

ชื่อเรื่อง	การประเมินปัจจัยความสำเร็จและล้มเหลวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูน
ชื่อผู้เขียน	นางสาวกมลทิพย์ ปัญญาสิทธิ์
ชื่อปริญญา	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์อารีย์ เชื้อเมืองพาน

### บทคัดย่อ

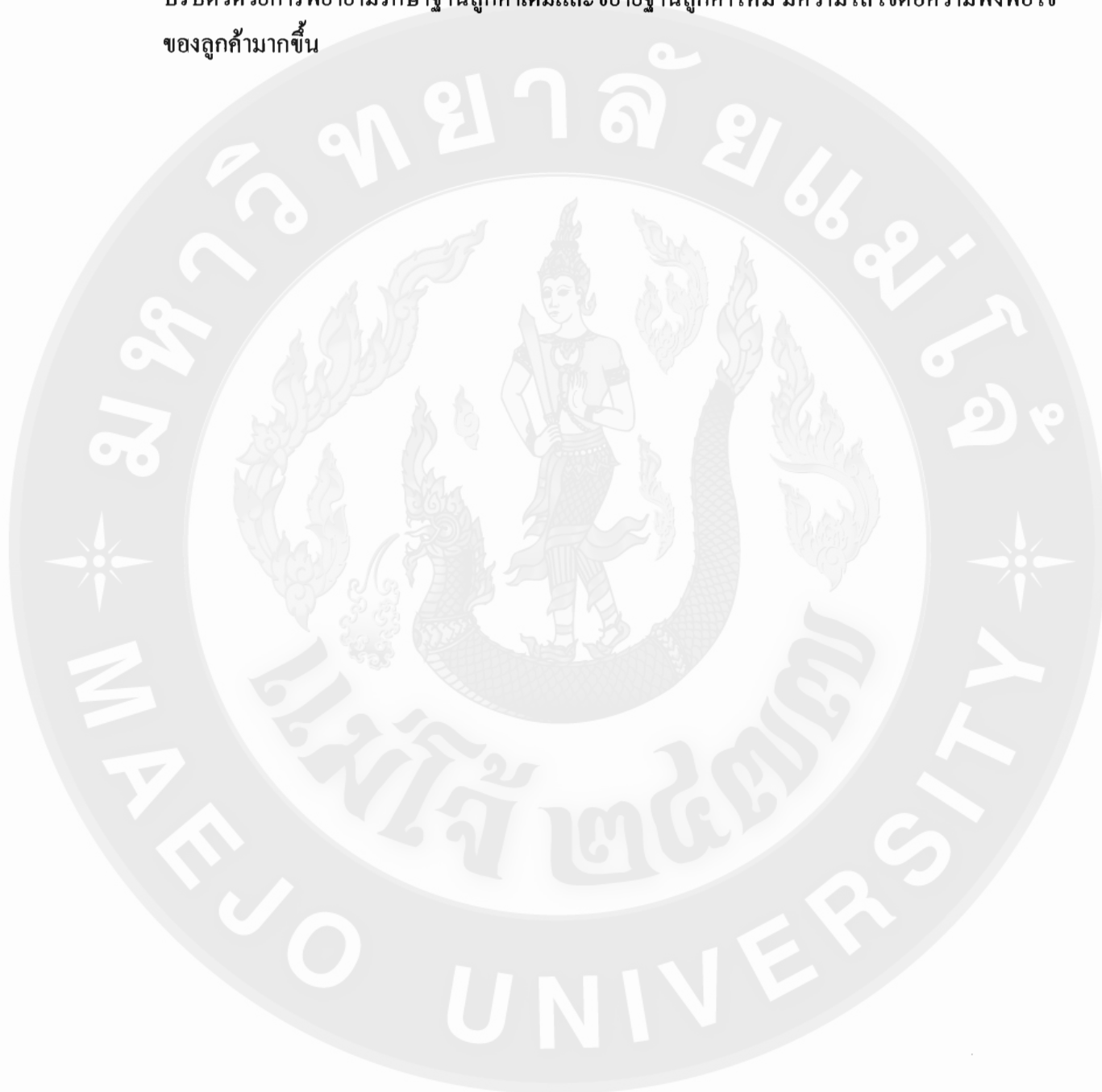
การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาถึงวิธีการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรที่เหมาะสม ทั้งมิติด้านการเงิน มิติด้านการตลาด มิติด้านการบริหาร มิติด้านการพัฒนาบุคลากร และมิติด้านอนาคตของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูน และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโดยทราบความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างการดำเนินงานมิติทางการเงิน กับมิติที่ไม่ใช่การเงิน และความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานขององค์กร โดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิควิเคราะห์หลายตัวแปร โดยเลือกใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis)

ผลการศึกษาจากการประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูนในภาพรวม การพิจารณาตามรูปแบบองค์กร จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรใน 3 อันดับแรก คล้ายคลึงกันมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากคุณลักษณะของผู้ประกอบการทั้งสองจังหวัดมีความใกล้เคียงกัน

การศึกษปัจจัยแห่งความสำเร็จและล้มเหลวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดลำพูนในภาพรวม ผลการศึกษาแบบจำลองที่ 1 นั้นพบว่าผลการดำเนินงานทางการเงิน ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากปัจจัยด้านกิจกรรมทางการตลาดและการดำเนินงานด้านการบริหารภายในองค์กรเป็นสำคัญ เป็นสิ่งที่ไม่น่าแปลกใจเนื่องจากปัจจัยด้านการตลาดส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของรายได้ ในขณะที่กระบวนการของธุรกิจที่ดีจะช่วยลดต้นทุนทางการเงิน ดังนั้น จึงทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่สูงขึ้น

ผลการศึกษาในภาพรวมของจังหวัดเชียงใหม่ และจังหวัดลำพูนในแบบจำลองที่ 2 พบว่า การมีกิจกรรมทางการตลาด และการมุ่งเน้นด้านความพอใจของลูกค้า เช่น การเอาใจใส่ต่อความรู้สึกลูกค้า การรักษาจุดแข็งและลดจุดอ่อนของธุรกิจอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยส่งเสริมให้ผลการ

ดำเนินการของวิสาหกิจดีขึ้นโดยตรง ในขณะที่ความรุนแรงทางการแข่งขันนั้นจะไม่มีผลต่อการดำเนินงานโดยรวมทางตรงแต่จะส่งผลผ่านความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากธุรกิจมีกระบวนการปรับตัวด้วยการพยายามรักษารฐานลูกค้าเดิมและขยายฐานลูกค้าใหม่ มีความใส่ใจต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากขึ้น



<b>Title</b>	Success and failure factors' evaluation of the community enterprises in provinces of Chiang Mai and Lamphun
<b>Author</b>	Miss Kamonthip Panyasit
<b>Degree of</b>	Master of Science in Agriculture Economics
<b>Advisory Committee Chairperson</b>	Associate Professor Aree Cheamuangphan

### ABSTRACT

This study were to aim at two points on 1) how to evaluate the appropriate organization's performance of the enterprise community in Chiang Mai and Lamphun provinces in different dimensions: financial, marketing, processing, personnel development and future, and 2) to study the factors of success and failure of community enterprise groups. by multi – aviate analysis to determine the causal and effect relationships between financial and non-financial dimensions' operations, and the causal and effect relationships between the organizational performances. Descriptive statistics, factor analysis, and path analysis were statistics used for analysis.

The overall evaluation of the enterprise community enterprises' performances in the provinces of Chiang Mai and Lamphun provinces by considering organizational revealed that the entrepreneurs focused similarly on the first three organizational performances' evaluation. This might be due to the attributes similarity of the two provincial entrepreneurs.

The overall success and failure's factors of the community enterprises in Chiang Mai and Lamphun provinces, by model I, revealed that the financial performance was directly influenced by key marketing activities' factors and internal operational processes. It was not wonder, that the marketing factors affected the increase in revenue while the good business processes would help reduce financial costs. Thus, the community enterprises received more higher financial returns.

The overall study of Chiang Mai and Lamphun provinces in the modeling 2 found that marketing activities and focusing on customer satisfactions, such as, customer feeling care, regular maintaining the strengths and weaknesses of business; would directly help improve the

community enterprises' performances. Aggressive competition would not directly affect the overall performances but would rather affect customer satisfactions. This finding was due to business process adaptation by trying to maintain the existing customer base and expand new customer base and pay more attention on to customer satisfactions.

