสามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ตรงเวลา ส่วนตัวแปรตามคือผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (Business Performance) ปรับปรุงมาจากการศึกษาของ Collins (2007) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของกำไร ยอดขาย ทรัพย์สิน และอัตราการจ้างงาน โดยทั้งหมดใช้แบบวัดแบบมาตราส่วน

ประมาณค่าของ Likert Scale วัดระดับการดำเนินงาน 5 ระดับ กำหนดการวัดข้อมูลให้เป็นช่วงตั้งแต่ 1 ถึง 5 โดย 1 หมายถึงมีการดำเนินงานน้อยที่สุด และ 5 หมายถึงมีการดำเนินงานมากที่สุด

ก่อนนำแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถาม โดยการวัดความเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหาด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1977) พร้อมทั้งมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ได้ค่า Alpha ของ Cronbach (Cronbach Alphas' Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.71–0.91 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.7 ขึ้นไป (Nunnally, 1978) สรุปได้ว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมที่จะนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างเป้าหมาย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล นักวิจัยได้ทำการตรวจสอบและกลั่นกรองความสมบูรณ์ของข้อมูล และได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวอย่างที่ได้เก็บรวบรวมมา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง นักวิจัยได้ทำการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติ (Normality) และการตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multi-Collinearity) จากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของมาตรวัดตัวแปรแฝงในโมเดล ด้วยการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis) และการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ท้ายสุดเป็นการตรวจสอบและวิเคราะห์ความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship Model) ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมได้ และปรับปรุงแก้ไขโมเดลให้กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์มากที่สุด โดยพิจารณาจากค่าดัชนีต่าง ๆ ที่ปรากฏในผลวิเคราะห์แต่ละขั้นตอนในกระบวนการของโปรแกรมและสร้างโมเดลความสัมพันธ์ที่สอดคล้อง กลมกลืน และเข้ากันได้ดีที่สุดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่รวบรวมได้ วิเคราะห์ขนาดของอิทธิพล ทดสอบสมมติฐาน และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นต้นเหตุที่ส่งอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรตามที่อยู่ในกรอบแนวความคิดการวิจัย

4. ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและหญิงมีสัดส่วนที่ไม่แตกต่างกันนัก โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 55.3 และเพศชายร้อยละ 44.7 ซึ่งอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 40–49 ปี (ร้อยละ 35.5) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมปลาย (ร้อยละ 41.1) อายุของกิจการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1–5 ปี (ร้อยละ 44.2) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเงินลงทุนต่ำกว่า 50,000 บาท (ร้อยละ 43.9) การเข้าถึงแหล่งเงินทุนส่วนใหญ่จะใช้เงินส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 48.5) วิสัยทัศน์ของการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่ตอบว่า การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนทัศนคติให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และธุรกิจแต่ละยุคสมัย (ร้อยละ 38.8) รายละเอียด ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
- ชาย	176	44.7
- หญิง	218	55.3
รวม	394	100.0
อายุ		
- ต่ำกว่า 30 ปี	14	3.6
- 30-39 ปี	53	13.5
- 40-49 ปี	140	35.5
- 50-59 ปี	129	32.7
- 60 ปีขึ้นไป	58	14.7
รวม	394	100.0
ระดับการศึกษา		
- มัธยมศึกษาตอนต้น	121	30.7
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	162	41.1
- อนุปริญญา	44	11.2
- ปริญญาตรี	61	15.5
- ปริญญาโท	6	1.5
รวม	394	100.0
อายุของกิจการ		
- ต่ำกว่า 1 ปี	14	3.6
- 1-5 ปี	174	44.2
- 6-10 ปี	106	26.9
- 11-15 ปี	40	10.2
- 15 ปีขึ้นไป	60	15.2
รวม	394	100.0

ตารางที่ 2: ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เงินลงทุนของกิจการ		
- ต่ำกว่า 50,000 บาท	173	43.9
- 50,000–100,000 บาท	111	28.2
- 100,001–150,000 บาท	55	14.0
- 150,001–200,000 บาท	11	2.8
- 200,000 บาทขึ้นไป	44	11.2
รวม	394	100.0
การเข้าถึงแหล่งเงินทุน		
- ใช้เงินส่วนตัว	191	48.5
- ร่วมลงทุนกับญาติพี่น้อง	20	5.1
- ร่วมลงทุนกับเพื่อน	72	18.3
- กู้ยืมกับสถาบันการเงิน	20	5.1
- กู้ยืมนอกระบบ	6	1.5
- ได้รับเงินสนับสนุนจากโครงการของรัฐ	85	21.6
รวม	394	100.0
การมีวิสัยทัศน์ขององค์กร		
- การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ ต้องอาศัยการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน แน่นอน ตั้งแต่เริ่มต้น	136	34.5
- การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องปรับวิสัยทัศน์ให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ และธุรกิจแต่ละยุคสมัย	153	38.8
- การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับประสบการณ์ทางธุรกิจเป็นหลัก มีวิสัยทัศน์เป็นเพียงองค์ประกอบเท่านั้น	77	19.5
- การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จขึ้นอยู่กับทฤษฎีตัวอย่างของธุรกิจอื่น เป็นกรณีศึกษา	28	7.1
รวม	394	100.0

ผลการวิเคราะห์โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ มีรายละเอียดดังนี้

1) ผลการตรวจสอบเบื้องต้น จากการตรวจสอบการแจกแจงแบบปกติของตัวแปรในการศึกษารั้งนี้ ค่าความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -1.051 ถึง 0.156 และพิจารณาจากค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ระหว่าง -0.845 ถึง 0.891 และเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์การพิจารณาที่กำหนดไว้ว่า ข้อมูลที่มีลักษณะการแจกแจงแบบปกติคือ ค่าความเบ้ที่มีน้อยกว่า 3.0 (ค่าสัมบูรณ์) และมีค่าความโด่งน้อยกว่า 7.0 (ค่าสัมบูรณ์) (Kline, 2010) ดังนั้นการแจกแจงข้อมูลในการศึกษารั้งนี้ในภาพรวมพบว่า ค่าความเบ้และค่าความโด่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และมีลักษณะการแจกแจงข้อมูลเข้าใกล้โค้งปกติ จึงมีความเหมาะสมในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างได้ นอกจากนี้แล้ว จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระพบว่า ตัวแปรอิสระทุกคู่มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.169 ถึง 0.457 โดยภาพรวมพบว่า ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีความสัมพันธ์เชิงเส้นและไม่พบความสัมพันธ์ของคู่ตัวแปรใดมากกว่า 0.8 ดังนั้นลักษณะการแจกแจงของข้อมูลจึงไม่พบภาวะร่วมเส้นตรง (Serious Multicollinearity) (Kline, 2010)

2) การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

2.1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยสกัดองค์ประกอบขั้นต้นด้วยวิธีวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) โดยกำหนดการสกัดองค์ประกอบที่ค่า Eigen Value มากกว่า 1 และทำการคำนวณค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ของตัวแปร โดยการหมุนแกนองค์ประกอบ (Factor Rotation) วิธีแวนแมกซ์ (Varimax) และคัดตัวแปรเข้าร่วมในองค์ประกอบด้วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.50 นอกจากนี้วิเคราะห์เป็นเมทริกซ์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแต่ละคู่ ซึ่งควรจะมีค่าสหสัมพันธ์แตกต่างจากศูนย์ โดยสามารถทดสอบได้ด้วยค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติและค่าดัชนี Kaiser-Meyer-Olkin Measure Of Sampling Adequacy: KMO ที่ควรมีค่าเข้าใกล้ 1 (Hair et al., 2010) จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยใช้เกณฑ์ต่าง ๆ ที่ได้กล่าวข้างต้นนั้นพบว่า ตัวแปรมีองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กัน แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตัดตัวแปรสังเกตของตัวแปรสมรรถนะด้านการตลาดบางตัวออก ได้แก่ MK1 และ MK2 เนื่องจากได้ค่า Factor Loading ต่ำกว่าเกณฑ์รายละเอียดของค่าเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัย แสดงรายละเอียด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ค่าความเหมาะสมของข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัย

ตัวแปร	ค่า KMO	Barlet Test of Sphericity (BTOS)	d.f.	P value
สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ	0.808	505.502	10	0.000
สมรรถนะด้านการตลาด	0.796	576.215	15	0.000
สมรรถนะด้านการเงิน	0.620	576.493	3	0.000
สมรรถนะด้านการปฏิบัติการ	0.803	556.149	6	0.000
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ	0.812	860.031	6	0.000

2.2 ผลการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า โมเดลความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรประจักษ์ แต่ละตัวแปรมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ นอกจากนั้นการตรวจสอบความกลมกลืนของโมเดลมาวัดด้วย ค่าความเที่ยง (CR) และค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) ของตัวแปรแฝงทุกตัวพบว่า มีค่าความเที่ยงเกินกว่า 0.70 ทุกตัว ส่วนค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้มีค่าเกินกว่า 0.50 ทุกตัว ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (Hair et al., 2010) แสดงว่า โมเดลการวัดตัวแปรแฝงผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนมีคุณภาพผ่านเกณฑ์ที่กำหนด รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4: ผลการตรวจสอบความสอดคล้องในภาพรวมของโมเดลการวัด (Measurement Model)

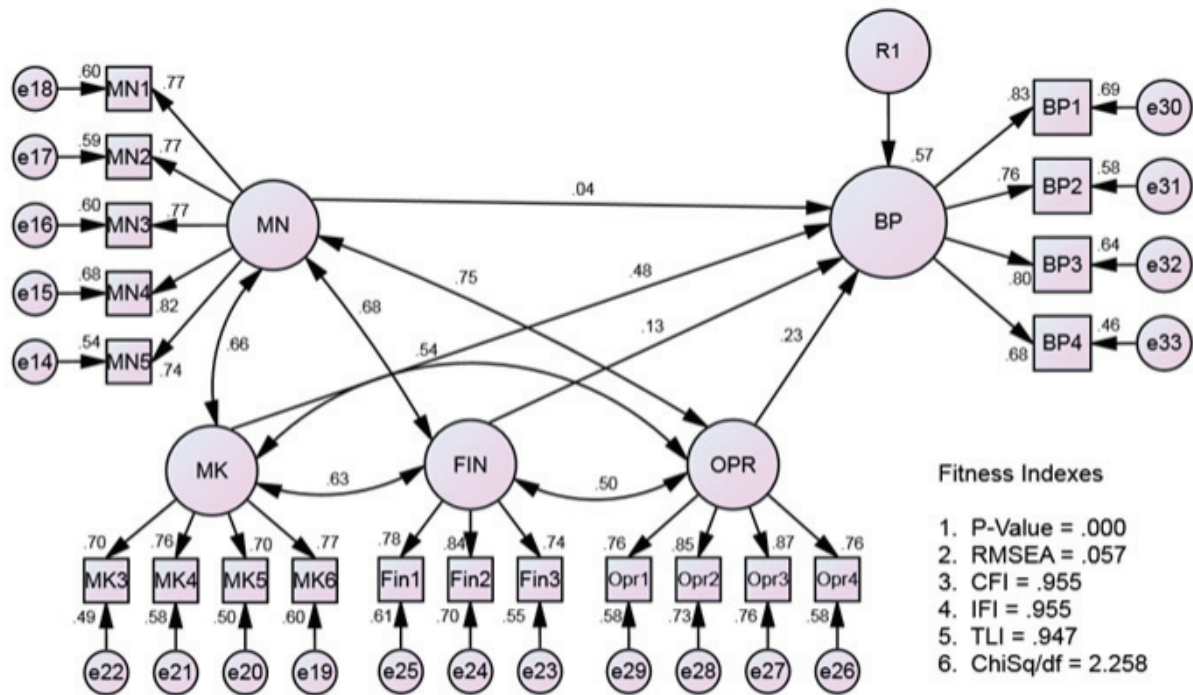
ตัวแปร	Sub-Construct	Factor Loading	CR (> 0.6)	AVE (> 0.5)
สมรรถนะด้านการจัดการ (MN)	MN1	0.77	0.882	0.600
	MN2	0.77		
	MN3	0.77		
	MN4	0.82		
	MN5	0.74		
สมรรถนะด้านการตลาด (MK)	MK3	0.70	0.823	0.538
	MK4	0.76		
	MK5	0.70		
	MK6	0.77		
สมรรถนะด้านการเงิน (FIN)	Fin1	0.78	0.830	0.621
	Fin2	0.84		
	Fin3	0.74		
สมรรถนะด้านการปฏิบัติการ (OPR)	Opr1	0.76	0.885	0.659
	Opr2	0.85		
	Opr3	0.87		
	Opr4	0.76		
ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (BP)	BP1	0.83	0.852	0.592
	BP2	0.76		
	BP3	0.80		
	BP4	0.68		

จากตารางที่ 4 ผลการประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลองการวัดพบว่า ภาพรวมของโมเดลการวัดจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) ของตัวแปรสังเกตทุกตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบรูปแบบมาตรฐานในทุกตัวแปรสังเกต ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.60 โดยพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loadings) คะแนนมาตรฐานอยู่ในเกณฑ์ดี โดยอยู่ระหว่าง 0.63–0.90 (Awang, 2010) ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝง (Construct Reliability: CR) พบว่าค่าอยู่ระหว่าง 0.763–0.876 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับที่ดี จากเกณฑ์ของ Hair et al. (2010) ที่กำหนดไว้ว่า ค่าความเที่ยงของตัวแปรแฝงที่ดีควรมีค่าสูงกว่า 0.70 ซึ่งแสดงว่า ค่าความเที่ยงเชิงโครงสร้างของโมเดลนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ค่าความแปรปรวนที่ถูกลบได้ของตัวแปรแฝง (Average Variance Extracted: AVE) พบว่า มีค่าระหว่าง 0.589–0.638 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 ที่กำหนดเป็นเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2010) จึงบ่งชี้ว่า ไม่เกิดค่าผิดพลาดของการวัดที่ทำให้เกิดการผันแปรในตัวแปรสังเกตได้มากกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังศึกษาอยู่

3) ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง เพื่อตรวจสอบความกลมกลืนของแบบจำลองของสมการโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์พบว่า แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนชาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีความสอดคล้องหรือกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ดี โดยค่า Chi-square/Degree of Freedom (χ^2/df) เท่ากับ 2.258 ค่า TLI เท่ากับ 0.947 ค่า CFI เท่ากับ 0.955 และค่า RMSEA เท่ากับ 0.057 สามารถแสดงความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้าง ดังตารางที่ 5 และรูปภาพที่ 2

ตารางที่ 5: ค่าดัชนีความกลมกลืนของแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ดัชนีความกลมกลืน	เกณฑ์	ค่าดัชนีที่วัดได้	การอ้างอิง	ผลการพิจารณา
Chi-square/Degree of Freedom χ^2/df (ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์)	< 3	2.258	Bagozzi and Yi (1988)	ผ่านเกณฑ์
Tucker Lewis Index (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis: TLI)	> .90	.947	Hair et al., (2010)	ผ่านเกณฑ์
Comparative Fit Index (CFI) (ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ)	> .90	.955	Hair et al., (2010)	ผ่านเกณฑ์
Root Mean Square Error of Approximate (RMSEA) (ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณ)	< .08	.057	Hair et al., (2010)	ผ่านเกณฑ์



ภาพที่ 2: ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจ
ของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ได้กำหนดไว้ นักวิจัยได้นำเสนอสรุปผลการวิจัยตามสมมติฐานตามลำดับ ดังตารางที่ 6
ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมรรถนะด้านการบริหารจัดการไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.034$, $p > 0.05$) (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 1)

สมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมรรถนะด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.376$, $p < 0.05$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 2)

สมมติฐานที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมรรถนะด้านการเงินไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.109$, $p > 0.05$) (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 3)

สมมติฐานที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สมรรถนะด้านการปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.193$, $p < 0.05$) (ยอมรับสมมติฐานที่ 4)

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาค่าความแปรปรวน (R^2) ของโมเดลสมการโครงสร้างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลพบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (MN) สมรรถนะด้านการตลาด (MK) สมรรถนะด้านการเงิน (FIN) สมรรถนะด้านการปฏิบัติการ (Oper) และผลการดำเนินงานทางธุรกิจของ

วิสาหกิจชุมชนฮาลาลมีค่าความแปรปรวน (R^2) เท่ากับ 0.57 แสดงว่า โมเดลนี้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะด้านการบริหารจัดการ (MN) สมรรถนะด้านการตลาด (MK) สมรรถนะด้านการเงิน (FIN) สมรรถนะด้านการปฏิบัติการ (Oper) มีต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ร้อยละ 57 นั่นเอง

ตารางที่ 6: ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในโมเดลสมการโครงสร้าง

Hypothesis	Constructs relationships	Estimate	S.E.	C.R.	P	Result
H1	MN ---> BP	.034	.089	3.88	0.698	Not Significant
H2	MK ---> BP	.376	.059	6.38	0.001	Significant
H3	Fin ---> BP	.109	.061	1.77	0.076	Not Significant
H4	Oper ---> BP	.193	.063	3.65	0.002	Significant

หมายเหตุ : $R^2 = .57$, MN = สมรรถนะด้านการบริหารจัดการ, MK = สมรรถนะด้านการตลาด, Fin = สมรรถนะด้านการเงิน, Oper = สมรรถนะการปฏิบัติการ, BP = ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ

5. อภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ สรุปผลข้อค้นพบการวิจัยจากสมมติฐาน 4 ข้อ ดังนี้ ผลสรุปของสมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า สมรรถนะการบริหารจัดการไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ($\beta = 0.034$, $p > 0.05$) ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่ประธานกลุ่มและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังไม่ค่อยตระหนักในเรื่องการวางแผนเชิงกลยุทธ์ให้กับองค์กรจึงทำให้วิสาหกิจชุมชนไม่ค่อยมีการวางแผนเชิงกลยุทธ์มากนัก จึงไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Adeyemi et al. (2017) ได้อธิบายว่า เจ้าของกิจการและผู้จัดการไม่ได้ใส่ใจและตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ จึงทำให้ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้แล้วการศึกษารังนี้ยังค้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งส่วนใหญ่การวางแผนการจัดการที่ไม่เป็นทางการและไม่มีระบบ อีกทั้งโครงสร้างองค์กรของกลุ่มที่ยังไม่ชัดเจนและไม่มีระบบ ไม่มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาวที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Majama & Magang (2017) ยืนยันว่า ระดับการมีส่วนร่วมของ SMEs ในการวางแผนเชิงกลยุทธ์มีจำกัด แผนส่วนใหญ่ของพวกเขาไม่เป็นการวางแผนและไม่มีการสื่อสาร ตัวอย่างเช่นมีเพียง 44.4% ที่มีองค์ประกอบทั้งสามของการวางแผนกลยุทธ์วิสัยทัศน์และภารกิจและเป้าหมายระยะยาว ในขณะที่ 55.6% มีองค์ประกอบเพียงหนึ่งหรือสองอย่างเท่านั้น นอกจากนี้แล้ว SMEs ยังขาดความรู้ในเรื่องของกระบวนการวางแผนเกี่ยวกับการวางแผนขนาดของธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยบางอย่างที่ระบุว่า SMEs บกพร่องในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการวางแผนเชิงกลยุทธ์ ซึ่งอาจจะส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจ

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 พบว่า สมรรถนะด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.376, p < 0.05$) จากการสำรวจของนักวิจัยพบว่า วิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่ในภาพรวมมีกลยุทธ์ทางด้านการตลาดในการพัฒนาธุรกิจ แต่ทักษะและความรู้ในการพัฒนาด้านการตลาดนั้นยังคงเป็นความรู้ในระดับพื้นฐาน เช่น มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ มีการสร้างแบรนด์ และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายแบบออนไลน์ เช่น Facebook Instagram และ Line เป็นต้น จึงส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีระดับที่ดีขึ้น ทั้งในด้านการเพิ่มกำไร การเพิ่มขนาดของยอดขาย การมีสินทรัพย์มากขึ้น และการมีอัตราการจ้างงานมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนักวิจัยหลายท่าน (Ekanem & Erukusin, 2014; Daniel, 2018; Ladokun, 2019; Absah, Muchtar, & Qamarlah, 2017) ได้อธิบายว่า กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การส่งเสริมการขาย การกำหนดราคา การจัดจำหน่ายและมาตรฐานผลิตภัณฑ์และการปรับตัว มีผลต่อยอดขายลูกค้าและประสิทธิภาพทางการเงินของบริษัท ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้กลยุทธ์สื่อสังคม เช่น Facebook, Twitter และ LinkedIn จะส่งผลทำให้ระดับผลการดำเนินงานทางธุรกิจดีขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า สมรรถนะด้านการเงินไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล ($\beta = 0.109, p > 0.05$) เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ใช้เงินทุนตัวเองในการดำเนินกิจการทางธุรกิจ ซึ่งเป็นเงินทุนที่ไม่เพียงพอ นอกจากนี้วิสาหกิจชุมชนฮาลาลยังมีข้อจำกัดทางด้านการเงินในการเข้าถึงแหล่งทุนของภาครัฐ เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งเงินทุนของรัฐมีเงื่อนไขบางประการที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนเข้าถึงได้ยาก ได้แก่ หลักทรัพย์ค้ำประกัน อัตราดอกเบี้ยสูง ระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินกู้สั้น และมีปัญหาเกี่ยวกับการบริหารการจ่ายเงินกู้ ซึ่งข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้วิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก และมีเงินทุนในการหมุนเวียนธุรกิจไม่เพียงพอที่จะพัฒนาธุรกิจให้ดีขึ้น ซึ่งผลการศึกษาครั้งนี้สอดคล้องกับ Magembe (2017) ซึ่งค้นพบว่า SMEs ในประเทศแทนซาเนียส่วนใหญ่เข้าถึงแหล่งเงินกู้กับสถาบันการเงินได้ยาก เนื่องจากสถาบันการเงินคิดอัตราดอกเบี้ยในอัตราที่สูง และมีเงื่อนไขที่ SMEs ต้องมีหลักค้ำประกันในการขอสินเชื่อ และยังสอดคล้องกับภรรยาของ ABD (2014) ได้อ้างว่า อุปสรรคทางการเงินทำให้ SMEs ไทยไม่สามารถแข่งขันกับองค์กรขนาดใหญ่ได้เพราะขาดเงินทุนสำหรับการลงทุนและยังไม่สามารถจ่ายหนี้ของพวกเขา SMEs ต้องเผชิญกับความยากลำบากในการกู้ยืมเงินจากสถาบันการเงินในประเทศ นอกจากนี้ผลการศึกษาครั้งนี้มีทิศทางเดียวกับการศึกษาของ Babajide (2012) ซึ่งค้นพบว่า การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของภาครัฐ เช่น สินเชื่อเพื่อผู้ประกอบการ ไม่ทำให้ธุรกิจของ SMEs มีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า สมรรถนะด้านการปฏิบัติการมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาล ($\beta = 0.193, p < 0.05$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีความสามารถในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีความพยายามทำให้กระบวนการทำงานทั้งหมดให้มีต้นทุนทางการเงินต่ำที่สุดเท่าที่ทำได้ และสามารถจัดส่งสินค้าได้ตรงเวลา ส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ทั้งทางด้านกำไร ยอดขาย ทรัพย์สิน และระดับการจ้างงาน มีระดับที่ดียิ่งขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลการศึกษาของนักวิชาการ ที่พบว่า กลยุทธ์การแข่งขันที่สำคัญที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านต้นทุน รองลงมาคือกลยุทธ์ด้านคุณภาพ ตามด้วยกลยุทธ์ด้านความยืดหยุ่น และสุดท้ายกลยุทธ์ด้านการส่งมอบสินค้า ซึ่งกลยุทธ์การแข่งขันเหล่านี้ส่งผลทำให้ผลการดำเนินงานทางธุรกิจของผู้ประกอบการ SMEs ดีขึ้น (Haleem et al., 2017; Lawrence et al., 2018)

จากผลการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานของรัฐ วิสาหกิจชุมชน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

1) จากผลการศึกษาที่พบว่า การบริหารจัดการไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ควรตระหนักเกี่ยวกับการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยการสร้างแผนงานที่เป็นระบบ มีโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน เพื่อการทำงานที่เป็นทีม รู้หน้าที่ และงานที่ตนเองได้รับมอบหมาย นอกจากนี้แล้ววิสาหกิจชุมชนควรมีวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายในระยะยาว เพื่อเป็นการวางแผนเตรียมการดำเนินงาน ปฏิบัติตามแผนงานที่ได้ตั้งไว้ และประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่ได้วางไว้ นอกจากนี้แล้วรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กรให้กับวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ทางด้านการบริหารจัดการเกี่ยวกับองค์กร

2) ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะด้านการตลาดมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่น ๆ ที่ใช้ในการศึกษารั้งนี้ ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการตลาด เนื่องจากจากการสัมภาษณ์วิสาหกิจชุมชนเบื้องต้นนั้นพบว่า ความรู้และทักษะทางด้านการตลาดที่มีอยู่นั้นเป็นเพียงแค่ความรู้และทักษะด้านการตลาดระดับพื้นฐาน ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนควรรหาแหล่งเรียนรู้ทางด้านการตลาด เพื่อพัฒนาทักษะด้านการตลาด เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการบริการ การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันนิยมการประชาสัมพันธ์และขายออนไลน์ผ่าน Facebook และ Instagram ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนควรเรียนรู้เครื่องมือต่าง ๆ เหล่านี้ในเชิงลึก เพื่อเพิ่มยอดขายให้มากยิ่งขึ้น

3) จากผลการศึกษาที่พบว่า ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนไม่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนฮาลาลใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังนั้นรัฐ หรือสถาบันการเงิน ควรมีมาตรการหรือเงื่อนไขในการขอสินเชื่อผู้ประกอบการรายย่อยที่ผ่อนปรน เช่น ลดอัตราดอกเบี้ย และยกเลิกมาตรการการหาหลักทรัพย์ค้ำประกันระยะเวลาพักชำระหนี้เพิ่มขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งต้นในการทำธุรกิจ และขยายระยะเวลาในการผ่อนชำระเงินสินเชื่อให้เพิ่มขึ้น เป็นต้น เพื่อเป็นโอกาสให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้งานยิ่งขึ้น และสามารถเพิ่มเงินทุนในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันวิสาหกิจชุมชนควรใช้เงินกู้ยืมให้ตรงตามวัตถุประสงค์เพื่อการดำเนินงานทางธุรกิจ ไม่ควรนำเงินกู้ยืมไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น นอกจากนี้แล้วสถาบันการเงินควรมีมาตรการควบคุมติดตามการใช้เงินกู้ยืมของวิสาหกิจชุมชนอย่างเคร่งครัด เพื่อป้องกันการเกิดหนี้เสียตามมา

REFERENCES

- ABD. (2014). *ADB-OECD study on enhancing financial accessibility for SMEs Lessons from Recent Crises*. Philippines: Asian Development Bank.
- Absah, Y., Muchtar, Y. C., & Qamariah, I. (2017). Improving Performance of SMEs through Social Media Marketing Training. *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 46.
- Adede, O. A., Kibera, F. N. Owino, J. O. (2017). Electronic Marketing Practices, Competitive Environment and Performance of Telecommunications Companies in Kenya. *British Journal of Marketing Studies*, 5(5), 60–67.
- Adeyemi, I.I., Isaac, O.A. & Olufemi, A.S. (2017). Strategic management: A policy to enhance sustainable business development in small and medium scale enterprises in Nigeria. *Archives of Business Research*, 5(9), 108–118.
- Agwu, M. E. (2018). Analysis of the Impact of Strategic Management on the Business Performance of SMEs in Nigeria. *Academy of Strategic Management Journal*, 17(1).
- Al Asheq, A., & Hossain, A. U. (2019). SME Performance: Impact of Market, Customer and Brand Orientation. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(1).
- Albanese, R. (1989). Competency-based management education. *Journal of Management Development*, 8(2), 66–76.
- Ali, M., & Qun, W. (2019). Strategic Management Practices and Performance of the SME's in Bangladesh. *International Journal of Advanced Research*, 7(1), 69–78.
- Aragón-Sánchez, A., & Sánchez-Marín, G. (2005). Strategic orientation, management characteristics, and performance: A study of Spanish firms. *Journal of Small Business Management*, 43, 287–308.
- Awang, Z. H. (2010). *Research Methodology for Business and Social Science*. Pusat Penerbitan Universiti: Universiti Teknologi MARA.
- Babajide, A. A. (2012). *Effects of Microfinancing on Micro and Small Enterprises (MSEs) in Southwest Nigeria*. PhD. Covinant University, Ota, Nigeria.
- Bagozzi, R. P., & Yi, Y. (1988). On the evaluation of structural equation models. *Journal of the academy of marketing science*, 16(1), 74–94.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99–120.
- Barney, J.B. (2001). Is the Resources-Based View a Useful Perspective for Strategic Management Research? Yes, *Academy of Management Review*, 26, 41–46.
- Boyer, K. K., & Lewis, M. W. (2002). Competitive priorities: investigating the need for trade-offs in operations strategy. *Production and operations management*, 11(1), 9–20.

- Chaiwat, P. (2019). Southernmost Start-Up. Start-Up Thailand Magazine. Retrieved from <https://www.startupthailand.org/wp-content/uploads/2018/06/E-magazine.pdf>
- Chrisman, J. J., Bauerschmidt, A., & Hofer, C. W. (1998). The determinants of new venture performance: An extended model. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 5–30.
- Collins, D. D. (2007). Entrepreneurial Success: The effect of fear on human performance. PhD. Capella University. Retrieved from <http://www.taranomco.com/wp-content/uploads/2013/11/3284007GOOD-problem-statement.pdf>
- Colombo, M. G., & Grilli, L. (2005). Start-up size: The role of external financing. *Economics Letters*, 88(2), 243–250.
- Community Agriculture Enterprise Development Group, Department of Agricultural Extension. (2011). Community Enterprise Community Sustainable self-reliance. Retrieved from <http://www.moac.go.th/builder/aid/articleupdate.php?id=86>.
- Community Enterprise Promotion Division, Community Enterprise Registration and Information Group. (2020). Summary of the approved register number of community enterprises and community enterprise networks. Retrieved from <http://www.sceb.doe.go.th/Documents/STC/310363.pdf>
- Darling, J. R., Keeffe, M. J., & Ross, J. K. (2007). Entrepreneurial leadership strategies and values: Keys to operational excellence. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(1), 41–54.
- Daniel, C. O. (2018). The effects of Marketing Strategies on Organizational Performance. *International Journal of Business Marketing and Management*, 3(9), 1–9.
- Department of Agricultural Extension, Community Enterprise Promotion Division. (2020). Overview Report of Community Enterprise Potential Assessment. Retrieved from http://www.sceb.doe.go.th/Documents/SSV/Evaluation%20CE/EvaluationCE_2563_2.pdf
- Eisenhardt, Kathleen M., and Jeffrey A. Martin. (2000). Dynamic Capabilities: What are they?. *Strategic Management Journal*, 21, 1105–1121.
- Ekanem, I. U., & Erukus, K. (2014). The emergence of social media and its impact on SME performance. In: *Institute for Small Business and Entrepreneurship Conference*, 05–06 Nov 2014, Manchester, United Kingdom.
- Eloísa, D. Z., Pena, M., & María, M. S. J. (2015). Operations Practices and Competitive Priorities: Impact of the Operations Strategy on Performance. *Research Journal of Recent Sciences*, 4(11), 103–114.
- Eton, M., Mwosi, F., Mutesigensi, D., & Ebong, C. D. (2017). Credit Financing and Performance of SMEs in Lira Municipality, Uganda. *Research Journal of Finance and Accounting*, 8(8).
- Falcetti, E., Sanfey, P., & Taci, A. (2003). Bridging the gaps? Private sector development, capital flows and the investment climate in south-eastern Europe. *EBRD Working Paper*, No. 80.

- Forth, J., & Bryson, A. (2019). Management Practices and SME Performance. *Scottish Journal of Political Economy*, 66(4).
- Grant, R. M. (1996). "Toward a knowledge-based theory of the firm." *Strategic Management Journal*, 17, 109–122.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Haleem, F., Jehangir, M., & Baig, A. (2017). Operations Strategy Practices of SMEs. *Global Economics Review*, 2(1), 12–23.
- Halim, M.A.S.A., Mat, A.C., & Aziz, W.A.W.A. (2011). The impact of enterpreneural motivation toward business performance among SMEs in creative industry. *Elixir Marketing Management*, 35(1), 2764–2767.
- Heizer, J. and Render, B. (1999). *Operations Management* (5th ed.). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Huselid, M.A. (1995). The impact of human resource management practices on turnover, productivity, and corporate financial performance. *Academy of management journal*, 38(3), 635–672.
- Juma, M. (2018). Factors Affecting the Competitiveness of Small and Medium Muslim Entrepreneur in Three Southern Border Provinces. *Journal of Pacific Institute of Management Science*, 4(1), 218–230.
- Kamunge, M. S., Njeru, A., & Tirimba, O. I. (2014). Factors Affecting the Performance of Small and Micro Enterprises in Limuru Town Market of Kiambu County, Kenya. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 4(12).
- Kargwell, S. A. (2012). Women entrepreneurs breaking through: Push and pull within UAE cultural context. *International Journal of Business and Social Science*, 3(17), 122–131.
- Kline. R.B. (2010). *Principles and Practice of Structural Equation Modelling*. Newyork, NY: The guilford Press.
- Krasniqi, B. A. (2010). Are small firms really credit constrained? Empirical evidence from Kosova. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4), 459–479.
- Ladokun, I. O. (2019). Exploring Social Media as a Strategy for Small and Medium Enterprises (SMEs) Performance: Evidence from Oyo State, Nigeria. *South Asian Journal of Social Studies and Economics*, 3(4), 1–8.
- Lawrence, O. O., Amuhaya, I. M., & Maurice, S. (2018). Effect of Competitive Priorities on the Operations Performance of Sugar Manufacturing Firms in Kenya. *The International Journal of Business & Management*, 6(3).
- Magembe, Y. (2017). Credit Access by Small and Medium Enterprises in Tanzania: A Case Study of Dar es Salaam City. *International Journal of Economics & Management Sciences*, 6(5).

- Majama, N.S. & Magang, T.I.T. (2017). Strategic planning in Small and Medium Enterprises (SMEs): A case study of Botswana SMEs. *Journal of Management and Strategy*, 8(1), 74–103.
- Man, T. W. Y., Lau, T., & Chan, K. (2002). The competitiveness of small and medium enterprises: A conceptualization with focus on entrepreneurial competencies. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 123–142.
- Man, T. W., Lau, T., & Snape, E. (2008). Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises: An investigation through a framework of competitiveness. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(3), 257–276.
- Mawutor, J. K. M. (2018). Management Competence and Sustainable of SMEs: Study of SMEs' in Ghana. *Journal of Management and Information Research*, 1(1).
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2nd ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Omsa, S., Ridwan, M., & Jayadi, M. (2017). The Effect of Strategic Management Practices on SME Performances in Makassar, Indonesia. *American Journal of Theoretical and Applied Business*, 3(4), 71–80.
- Otieno, D. O., Namusonge, G. S., & Mugambi, F. (2017). Effect of Strategic Management Process on the Performance of Small and Medium Size Enterprises in Kenya. *International Journal of Arts and Commerce*, 6(5).
- Ottewill, R., Jennings, P. L., & Magirr, P. (2000). Management competence development for professional service SMEs: the case of community pharmacy. *Education + Training*, 42(4/5), 246–255.
- Phagaphasvivat, S. (2003). Entrepreneurship in Thailand. Retrieved from <http://www.mansfieldfdn.org/backup/programs/entrepreneurship.htm>.
- Paulson, A. L., & Townsend, R. (2004). Entrepreneurship and financial constraints in Thailand. *Journal of Corporate Finance*, 10(2), 229–262.
- Promsamakhom, T., Nakhon, S., & Sangkharat, U. (2013). Guidelines for the development of the operations of Community Enterprise in Songkhla Lake Area. Retrieved from <http://fs.libarts.psu.ac.th/research/abstract/54-> Research and development research report Operation of the enterprise Communities in the lowland region. Pdf
- Prukpitikun, S. (2003). *Strategic Management and Organization Achievement using Balanced Scorecard Method*. Bangkok: Technology Promotion Association (Thai-Japanese).
- Rekarti, E., & Doktoralina, C.M. (2017). Improving Business Performance: A Proposed Model for SMEs. *European Research Studies Journal*, 20(3A), 613–623.
- Rose, R. C., Kumar, N., & Yen, L. L. (2006). The dynamics of entrepreneurs' success factors in Influencing venture growth. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 2(2).

- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the Use of Content Specialists in the Assessment of Criterion-referenced Test Item Validity, Dutch. *Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Sripongwan, C., Promweang, W., Maneenil, P., & Kapengdee, S. (2016). Developing the fourth Royal Thai Army Housewives' Small and Micro Community Enterprise in the Southernmost Provinces. Retrieved from <http://wb.yru.ac.th/handle/yr/237>
- Srivastava, R. K., Fahey, L., & Christensen, H. K. (2001). The resource-based view and marketing: The role of market-based assets in gaining competitive advantage. *Journal of management*, 27(6), 777–802.
- Tantasuntisakul, W. (2015). *Determinants of business performance among women entrepreneurs in Southern Thailand*. PhD. University Utara Malaysia, Malaysia.
- Zollo, M., & Winter, S. G. (2002). Deliberate learning and the evolution of dynamic capabilities. *Organization Science*, 13(3), 339–351.