



รายงานวิจัย

เรื่อง

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ
และนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี
Competitive Advantage Management With Information
Technology and Innovation of Community Enterprises
Nonthaburi Province

โดย

ศินาภรณ์ หู่เต็ม

การวิจัยครั้งนี้ได้รับเงินทุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ชื่องานวิจัย: การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ชื่อผู้วิจัย: ศิณามรณ์ หู่เต็ม

ปีที่ทำการวิจัยแล้วเสร็จ: 2564

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 237 ราย ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages Sampling) โดย 1) การเลือกทั้งหมด 6 อำเภอของจังหวัดนนทบุรี 2) การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบ 6 ข้อและให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 23 ข้อ สถิติที่ใช้ในการวิจัยคือ สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 117 กลุ่ม (80%) และเป็นผู้แทน/สมาชิก 29 กลุ่ม (20%) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งมากที่สุด 44 กลุ่ม (30%) ประเภทผ้า 43 กลุ่ม (29%) เครื่องประดับ 21 กลุ่ม (14%) ไม่ใช้อาหารและยา 12 กลุ่ม (8%) เครื่องหนัง 11 กลุ่ม (8%) ประเภทอาหาร 10 กลุ่ม (7%) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก 5 กลุ่ม (3%) สมาชิกในกลุ่ม 5-10 คน 69 กลุ่ม (47%) สมาชิก 11-20 คน 62 กลุ่ม (42%) น้อยกว่า 5 คน 8 กลุ่ม (5%) ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม 5-10 ปีและ 11-15 ปี 64 กลุ่ม (44%) 16-20 ปี 18 กลุ่ม (12%) ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10,000-50,000 บาท 100 กลุ่ม (68%) ทุน 50,00-100,000 บาท 46 กลุ่ม (32%) แหล่งเงินทุนจากการกู้เงินจากสถาบันการเงิน 76 กลุ่ม คน (52%) ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 51 กลุ่ม (35%) และเงินทุนของตนเอง 19 กลุ่ม (13%) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี วิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าคือ One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ที่ระดับค่า $p < .05$ หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน ความได้เปรียบทางการแข่งขัน เทคโนโลยีสารสนเทศ นวัตกรรม

Research Title: Competitive Advantage Management with information technology and innovation of community enterprises Nonthaburi Province

Researcher: Sinaporn Hutem

Year: 2021

Abstract

Objectives of this study on personal data of community enterprises in Nonthaburi Province about the management of competitive advantages of community enterprises in Nonthaburi Province and to compare the competitive advantage management of community enterprises in Nonthaburi Province Classified by personal information. The sample consisted of 237 community enterprise entrepreneurs who were certified for quality of community products through multistage sampling. 1) Selection consisted of 6 districts in Nonthaburi Province 2) purposive sampling. The research instrument was a 6 item multiple-choice questionnaire and 23 of importance. The statistics used in the research were descriptive statistics such as frequency, percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics are: one-way variance test. The results showed the samples were the chairman of 117 (80%) and wererepresentatives/members of 29 (20%), the most types of appliances and decorations were 44 groups (30%), 43 groups of fabrics. (29%) Jewelry 21 (14%) Non-food and drug 12 (8%) Leather goods 11 (8%) Food types 10 (7%) Crafts and souvenirs 5 (3%) Group members 5-10, 69 (47%), 11-20 members, 62 (42%), less than 5, 8 (5%), duration 5-10 years, and 11-15 years 64 (44%) 16-20 years 18 (12%) Initial registered capital 10,000-50,000 baht 100 (68%) Capital 50,00-100,000 baht 46 (32%) Source of funds from institutional borrowing Finance: 76 (52%) raise funds for 51 members (35%) and 19 own funds (13%). The results of the data analysis comparing the management of competitive advantage in information technology and innovation. of community enterprises Nonthaburi Province Analysis by using the data to calculate the value is One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) by determining the significance. (Significance) at the $p < .05$ level or the statistical confidence level of 95% found that there was no significant difference at the 0.05 level

Keywords: community enterprise, competitive advantage, information technology, innovation

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีในครั้งนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาของมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ ที่ได้มอบทุนการวิจัยประจำปี 2562 รวมถึงคณะกรรมการการวิจัยทุกท่านในการจัดทำรายงานวิจัยที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำและช่วยชี้แนะแนวทางในการศึกษาวิจัยตลอดจนตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของผลงานการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ในการจัดทำรายงานฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

การจัดทำรายงานครั้งนี้จะสำเร็จลงไม่ได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือและความอนุเคราะห์จากผู้ตอบแบบสอบถามในจังหวัดนนทบุรีทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามทำให้ได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และครบถ้วน



ศิวาภรณ์ หู่เต็ม

มกราคม 2565

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	8
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามการวิจัย	2
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.4 สมมติฐานการวิจัย	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	4
1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน.....	5
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการบริหารวิสาหกิจชุมชน.....	9
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน	13
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	16
2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	18
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	19
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	19
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	20
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	21

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	22
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	23
ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	23
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี.....	29
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	34
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	34
5.2 อภิปรายผล	37
5.3 ข้อเสนอแนะ	38
5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้	38
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	39
บรรณานุกรม.....	40
ภาคผนวก	43
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม	44
ภาคผนวก ข การวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง.....	50
ประวัติผู้วิจัย	56

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 สถานะของผู้ตอบ	24
4.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	24
4.3 จำนวนสมาชิกในกลุ่ม	25
4.4 ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม	25
4.5 จุดจดทะเบียนเริ่มแรก	26
4.6 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม.....	26
4.7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	27
4.8 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม	29
4.9 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ สถานะของผู้ตอบ	30
4.10 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม.....	31
4.11 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม	32
4.12 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม	32
4.13 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ จุดจดทะเบียนเริ่มแรก	33

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	18



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง มาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบเน้นการพึ่งพาอาศัยกัน การดำเนินการเกี่ยวกับการผลิตสินค้า หรือบริการด้วยขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อน เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ ไขว่คว้าดิ้นรนที่หาได้ง่ายในชุมชน เพื่อสร้าง รายได้และมุ่งตอบสนองความต้องการของคนในชุมชนเป็นหลัก ทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนมีลักษณะ ใกล้เคียงกับ “ธุรกิจชุมชน” ในประเด็นการซื้อขายสินค้าหรือบริการ ตามแนวคิดซึ่งอยู่บนพื้นฐานของ “เศรษฐกิจพอเพียง” เลี้ยงตนเองภายในครอบครัว เมื่อเหลือจึงแบ่งปัน พร้อมทั้งประสานความร่วมมือกับหน่วยงานอื่นทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อขยายธุรกิจไปสู่ตลาดภายนอกชุมชนเมื่อการ ดำเนินงานเติบโตมากยิ่งขึ้นจึงค่อยเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่าย (กรมการพัฒนาชุมชน, 2548)

จากนโยบายตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ที่ การพัฒนาประเทศโดยยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็น ศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 และยึดหลักการเจริญเติบโตทาง เศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิต บนฐาน การใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) การ เปลี่ยนแปลงของสังคม สภาพแวดล้อมและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ วิสาหกิจชุมชนจึง ถือเป็นกลไกที่สำคัญของเศรษฐกิจระดับฐานรากการยกระดับวิสาหกิจชุมชนเป็นวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ตอบโจทย์ได้ตรงกับความต้องการอย่างเป็นมือ อาชีพสามารถใช้จุดแข็งของแต่ละพื้นที่หรือของชุมชนสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจและสังคมใน ระดับท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน ขณะเดียวกันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในปัจจุบัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบกระบวนการ โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง อิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมทุกภาคส่วน ทำให้ต้องปรับทิศ ทางการดำเนินงานให้เหมาะสม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลอย่างต่อเนื่องในทุกมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคสังคม ชุมชน และท้องถิ่นทั่วประเทศ มีการสนับสนุนให้วิสาหกิจชุมชนต่อยอด ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ และใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจไทยในยุค ประเทศไทย 4.0 ชูติมา เอี่ยมโชติชวลิต ผู้ว่าการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

ไทย ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการขับเคลื่อนผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ให้มีช่องทางเข้าถึงเทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยเข้าไปมีส่วนสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ เพื่อ 1. ส่งเสริมการเข้าถึง เทคโนโลยีพร้อมใช้อย่างทั่วถึง เพื่อพัฒนาคุณภาพ มาตรฐาน และความสามารถในการผลิตสินค้าโอท็อป โดยบูรณาการหลายหน่วยงานให้ดำเนินงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งพัฒนา เทคโนโลยีมุ่งเป้าเพื่อแก้ไขปัญหาเป็นรายพื้นที่และรายผลิตภัณฑ์ 2. พัฒนาและยกระดับด้านคุณภาพและ มาตรฐานสินค้าผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน (Product Certification) เพื่อ สร้างความแตกต่างและยกระดับผลิตภัณฑ์ ด้วยการให้บริการตรวจวิเคราะห์คุณภาพและมาตรฐาน สินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค และ 3. พัฒนาด้านบริหารจัดการโดยช่วยเชื่อมโยง เครือข่ายให้เกิดการรวมกลุ่มร่วมผลิต ร่วมจำหน่ายสินค้า การวิจัยและพัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อ ขยายโอกาสทางการตลาดทั้งภายในและภายนอก ผ่านเครือข่ายช่องทางการตลาดใหม่ ๆ เช่น การตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และ e-Market เทคโนโลยีชาวบ้าน ออนไลน์จากการสนับสนุน และส่งเสริมทั้งภาครัฐและเอกชนให้ผู้ประกอบการในยุค 4.0 ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อขยายขีด ความสามารถต่อยอดศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในการบริหารจัดการ นำดิจิทัลแพลตฟอร์มและ เทคโนโลยีอย่างรอบด้าน เสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ลดต้นทุนและสร้างรายได้สร้างรากฐาน เศรษฐกิจดิจิทัลที่แข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากจังหวัดนนทบุรีเป็นจังหวัด 1 ใน 5 จังหวัดปริมณฑลที่มีความเจริญเทียบเท่ากับกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี มีวัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์และวิถีไทยดั้งเดิมที่งดงาม ทำให้เกิดวิสาหกิจชุมชนที่มีความหลากหลายของกิจกรรมที่ เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการใช้ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และทรัพยากรที่มี อยู่ในชุมชนอย่างรู้คุณค่า เหมาะสมสำหรับเป็นพื้นที่และเป็นตัวแทนที่ดีในการศึกษา เป็นการต่อยอดทำ ให้ได้ข้อมูลมาพัฒนากลยุทธ์ขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน อีกทั้งเป็นการยกระดับ ผลิตภาพ เทคโนโลยี และนวัตกรรมให้แก่ผู้ประกอบการทุกระดับได้เพิ่มศักยภาพ ผลงาน และผล กำไร ให้พร้อมเติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนสืบต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี เป็นอย่างไร

1.2.2 การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เป็นอย่างไร

1.2.3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมีผลต่อการบริหารความได้เปรียบทางการ แข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี มากน้อยเพียงใด

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี
- 1.3.2 เพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี
- 1.3.3 เพื่อเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

1.4 สมมติฐานการวิจัย

- 1.4.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรีต่างกัน ทำให้มีข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน
- 1.4.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี มีการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันต่างกัน ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมีผลแตกต่างกัน
- 1.4.3 การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

1.5 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วยสถานะของผู้ตอบ ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจำนวนสมาชิกในกลุ่มระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม

ตัวแปรตาม คือความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านนวัตกรรม

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 237 ราย (กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2563) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 146 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages Sampling)

1.5.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ปี พ.ศ. 2562-2563

1.5.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยเฉพาะพื้นที่ในจังหวัดนนทบุรี

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

1.6.2 เทคโนโลยีสารสนเทศ หมายถึง การนำวิทยาการทางด้านคอมพิวเตอร์และการสื่อสารมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสารสนเทศ ทำให้สารสนเทศ มีประโยชน์และใช้งานได้กว้างขวางมากขึ้น เช่น ใช้ในการรวบรวม จัดเก็บ ใช้งาน ส่งต่อ หรือติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

1.6.3 นวัตกรรม หมายถึง การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ในรูปแบบใหม่ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือ การทำในสิ่งที่แตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัวเราให้กลายเป็นโอกาส และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

1.6.4 ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง เป็นความสามารถใน การสร้างความพึงพอใจของลูกค้า และตอบรับการเปลี่ยนแปลงและความยืดหยุ่นได้ตลอดเวลา และสร้างความแตกต่างอันจะเป็นจุดแข็งและ โอกาส รวมไปถึงการพัฒนากระบวนการบริการที่ใช้เทคโนโลยี เชื่อมโยงการ ดำเนินงานและการบริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัยผ่านช่องทางออนไลน์

1.7 ประโยชน์ของงานวิจัย

1.7.1 ทราบถึงการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

1.7.2 ทราบความแตกต่างของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมที่มีผลต่อการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

1.7.3 เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจรายอื่น ๆ ได้นำข้อมูลความรู้จากงานวิจัยเป็นแนวทางประกอบการพิจารณาการวางแผน แก้ไขปัญหาและปรับปรุงการดำเนินธุรกิจให้สามารถอยู่รอดและประสบความสำเร็จแบบยั่งยืน

1.7.4 ผลจากการวิจัยจะเป็นแนวทางให้กับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการศึกษาต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้ทำการทบทวนเพื่อเป็นพื้นฐานในการศึกษาเรื่องการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการบริหารวิสาหกิจชุมชน
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน จากการค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องมี นักวิชาการ และนักวิจัยหลายท่านได้ให้คำนิยามและความหมายของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ไว้ ดังนี้

Porter (2005) ได้ให้ความหมายไว้ว่า กลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันว่า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เหนือกว่าคู่แข่ง องค์กรต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง 3 ด้าน ประกอบด้วย กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง และกลยุทธ์การเน้นตลาดเฉพาะส่วน

สมยศ นาวิการ (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการ แข่งขัน หมายถึง การสร้างรากฐานที่สำคัญของผลการดำเนินงานที่ดีคือ รักษาข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเอาไว้ และการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจะบังคับให้องค์กรต้องเลือกวิธีที่จะสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และขอบเขตของการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหล่านั้น

อริสรา เกษกระโทก (2549) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจด้านต่าง ๆ อันเอื้ออำนวยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในธุรกิจเดียวกันได้

ความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) หมายถึง ความสามารถที่องค์กรดำเนินธุรกิจของตัวเองได้ดีกว่าองค์กรอื่น สามารถทำกำไรได้สูงกว่าองค์กรอื่นหรือสูงกว่ามาตรฐานของอุตสาหกรรม หรือองค์กรสามารถสร้างให้เกิดคุณค่าแก่องค์กรมากกว่าคู่แข่ง (เรวัตน์ชาติวิศิษฐ์ และคณะ, 2553) การสร้างความมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุดคือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าก่อนที่จะเลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ก็คือ ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมาด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ให้ได้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมีเพื่อนำมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กร ไมเคิล พอร์เตอร์ (Michael E. Porter: 2005) ให้ข้อเสนอแนะว่าการสร้างความได้เปรียบคู่แข่งได้จะต้องให้ความสำคัญกับทั้ง 3 กลยุทธ์ ดังนี้ 1. กลยุทธ์ผู้นำทางต้นทุน (Cost Strategy) 2. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiate Strategy) 3. กลยุทธ์มุ่งเฉพาะกลุ่ม (Niche or Focus Strategy) ซึ่งทั้ง 3 กลยุทธ์ ได้แก่

1. ขายเป็นค่าที่ถูกกว่า (Cost Leadership) คือ ผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่า ความได้เปรียบทางด้านต้นทุนก็คือ องค์กรสามารถผลิตสินค้าด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ซึ่งเปรียบเทียบกับประโยชน์ใช้สอยของสินค้านั้นโดยปกติต้นทุนต่ำจะเกิดขึ้นเมื่อตลาดใหญ่มากและสินค้าที่ผลิตจะต้องเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานเดียวกัน คือ การที่ต้นทุนของสินค้าเพียงอย่างเดียวหรือสองอย่างเท่านั้นไม่เพียงพอแต่จะต้องเป็นต้นทุนส่วนรวมขององค์กรและของทุกผลิตภัณฑ์ต่ำด้วย ซึ่งผลดีของต้นทุนต่ำก็คือบริษัทมีกำไรสูงกว่ากำไรปกติ ในขณะที่เดียวกันเป็นการป้องกันคู่แข่งไม่ให้ลดราคาลงป้องกันลูกค้าและผู้ขายวัตถุดิบกดดันในด้านราคาเพราะต้นทุนต่ำอยู่แล้ว

2. ขายเป็นค่าและให้บริการที่ดีกว่า (Differentiation) คือ ขายเป็นค่าหรือให้บริการที่แตกต่าง คำว่า สินค้าและบริการที่แตกต่างไปจากองค์กรอื่นนั้น หมายถึง สินค้าและบริการขององค์กรที่พิเศษไปจากสินค้าและบริการขององค์กรอื่นไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง หรือหลาย ๆ ทาง และความแตกต่างนี้ทำให้ผู้ซื้ออยากใช้สินค้านั้นและยินดีที่จะจ่ายค่าสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น

3. การตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง (Quick Response) คือ ความเร็วในการทำผลิตภัณฑ์ใหม่ พัฒนาผลิตภัณฑ์และการตัดสินใจทางการบริหารที่รวดเร็วที่ส่งผลโดยตรงต่อลูกค้า การตอบสนองโดยรวดเร็วแสดงให้เห็นถึงการมีความยืดหยุ่นขององค์กรแม้องค์กรจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แต่ถ้าไม่มีความยืดหยุ่นพอ การปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงก็ทำได้ยาก การ

ตอบสนองอย่างรวดเร็วส่งผลไปถึงการสร้างความแตกต่างและการเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนด้วย การตอบสนองอย่างรวดเร็วก่อให้เกิดผลดีในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การผลิตสินค้าตามความต้องการของลูกค้า การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ขายอยู่ให้ดีขึ้น การทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า และการตอบคำถามของลูกค้าได้รวดเร็ว ผลดีเหล่านี้ทำให้องค์กรตั้งราคาได้สูงกว่าโดยลูกค้ายอมรับได้

ขณะที่ Fehr and Falk (1990) ได้เสนอว่า การที่องค์กรจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้เกิดขึ้นนั้นมาจากการใช้กลยุทธ์ 6 ประการ ดังนี้

1) ความได้เปรียบจากการเป็นผู้เข้าตลาดแรก (Customer Market Advantage) หมายถึง การสร้างตลาดใหม่หรือเป็นผู้คิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า ซึ่งการริเริ่มในสิ่งที่คู่แข่งยังไม่สามารถทำได้นั้น จำทำให้องค์กรปราศจากการแข่งขันซึ่งนับได้ว่า เป็นความได้เปรียบอย่างดีเยี่ยม และเป็นจุดเริ่มต้นแห่งความสำเร็จในอนาคต

2) ความได้เปรียบในการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โดดเด่นกว่าคู่แข่ง (Product and Service Advantage) องค์กรใดก็ตามที่สามารถตอบสนองต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น องค์กรนั้นถือว่าเป็นองค์กรที่ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง

3) ความได้เปรียบทางการสร้างห่วงโซ่คุณค่าหรือระบบธุรกิจ (Business System of Value Chain Advantage) กิจกรรมทุกอย่างที่องค์กรดำเนินการนั้นมีบทบาทที่สำคัญต่อการบริหารงานขององค์กร การบริหารกิจกรรมทางธุรกิจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร เรียกว่า การบริหารห่วงโซ่คุณค่าหรือระบบธุรกิจ หากองค์กรธุรกิจมีความโดดเด่นทางกิจกรรมทางธุรกิจก็จะส่งผลให้องค์กรนั้นมีความได้เปรียบทางการแข่งขันในเรื่องนั้น ๆ หลายองค์กรพยายามสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยมุ่งกิจกรรมเฉพาะทางที่องค์กรถนัดและมุ่งดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้องค์กรนั้นมีกลยุทธ์ที่เหนือกว่าคู่แข่งและกลายเป็นจุดแข็งหรือเอกลักษณ์ขององค์กรในที่สุด

4) ความได้เปรียบของแหล่งทรัพยากร (System Assets of Resources Advantage) ทรัพยากรขององค์กร ประกอบไปด้วยสินทรัพย์ที่มีตัวตน เช่น ผลิตภัณฑ์และอาหาร และสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตน เช่น ลิขสิทธิ์ ตราสินค้า และชื่อเสียงขององค์กร องค์กรส่วนใหญ่จะใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอยู่ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้น เรียกว่า Assets Based Competitive Advantages เช่น Coca-Cola มีความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านทรัพยากรที่มีอยู่นั้น คือระบบการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพและตราสินค้าที่มีชื่อเสียง

5) ความได้เปรียบในเรื่องพันธมิตร (Partner Advantage) การมีพันธมิตรที่ดีจะช่วยสนับสนุนให้องค์กรสามารถพัฒนาธุรกิจอย่างรวดเร็ว หลายองค์กรพยายามค้นหาคู่ค้าเพื่อสร้างเป็นพันธมิตรในการทำธุรกิจระยะยาว องค์กรจะมีการคัดเลือกพันธมิตรให้เหมาะสมกับองค์กรของตน

เปรียบเสมือนการรวมจุดแข็งขององค์กรสองฝ่ายเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้เกิดขึ้น และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

6) ความได้เปรียบในการประหยัดต้นทุนในการผลิต (Scale and Scope) องค์กรสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้เกิดขึ้นด้วยการลดต้นทุนโดยใช้ทรัพยากรร่วมกันของหน่วยธุรกิจต่าง ๆ จะสังเกตได้ว่าโรงงานขนาดใหญ่มักมีต้นทุนการผลิตรวมกันได้ก่อให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการผลิต

ประเภทของความได้เปรียบทางการแข่งขัน

Rowe (1998) แบ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ความได้เปรียบทางการแข่งขันแบบชั่วคราว (Temporary Competitive Advantage) เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันบางอย่างที่เกิดขึ้นเพียงไม่นานนัก สามารถสูญหายไปได้เมื่อองค์กรอื่นมีวิธีการที่ทันสมัยกว่ามาแทน

2. ความได้เปรียบทางการแข่งขันแบบถาวร (Sustained Competitive Advantage) เป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เมื่อเกิดขึ้นในองค์กรใดองค์กรหนึ่งแล้วจะคงอยู่กับองค์กรนั้นตลอดไป หากสามารถรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้นไว้ได้

แนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View: RBV) ความพร้อมของทรัพยากรในองค์กร เป็นปัจจัยสำคัญและเป็นปัจจัยที่มีอยู่ในองค์กรและ ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะกล่าวถึงทฤษฎีฐานทรัพยากร Resource-Based View (RBV) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงการที่ธุรกิจได้ให้ความสนใจในเรื่องทรัพยากรในองค์กร การที่องค์กรจะได้เปรียบทางการแข่งขันหรือในการดำเนินการด้านธุรกิจควรพิจารณาถึงทรัพยากร (Resources) ที่มีอยู่ แทนที่จะพิจารณา ในการแข่งขันด้านต้นทุนกับตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่ง โดยควรที่จะพัฒนาและ ทำการวางแผนเกี่ยวกับทรัพยากรที่มีอยู่ เพื่อตอบสนองการเปลี่ยนแปลงทางด้านสภาพแวดล้อมภายนอก การที่องค์กรมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรจึงไม่สามารถหยุดนิ่งอยู่กับที่ ได้ เพราะหาก องค์กรไม่มีการพัฒนา องค์กรจะมีความเสียเปรียบต่อคู่แข่งและจะไม่สามารถ อยู่รอดได้ ดังนั้น องค์กรต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองอยู่ตลอดเวลา ผู้บริหารต้องทำการศึกษาและ กำหนดกลยุทธ์เพื่อนำมาใช้ให้ทันกับสภาพการแข่งขันในปัจจุบัน เพราะนอกจากจะต้องต่อสู้กับ คู่แข่งขันที่เคยมีอยู่แล้ว ยังต้องมีการต่อสู้กับคู่แข่งรายใหม่ที่พยายามจะเข้ามาสู่ตลาดอีกเป็นจำนวนมาก นอกจากนั้นยังมี ปัจจัยอีกหลายปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ รวมถึงเทคโนโลยีที่มีการ พัฒนาให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ปฐิมา ฅนินฅาญฅน, 2554)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนและการบริหารวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ให้ความหมายว่า หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็คนติบุคคล ในรูปแบบใด หรือไม่เป็คนติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ดังนั้นความหมายของวิสาหกิจชุมชนโดยสรุป คือ การประกอบการเพื่อการจัดการ “ทุนของชุมชน” อย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ซึ่ง “ทุนของชุมชน” ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม (กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ร้อยรัดผู้คนให้อยู่ร่วมกันเป็นชุมชน เป็นพี่เป็นน้องไว้ใจกัน)

วิชิต นันทสุวรรณ (ม.ป.ป. อ้างถึงใน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548) ให้นิยามคำว่าวิสาหกิจชุมชน ว่าเป็นการประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การวัดผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาขององค์กรชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสังคมและการเรียนของชุมชน ซึ่งมีได้มีเป้าหมายเพียงเพื่อสร้างกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงกำไรทางสังคม ได้แก่ ความเข้มแข็งของชุมชน และความสุขของสังคมด้วย

วิสาหกิจชุมชนเกิดจากการที่คนกลุ่มหนึ่งในชุมชนร่วมมือกันทำอะไบางอย่างเกี่ยวกับการผลิต การแปรรูป การจัดการทรัพยากร การจัดการทุน การจัดการตลาด โดยมีการซื้อขายในลักษณะสหกรณ์แต่แตกต่างกันที่ระเบียบและกฎเกณฑ์ซึ่งวิสาหกิจชุมชนเน้นการแบ่งปันการช่วยเหลือกันมากกว่าการแข่งขัน จึงเป็นหน่วยที่ทำให้เกิดความร่วมแรงร่วมใจไม่แตกแยกแบ่งพวกและไม่ต่อสู้เพื่อผลประโยชน์ของตนและพวกพ้อง เพราะวิสาหกิจชุมชนคือการเน้นการช่วยเหลือกัน (เสรีพงศ์พิศ, 2544) โดยหลักการของวิสาหกิจชุมชน ส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน ถือเป็นพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ยังไม่มีความพร้อมในการทำธุรกิจให้สามารถพัฒนาไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งต่อไป ลักษณะสำคัญ 7 ประการของวิสาหกิจชุมชน มีลักษณะดังต่อไปนี้ (เสรี พงศ์พิศ, 2544)

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและดำเนินงานเอง โดยคนนอกอาจมีส่วนให้ความร่วมมือช่วยเหลือ ถือหุ้่นได้ แต่ไม่ใช่หุ้่นใหญ่ที่ทำให้มีอำนาจในการตัดสินใจ
2. ผลผลิตเกิดจากการใช้ทรัพยากรและกระบวนการจัดการการผลิตภายในชุมชนซึ่งอาจจะนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้แต่เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด
3. ชุมชนเป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมของชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนในกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม โดยไม่เลียนแบบหรือใช้สูตรสำเร็จในการดำเนินงาน
4. ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นพื้นฐาน ผสมผสานเข้ากับความรู้ภูมิปัญญาสากลเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยปรับประยุกต์ให้ทันสมัย ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากลหรือจากที่อื่น

5. ดำเนินงานแบบบูรณาการ เชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบในลักษณะผนึกกำลัง และช่วยเหลือเกื้อกูลกัน

6. กระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ที่เป็นหัวใจหลัก

7. เน้นการพึ่งพาตนเองเป็นสิ่งสำคัญอันดับแรก และสำคัญที่สุด

การแบ่งลักษณะการประกอบการ ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

กรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (สำนักเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน) ได้ กำหนดประเภทและรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนไว้ 2 ประเภท ดังนี้

1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก ซึ่งมีอยู่ 5 อย่าง คือ ข้าว อาหาร สมุนไพร ของใช้ ปุ๋ย ซึ่งอยู่ในขีดความสามารถของชาวบ้านทั่วไปจะทำได้ เป็นของต้อง กินต้องใช้ประจำวันมีมูลค่ามากกว่าครึ่งของค่าใช้จ่ายทั้งปีของแต่ละครัวเรือนไม่ว่าอยู่ใกล้เมืองหรือ ไกลเมืองต่างก็ซื้อกินซื้อใช้

2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้เพราะมี ลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับ มาตรฐาน สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ก็คือหนึ่งใน วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า

รูปแบบของวิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 การแปรรูปหรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตภายในชุมชนเป็นกิจกรรมที่ ต่อเนื่องจากการผลิตทางการเกษตร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต

รูปแบบที่ 2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชนเป็นการนำภูมิ ปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์เข้ากับผลผลิตทางการเกษตร พัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าและ มูลค่าเพิ่มขึ้น เช่น ยาสมุนไพร หัตถกรรมพื้นบ้าน และแหล่งท่องเที่ยว

รูปแบบที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการพึ่งพาตนเองของชุมชน และองค์กรเครือข่าย เช่น น้ำปลา กะปิ ปุ๋ย เครื่องมือทางการเกษตร

รูปแบบที่ 4 การพัฒนาระบบการตลาด การบริการและสวัสดิการชุมชนเช่น ร้านค้า แหล่ง นันทนาการและศูนย์สุขภาพ

การบริหารวิสาหกิจชุมชน

การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน เป็นกระบวนการบริหารจัดการในชุมชน ซึ่งประกอบด้วย (ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2547)

1. ด้านการจัดการองค์กรและการบริหารงานการศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการจัดการองค์กร และการบริหารงาน กลุ่มแต่ละกลุ่ม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ปรัชญาและ

วัตถุประสงค์การจัดตั้ง และลักษณะของกลุ่มการศึกษาครอบคลุมรูปแบบการจัดองค์กร ขนาดของกลุ่มโดยพิจารณาจากจำนวนสมาชิกลักษณะการกระจายการถือหุ้น และสอดคล้องกันระหว่างหน้าที่ตามตำแหน่งกับงานที่ปฏิบัติจริง ปรึกษาพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม และพิจารณาการดำเนินงานว่าสอดคล้องกับปรัชญาที่ตั้งไว้ โดยใช้ลักษณะ 7 ประการขององค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนเป็นฐาน

2. ด้านการผลิต การศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตนั้น ประกอบด้วยความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การตัดคุณภาพของวัตถุดิบ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เทคโนโลยีการผลิต ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิต และความต้องการความช่วยเหลือด้านการผลิต รวมถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย ศักยภาพในการทำกำไรต่อหน่วยศักยภาพทางด้านการขยาย และศักยภาพทางด้านการขยายรวมและกำไรรวม

3. ด้านการเงินและการบริหารการเงิน การศึกษาถึงโครงสร้างการเงินนั้น ประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับ การตัดสินใจในด้านการบริหารการเงินการจัดทำบัญชี การกู้ยืมเงิน การวางแผนการใช้เงินทุน และศักยภาพทางการเงิน

4. ด้านการตลาด ทำการวิเคราะห์การบริหารการตลาดของกลุ่ม ครอบคลุมการวางแผนการตลาดความสามารถในการพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์การตั้งราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย และกลยุทธ์การตลาดของกลุ่มตลอดจนความสามารถของบุคลากรของกลุ่มในด้านการตลาดด้วย

เยาวชนลักษณะ แก้วยอด (2555) ได้เสนอว่า การจัดการเกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ดำเนินการโดยกลุ่มหรือคณะบุคคล ได้แก่ กลุ่มชุมชน สมาคม สหกรณ์ โดยสมาชิกในกลุ่มได้ร่วมกันผลิตดำเนินการและรับผลประโยชน์มีความผูกพันในวิถีชีวิตภายใต้รากฐานทางสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อสร้างฐานะการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนหรือระหว่างชุมชน การจัดการวิสาหกิจชุมชนประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้

1. การบริหารจัดการกลุ่มและสมาชิก

1.1 ด้านโครงสร้างและข้อมูลของกลุ่มต้องมีการกำหนดวัตถุประสงค์ กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มเป็นลายลักษณ์อักษร

1.2 ด้านการนำกลุ่ม นำสมาชิกในกลุ่มให้ปฏิบัติและร่วมกันกำหนดการดำเนินงานกิจกรรมของกลุ่ม

1.3 ด้านการสื่อสาร ทบทวนและติดตามต้องจัดให้มีการประชุมติดตามเป็นระยะในรอบปีหรือตามความเหมาะสมเกี่ยวกับผลการดำเนินงานของกลุ่ม

1.4 ด้านความสามารถและการฝึกสอนในการทำงานต้องมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความสามารถของสมาชิก

2. การบริหารจัดการด้านการตลาดและลูกค้า
 - 2.1 ด้านตลาดและลูกค้า การศึกษาแนวโน้มความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย การกำหนดแผนการขาย แผนการตลาดในรอบปี
 - 2.2 ด้านการรับคำสั่งซื้อ การบันทึกรายละเอียดคำสั่งซื้อของลูกค้าอย่างชัดเจน
3. การบริหารจัดการด้านการผลิตและงานสนับสนุนการผลิต
 - 3.1 ด้านการจัดการซื้อ จัดหาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตต้องบันทึกรายละเอียดการซื้อ จัดหาวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตแหล่งที่มาและตรวจสอบวัตถุดิบก่อนรับเข้าด้วยวิธีการที่เหมาะสม
 - 3.2 ด้านการผลิตสินค้า มีการวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และกำลังการผลิตของกลุ่มและมีวิธีการผลิตสินค้าอย่างชัดเจน
 - 3.3 ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์และสถานที่ผลิตต้องดูแลรักษาเครื่องมืออุปกรณ์และสถานที่ผลิตให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมพร้อมใช้งานได้
 - 3.4 ด้านการบรรจุและจัดส่ง การระบุรายละเอียดผลิตภัณฑ์ในฉลากให้ครบถ้วนและมีวิธีการเก็บรักษาและการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดการเสื่อมสภาพ
4. การบริหารจัดการด้านบัญชีและการเงิน
 - 4.1 ด้านรายรับ - รายจ่าย บันทึกกรายรับ-รายจ่ายให้เหมาะสมทุกครั้ง
 - 4.2 ด้านต้นทุนและกำไร สรุปผลกำไรขาดทุนตามรอบระยะเวลาที่เหมาะสมและบันทึกไว้ในรูปแบบที่เหมาะสม
 - 4.3 ด้านการเงินของกลุ่ม การระดมทุนจากสมาชิกโดยกำหนดหลักเกณฑ์การถือหุ้น การกำหนดกติกา การจัดสรรกำไรบางส่วนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มสมาชิกและการจัดทำแผนระเบียบการใช้เงิน
 - 4.4 ด้านทรัพย์สินและหนี้สิน การบันทึกกรายการทรัพย์สินและหนี้สินของกลุ่ม
5. การปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน
 - 5.1 พัฒนาด้วยการเรียนรู้ของกลุ่ม สมาชิกต้องพัฒนากลุ่มสมาชิกให้มีความรู้ในการบริหารจัดการทุกด้านตามความเหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิก
 - 5.2 พัฒนาด้านเทคนิคและมีมือการผลิตปรับปรุงเทคนิคและมีมือการผลิต
 - 5.3 พัฒนาด้านผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์และฉลาก ออกแบบปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์และฉลากโดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดและสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม
 - 5.4 พัฒนาปรับปรุงธุรกิจจัดทำและเขียนแผนธุรกิจในรูปแบบและช่วงเวลาที่เหมาะสมกับกลุ่ม

5.5 พัฒนาด้านการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุน เพิ่มพูนความรู้ด้านการเพิ่มผลผลิตและลดต้นทุนให้สมาชิกอย่างต่อเนื่อง

5.6 พัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมชุมชน

5.7 พัฒนาด้านพึ่งตนเอง

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน เป็นกระบวนการบริหารจัดการในชุมชนโดยศึกษาการจัดการองค์กรและการบริหารการผลิต การเงิน และการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกณฑ์พิจารณาประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบ่งเป็น 2 ลักษณะ (สำนักงานตรวจเงินแผ่นดิน, 2553) ได้แก่

1. วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วไม่ได้ประกอบการ คือ สมาชิกไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม หรือไม่ได้ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน คือ ต่างคนต่างทำ หรือกลุ่มไม่ได้ดำเนินกิจกรรมใด ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่จดทะเบียนไว้หรือมีลักษณะเลิกกิจการแล้ว (โดยไม่ได้แจ้งยกเลิกต่อนายทะเบียน) หรือการดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียว

2. วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วได้ประกอบการ คือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามวัตถุประสงค์ที่จดทะเบียนไว้ แบ่งเป็น 3 ระดับได้แก่ เข้มแข็งปานกลาง และปรับปรุง กล่าวโดยสรุป ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พิจารณาจากปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้อง 7 ประการ และสามารถแบ่งเกณฑ์พิจารณาประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ออกเป็น 2 ลักษณะ คือวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วไม่ได้ประกอบการ วิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนจัดตั้งแล้วได้ประกอบการ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน

ในการประเมินผลความสำเร็จในการดำเนินงานนั้นว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งในปัจจุบันซึ่งมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง องค์กรทั้งหลายต่างทุ่มเทความพยายามอย่างมากเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมถึงการกำหนดดัชนีชี้วัดคุณภาพความสำเร็จขององค์กรเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินผลการดำเนินงาน

Kaplan and Norton, 1996 ได้เสนอแนวคิดการวัดผลความสำเร็จในการปฏิบัติงานขององค์กรแบบดุลยภาพ (Balanced Scorecard) ซึ่งใช้วัดผลการปฏิบัติงานในมุมมอง 4 ด้านที่ประกอบไปด้วย มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) และมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ดังนี้

1. มุมมองด้านการเงิน

การวัดผลการปฏิบัติงานของกิจการที่แสวงหากำไรจะใช้ผลการดำเนินงานทางการเงินเป็นหลัก ที่จะบ่งชี้ว่ากิจการประสบความสำเร็จหรือไม่ เช่น กำไรสุทธิ อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน รายได้ที่เพิ่มขึ้น เป็นต้น ข้อมูลส่วนใหญ่มาจากงบการเงิน ทั้งงบกำไรขาดทุน งบดุล และงบกระแสการเงิน ผลการดำเนินงานทางการเงิน เป็นเครื่องมือหนึ่งซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญของการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ เรียกว่ามุมมองด้านการเงิน โดยจะบ่งบอกว่ากลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นมาและนำกลยุทธ์ไปใช้ในการปฏิบัติ เกิดผลกระทบต่อการทำงานของกิจการอย่างไร การพิจารณามุมมองด้านการเงินจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่

- 1) การเพิ่มขึ้นของรายได้ (Revenue Growth)
- 2) การลดลงของต้นทุน (Cost Reduction)
- 3) การเพิ่มขึ้นของผลิตภาพ (Productivity Improvement)
- 4) การใช้สินทรัพย์ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น (Asset Utilization)

2. มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective)

จากการแข่งขันอย่างรุนแรงในปัจจุบันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทำให้กิจการต้องปรับสภาพ วิธีการ หรือกลยุทธ์การดำเนินงานโดยให้ความสนใจกับลูกค้าซึ่งเป็นเป้าหมายทั้งในปัจจุบันและอนาคต ดังนั้น การการสร้างคามพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งถือว่าเป็นมุมมองอีกด้านหนึ่งของการวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพ เรียกว่า มุมมองด้านลูกค้า เนื่องจากลูกค้าสามารถส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อความสำเร็จในการบริหารงานของกิจการ เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจในสินค้าผลิตภัณฑ์ หรือบริการของกิจการก็จะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มจำนวนมากขึ้นและทำให้มีรายได้และกำไรเพิ่มขึ้น ดังนี้ การพิจารณามุมมองด้านลูกค้าจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 4 ประการ ได้แก่

- 1) ส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share)
- 2) อัตราการซื้อซ้ำ (Customer Retention Rate)
- 3) การเจาะตลาดหรือการหาลูกค้าใหม่ (Market or Customer Acquisition)
- 4) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)

3. มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective)

นอกเหนือจากมุมมองด้านลูกค้า การวัดผลการปฏิบัติงานแบบดุลยภาพก็ยังคงให้ความสำคัญกับกระบวนการพัฒนาภายในองค์กร ซึ่งถือว่าความสำเร็จของกิจการต้องแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการบริหารงาน คุณภาพของการทำงาน และนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร เรียกว่า มุมมองด้านกระบวนการภายใน เนื่องจากกระบวนการภายในเป็นฐานให้กิจการมีศักยภาพในการบริหารงานและเป็นกำลังสำคัญที่สนับสนุนการต่อสู้แข่งขันกับกิจการอื่น ดังนั้น การพิจารณามุมมองด้านกระบวนการภายในจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

- 1) ประสิทธิภาพ (Efficiency)
- 2) คุณภาพ (Quality)
- 3) นวัตกรรมใหม่ (Innovation)

4. มุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and Growth Perspective)

การวัดผลการปฏิบัติงานแบบคุณลักษณะจะพิจารณามุมมองทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ มุมมองด้านการเงิน มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน และมุมมองด้านการเรียนรู้และเติบโต ซึ่งมุมมองด้านการเรียนรู้และพัฒนาจะต้องระบุถึงกิจกรรมที่กิจการต้องบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ดังนั้น เพื่อพัฒนาศักยภาพของกระบวนการดำเนินงานภายในให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและนำไปสู่ผลการดำเนินงานทางการเงินที่วางแผนไว้ การพิจารณามุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโตจะครอบคลุมวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่

1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development)

2) การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เครื่องมือ อุปกรณ์ (Development of Facility and Equipment)

3) การพัฒนาสภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Environment Development)

ในขณะที่ Drucker (1963) ได้เสนอตัวชี้วัดความสำเร็จของธุรกิจที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Kaplan and Norton แบ่งเป็น 9 ด้าน ดังนี้

1. สถานภาพทางการตลาด (Market Position) วัดจากเป้าหมายและการบรรลุเป้าหมาย ด้านฐานะทางการตลาด ส่วนแบ่งการตลาด ทั้งตลาดปัจจุบันและตลาดใหม่ รวมทั้งสินค้าใหม่และบริการที่มุ่งสร้างความภักดีจากลูกค้า

2. คุณภาพ (Quality) การรักษาและพัฒนาระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท

3. นวัตกรรม (Innovation) มีสัมฤทธิ์ผลในการบรรลุถึงระดับของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ รวมทั้งกระบวนการใหม่ ๆ ซึ่งหมายถึง ทักษะและกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องมีเพื่อเพิ่มพูนสมรรถนะของบริษัทในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

4. ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility) ทำนุบำรุงรักษาพฤติกรรมอันประกอบไปด้วยจริยธรรม รวมทั้งแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมในด้านต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วมในการรักษาสภาพแวดล้อมและคุณภาพชีวิตโดยรวม

5. ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource) สรรหา พัฒนาและบำรุงรักษาทรัพยากรบุคคลทุกระดับให้มีคุณภาพสูง ทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทักษะและทัศนคติ รวมทั้งพนักงานสัมพันธ์ และความสัมพันธ์กับสหภาพแรงงาน

6. ทรัพยากรทางการเงิน (Financial Resources) จัดหา เก็บรักษา และจัดการทรัพยากรทางการเงินอย่างเหมาะสม

7. ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resource) จัดหา สร้างและซ่อมแซม บำรุงรักษา ทรัพยากรทางกายภาพ เช่น อาคารและสถานที่ เป็นต้น

8. ประสิทธิภาพด้านต้นทุน (Cost Efficiency) มีการใช้ทรัพยากรทุกประเภทอย่างมีประสิทธิภาพเป็นผลทำให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าหรือบริการด้วยต้นทุนต่ำ

9. การทำกำไร (Profitability) ระดับกำไรจะต้องเหมาะสมไม่ต่ำหรือสูงเกินไป รวมทั้งดัชนีตัวบ่งชี้อื่นที่แสดงถึงฐานะทางการเงินที่ดี

จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ผลสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจนั้นเป็นการบรรลุความสำเร็จในเป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจทั้งภายในและภายนอกองค์กร ดังนั้นผู้วิจัยมีความสนใจจะศึกษาถึงการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้เกิดขึ้น และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุดมอ่าง (2554) ศึกษาเรื่อง การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย ศึกษาความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SMEs ศึกษาความสัมพันธ์และผลกระทบของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานธุรกิจ SMEs กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นผู้ประกอบการ SMEs ในเขตภาคเหนือ จำนวน 400 ราย พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ในเขตภาคเหนือของประเทศไทยมีความเห็นเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันและความสำเร็จในการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก ส่วนเรื่องความสัมพันธ์และการส่งผลกระทบต่อพบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ได้แก่ ด้านการสร้างความแตกต่าง ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว และด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน ล้วนมีความสัมพันธ์กันและมีผลกระทบเชิงบวกกับความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม

ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ (2560) ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบและกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ้ กรุงเทพมหานคร จากการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจเสื้อผ้าค้าส่งในตลาดโบ้เบ้ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรูปแบบเจ้าของคนเดียว 2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เลือกใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน 3) กลยุทธ์ความคงที่เพื่อรักษาสภาพขนาดและการดำเนินการเสนอสินค้าหรือบริการเดิมในตลาดเดิมซึ่งการวิเคราะห์

สภาพแวดล้อมภายนอกทางการแข่งขันทำให้ทราบถึงความได้เปรียบในธุรกิจทางด้านต้นทุนเพื่อป้องกันแรงกดดันทั้ง 5 ประการ ได้แก่ คู่แข่งในปัจจุบันคู่แข่งในอนาคตสินค้าทดแทนอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อและ อำนาจการต่อรองของผู้ขายวัตถุดิบ

ณภัทร ทิพย์ศรี (2558) ได้ศึกษาเรื่องความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยการจัดการตลาดเชิงกลยุทธ์ในยุคเศรษฐกิจแห่งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย พบว่า การจัดการตลาดเชิงกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านราคา เรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย มีผลกระทบทางบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในเศรษฐกิจยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและพัฒนากิจการตลาดเชิงกลยุทธ์ในยุคเศรษฐกิจแห่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจต่อไป

ชลนิภัทร์ ปทุมมา (2553) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจประกันภัย:กรณีศึกษา บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด (มหาชน) จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมประกันภัยรถยนต์มีส่วนแบ่งการตลาดที่ยังน้อยอยู่ เกิดจากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากทั้งคู่แข่งรายเดิมและคู่แข่งรายใหม่ที่เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาด และจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ภาวะทางการเมืองที่มีความผันผวนไม่แน่นอน ส่งผลทำให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคลดการใช้จ่าย รวมถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ที่เป็นจุดอ่อนของบริษัท ซึ่งหากไม่ดำเนินการแก้ไขจะส่งผลกระทบต่อบริษัทในอนาคต โดยสามารถสรุปเลือกกลยุทธ์ที่เลือกใช้ในแต่ละลำดับขั้น คือ กลยุทธ์ระดับองค์กรเลือกใช้กลยุทธ์การเติบโต โดยใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนากิจการ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย เพิ่มส่วนแบ่งการตลาด และขยายการเติบโตในอนาคต กลยุทธ์ระดับธุรกิจเลือกใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ บริการ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์ระดับหน้าที่ ในส่วนการวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้มีความชัดเจน และครอบคลุมรวมทั้งกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์กรรมธรรมใหม่ ช่องทางการจำหน่ายให้ทันสมัยกับยุคปัจจุบันและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

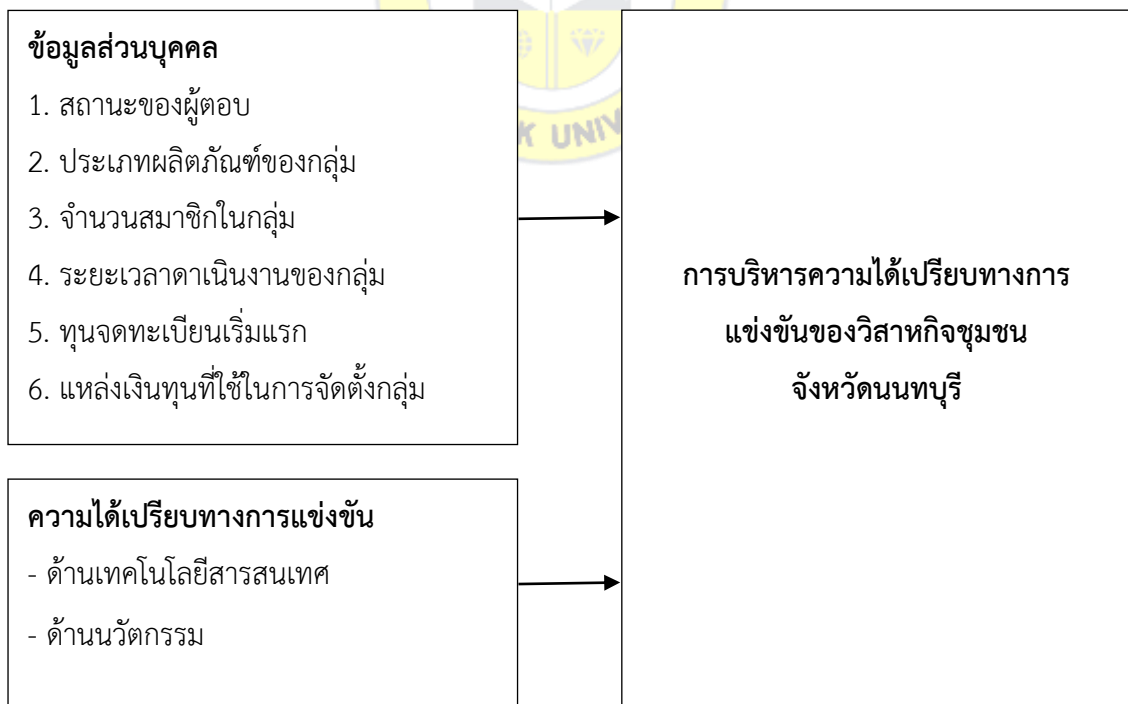
ภาพิมล ธนรุ่งเจริญกิจและคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม จากการศึกษาพบว่ากลยุทธ์ที่ใช้สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream คือเจ้าของธุรกิจ ใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตราสินค้า และกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เพื่อเป็นแนวทางสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่งรายอื่น ประโยชน์ที่รับจากงานวิจัยนี้คือ เจ้าของธุรกิจสามารถนำกลยุทธ์ด้านต่าง ๆ ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อสร้างความ

ได้เปรียบทางการแข่งขันได้มากขึ้นจากการที่สินค้ามีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจะทำให้ธุรกิจเติบโตและประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรี ภาคาศัตย์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า (1) ทูน่าขงปัญญาฝีมือพิลเชิงบวท่ความสามารถทางการแข่งขัน (2) ความสามารถทางนวัตกรรมฝีมือพิลเชิงบวท่ความสามารถทางการแข่งขัน (3) ความเป็นผู้ประกอบการทางการตลาดฝีมือพิลเชิงบวท่ความสามารถทางการแข่งขัน (4) ความสามารถทางการแข่งขันฝีมือพิลเชิงบวท่ผลการดำเนินงาน ทั้งนี้ผลการยืนยันโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุความสามารถทางการแข่งขันว่ามีความสัมพันธ์กัน มีความเป็นไปได้และความถูกต้อง

2.5 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาทฤษฎีทรัพยากรภายในกิจการ (resource-based view of the firm, RBV) และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับความเจริญก้าวหน้านวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้ทฤษฎี IBV นี้เป็นพื้นฐานของทฤษฎี ที่จะพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขันก็ต่อไป โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อเพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรีเพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรีและเพื่อเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยนำเสนอวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 237 ราย (กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2564)

กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 146 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages Sampling) โดย 1) การเลือกพื้นที่ (Area or Cluster Sampling) มีทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอปากเกร็ด อำเภอไทรน้อย 2) การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดข้อคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานการณ์ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ ได้แก่ สถานะของผู้ตอบ ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี แบ่งเป็น 2 ด้าน 1.ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จำนวน 12 ข้อ 2. ด้านนวัตกรรม จำนวน 11 ข้อ จะเป็นแบบเลือกตอบและเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ตามแนวของ Likert ซึ่งแต่ละข้อคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินค่า ดังนี้ระดับความสำคัญมากที่สุด ให้คะแนนเท่ากับ 5 คะแนนระดับความสำคัญมาก ให้คะแนนเท่ากับ 4 คะแนนระดับความสำคัญปานกลาง ให้คะแนนเท่ากับ 3 คะแนนระดับความสำคัญน้อย ให้คะแนนเท่ากับ 2 คะแนนระดับความสำคัญน้อยที่สุดให้คะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพิ่มเติม มีลักษณะเป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็น

3.3 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพนำมาใช้ในการศึกษาได้ตามวัตถุประสงค์ โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารตำราทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.3.2 สร้างแบบสอบถามทั้ง3ส่วน นำเสนอต่อที่ปรึกษางานวิจัยเพื่อตรวจสอบปรับปรุงและแก้ไข

3.3.3 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญได้ตรวจสอบความเหมาะสมของเครื่องมือต่อข้อคำถาม และความเที่ยงตรงของเนื้อหาจำนวน 3 ท่าน

ผู้วิจัยได้หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถาม และจุดมุ่งหมายของการวิจัยโดยหาค่า IOC เพื่อหาผลรวมของคะแนนของคำถามแต่ละข้อของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญทั้งหมด ผู้วิจัยได้วิจัยโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

+1 หมายความว่า เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามตรงกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา

0 หมายความว่า เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามตรงกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา

-1 หมายความว่า เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามไม่ตรงกับจุดมุ่งหมายของการศึกษา
จากการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน
ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ -1 ถึง 1.00 จำนวน ... ข้อได้ตัดออกแล้วตามข้อเสนอ
ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.33 ถึง 1.00 จำนวน 29 ข้อ และได้ทำการปรับปรุงแก้ไขแล้วตาม
ข้อเสนอแนะ

ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 จำนวน... ข้อ ถือว่าคำถามนั้นใช้ได้แล้ว

4. ทำการพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง เพื่อนำไปเก็บข้อมูลในการวิจัยต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเองเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ดี เนื่องจากเป็นผู้ที่วางแผน และรู้เรื่อง
ข้อมูลที่จะเก็บรวบรวมได้ดีที่สุด เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีความถูกต้องครบถ้วนและปราศจาก
ความลำเอียงโดยผู้วิจัยลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนนทบุรีอำเภอเมือง
อำเภอบางบัวทองอำเภอบางกรวยอำเภอบางใหญ่อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางบัวทอง

3.4.2 ทำการรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบแล้วตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของ
แบบสอบถามแล้วนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปวิเคราะห์ต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

3.5.1 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ตรวจสอบความเรียบร้อย และความสมบูรณ์ในการตอบ
แบบสอบถาม บันทึกข้อมูลลงคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อประมวลผลค่าสถิติต่าง ๆ ใน
การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

3.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ความถี่ และ
ร้อยละสถิติที่ใช้เป็นแบบพรรณนา คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของเทคโนโลยี
สารสนเทศและนวัตกรรมที่สัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขัน ข้อมูลที่รวบรวมได้จาก
แบบสอบถามและนำมาวิเคราะห์โดยใช้มาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตาม
แนวทางของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ประกอบด้วยข้อความที่เป็นการให้ความสำคัญในการตัดสินใจ
ต่อปัจจัยในแต่ละด้านโดยแต่ละข้อคำถามจะมีคำตอบเป็นความคิดเห็นให้เลือก 5 ระดับคะแนนที่ได้
ไปหาค่าเฉลี่ยโดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ย (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ,
2551) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51–4.50 หมายถึง ระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51–3.50 หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 2.51–2.50 หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00–1.50 หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด/ยังไม่มีการทำงาน

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3.6.2 สถิติเชิงอนุมานได้แก่การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ

95



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ เป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว 146 ราย โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จากตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับ ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages Sampling) โดย 1) การเลือกพื้นที่ (Area or Cluster Sampling) มีทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่อำเภอเมือง อำเภอ บางบัวทอง อำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอปากเกร็ด อำเภอไทรน้อย 2) การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรีและเพื่อเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ โดยแบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ สถานะของผู้ตอบ ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จำนวนสมาชิกในกลุ่ม ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม ปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 สถานะของผู้ตอบ

สถานภาพ	จำนวน	ร้อยละ
1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	117	80
2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม	29	20
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 117 กลุ่ม คิดเป็น ร้อยละ 80 และเป็นผู้แทน/สมาชิกกลุ่มจำนวน 29 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ประเภท	จำนวน	ร้อยละ
1) ประเภทอาหาร	10	7
2) ประเภทเครื่องดื่ม	0	0
3) ประเภทผ้า	43	29
4) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง	44	30
5) เครื่องประดับ	21	14
6) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก	5	3
7) เครื่องหนัง	11	8
8) ประเภทที่ไม่ใช่อาหารและยา	12	8
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งมากที่สุด จำนวน 44 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นประเภทผ้าจำนวน 43 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 29 เครื่องประดับจำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14 ประเภทที่ไม่ใช่อาหารและยาจำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8 เครื่องหนังจำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8 ประเภทอาหารจำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7 ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก จำนวน 5 กลุ่มคิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

จำนวนสมาชิกในกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 5 คน	8	5
2) 5-10 คน	69	47
3) 11-20 คน	62	42
4) 21-30 คน	7	5
5) 31-40 คน	0	0
6) 41-50 คน	0	0
7) 50 คน ขึ้นไป	0	0
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 5-10 คน จำนวน 69 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา สมาชิกในกลุ่ม 11-20 คน จำนวน 62 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 42 น้อยกว่า 5 คน จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม

ระยะเวลาดำเนินงาน	จำนวน	ร้อยละ
1) น้อยกว่า 5 ปี	0	0
2) 5-10 ปี	64	44
3) 11-15 ปี	64	44
4) 16-20 ปี	18	12
5) 21-25 ปี	0	0
6) 26 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม 5-10 ปีและ 11-15 ปี จำนวน 64 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินงาน 16-20 ปี จำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก

ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก	จำนวน	ร้อยละ
1) ต่ำกว่า 10,000 บาท	0	0
2) 10,000–50,000 บาท	100	68
3) 50,001–100,000 บาท	46	32
4) 100,001–150,000 บาท	0	0
5) มากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10,000–50,000 บาท จำนวน 100 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 50,001–100,000 บาท จำนวน 46 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม

แหล่งเงินทุน	จำนวน	ร้อยละ
1) เงินทุนของตนเอง	19	13
2) กู้เงินจากสถาบันการเงิน	76	52
3) ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม	51	35
4) รัฐบาลสนับสนุน	0	0
5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....	0	0
รวม	146	100

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่มจากการกู้เงินจากสถาบันการเงินจำนวน 76 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา เป็นการระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 51 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 35 และ เงินทุนของตนเองจำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
1. กลุ่มได้จัดทำฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้น	3.52	0.75	มาก
2. กลุ่มมีการจัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน	3.04	0.48	ปานกลาง
3. กลุ่มมีการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อมาใช้ในการดำเนินงาน	2.64	0.64	ปานกลาง
4. กลุ่มได้นำระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	4.03	0.64	มาก
5. กลุ่มมีการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์	3.45	0.54	ปานกลาง
6. กลุ่มได้นำระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference System) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพ	2.62	0.49	ปานกลาง
7. กลุ่มได้กำหนดระดับการเข้าถึงชั้นความลับของข้อมูลตามความรับผิดชอบและความสำคัญของแต่ละบุคคล	4.08	0.67	มาก
8. กลุ่มได้ให้ความรู้บุคลากรในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	3.51	0.61	มาก
9. กลุ่มมีหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ	2.25	0.5	น้อย
10. กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ ที่สามารถนำข้อมูลมาให้บริการบุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์	3.51	0.55	มาก

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ต่อ)

ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
11.กลุ่มมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติทางธุรกิจเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งออก	3.92	0.63	มาก
12.กลุ่มมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าภายนอก	3.62	0.8	มาก
รวม	3.35	0.61	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่าการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.35$, $SD=0.61$) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่ากลุ่มได้กำหนดระดับการเข้าถึงชั้นความลับของข้อมูลตามความรับผิดชอบและความสำคัญของแต่ละบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{x}=4.08$, $SD=0.63$) รองลงมาคือกลุ่มได้นำระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ($\bar{x}=4.03$, $SD =0.64$) กลุ่มมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติทางธุรกิจเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งออก ($\bar{x}=3.39$, $SD=0.63$) กลุ่มมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าภายนอก ($\bar{x}=3.62$, $SD =0.8$) กลุ่มได้จัดทำฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้น ($\bar{x}=3.52$, $SD =0.75$) กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ที่สามารถนำข้อมูลมาให้กับบุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์เท่ากับกลุ่มได้ให้ความรู้บุคลากรในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ที่สามารถนำข้อมูลมาให้กับบุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์ ($\bar{x}=3.51$, $SD=0.54$, $SD=0.61$, $SD=0.55$) กลุ่มมีการจัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน ($\bar{x}=3.04$, $SD=0.48$) กลุ่มมีการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อมาใช้ในการดำเนินงาน ($\bar{x}=2.64$, $SD=0.64$) กลุ่มได้นำระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference System) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพ ($\bar{x}=2.62$, $SD=0.49$) กลุ่มมีหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ ($\bar{x}=2.25$, $SD=0.50$) ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม

ด้านนวัตกรรม	\bar{x}	SD	ระดับความสำคัญ
1. กลุ่มได้สร้างความแตกต่างที่ได้เปรียบให้กับตัวผลิตภัณฑ์	4.36	0.56	มาก
2. กลุ่มได้จัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการส่งออกให้เพียงพอ	3.68	0.47	มาก
3. กลุ่มมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า/ลูกค้าในธุรกิจ	1.81	0.60	น้อย
4. กลุ่มเคยร่วมมือกับสถานศึกษา/มหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของธุรกิจ	2.62	0.85	ปานกลาง
5. กลุ่มได้เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกแผนกมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิตและพัฒนาการทำงานขององค์กร	2.66	0.70	ปานกลาง
6. กลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างส่วนงานภายในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ภายในองค์กร	2.86	0.85	ปานกลาง
7. กลุ่มได้จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร ในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ	3.64	0.53	มาก
8. กลุ่มได้ติดตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตทั้งในและต่างประเทศ	3.23	0.42	ปานกลาง
9. กลุ่มมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนวัตกรรม โดยตั้งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ขององค์กร	2.34	0.48	น้อย
10. กลุ่มได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมอบรมเพื่อการพัฒนา ด้านนวัตกรรมที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดหลักสูตรไว้	2.52	0.54	ปานกลาง
11. กลุ่มได้พัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ	2.87	0.72	ปานกลาง
รวม	2.96	0.61	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.8 พบว่าการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.96$, $SD=0.61$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มได้สร้างความแตกต่างที่ได้เปรียบให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.36$, $SD=0.56$) รองลงมาคือ กลุ่มได้จัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการส่งออกให้เพียงพอ ($\bar{x}=3.68$, $SD=0.47$) กลุ่มได้จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร ในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ กลาง ($\bar{x}=3.64$, $SD=0.53$) กลุ่มได้ติดตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตทั้งในและต่างประเทศ ($\bar{x}=3.23$, $SD=0.42$) กลุ่มได้พัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ ($\bar{x}=2.87$, $SD=0.72$) กลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างส่วนงานภายในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมใหม่ ๆ ภายในองค์กร ($\bar{x}=2.86$, $SD=0.85$) กลุ่มได้เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกแผนกมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิตและพัฒนาการทำงานขององค์กร ($\bar{x}=2.66$, $SD=0.70$) กลุ่มเคยร่วมมือกับสถานศึกษา/มหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของธุรกิจ ($\bar{x}=2.62$, $SD=0.85$) กลุ่มได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมอบรมเพื่อการพัฒนา ด้านนวัตกรรมที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดหลักสูตรไว้ ($\bar{x}=2.52$, $SD=0.654$) กลุ่มมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนวัตกรรม โดยตั้งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ขององค์กร ($\bar{x}=2.34$, $SD=0.48$) กลุ่มมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า/ลูกค้าในธุรกิจ ($\bar{x}=1.81$, $SD=0.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ สถานะของผู้ตอบ

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน	สถานะของผู้ตอบ	จำนวน	\bar{x}	SD	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	117	80	0.50	0.17	0.67
	2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม	29	20	0.50		
ด้านนวัตกรรม	1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	117	80	0.60	7.69	*0.01
	2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม	29	20	0.68		
รวม	1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	117	80	0.55	3.93	0.34
	2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม	29	20	0.59		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบสถานะของผู้ตอบที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ ประเภทผลิตภัณฑ์ ของกลุ่ม

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	Between Groups	6.07	6	1.01	15.23	2.29
	Within Groups	9.23	139	0.06		
ด้านนวัตกรรม	Between Groups	2.80	6	0.46	13.96	2.15
	Within Groups	4.64	130	0.03		
รวม	Between Groups	4.44	6	0.05	14.59	2.22
	Within Groups	6.93	134.5	0.60		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	Between Groups	0.37	3	0.12	0.99	0.4
	Within Groups	17.56	142	0.12		
ด้านนวัตกรรม	Between Groups	0.14	3	0.05	0.45	2.67
	Within Groups	7.62	142	0.05		
รวม	Between Groups	0.26	3	0.09	0.72	1.53
	Within Groups	12.59	142	0.09		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 ผลการเปรียบเทียบจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	Between Groups	0.39	1	0.39	3.21	0.07
	Within Groups	17.54	144	0.12		
ด้านนวัตกรรม	Between Groups	0.02	1	0.02	0.44	0.50
	Within Groups	7.74	144	0.05		
รวม	Between Groups	0.21	1	0.25	1.82	0.28
	Within Groups	12.64	144	0.85		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 ผลการเปรียบเทียบระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่มที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีกับ พุนจตทะเลเบียนเริ่มแรก

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศ	Between Groups	0.20	2	0.10	0.8	0.43
	Within Groups	17.7	143	0.12		
ด้านนวัตกรรม	Between Groups	0.11	2	0.06	1.08	0.34
	Within Groups	7.64	143	0.05		
รวม	Between Groups	0.15	2	0.08	0.94	0.39
	Within Groups	12.67	143	0.08		

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 ผลการเปรียบเทียบพุนจตทะเลเบียนเริ่มแรกของกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี และเพื่อเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ร้อยละ 5 และระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง 146 ราย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stages Sampling) โดย 1) การเลือกพื้นที่ (Area or Cluster Sampling) มีทั้งหมดทั้งหมด 6 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอบางบัวทองอำเภอบางกรวย อำเภอบางใหญ่ อำเภอปากเกร็ด อำเภอไทรน้อย 2) การเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ขึ้นทะเบียนแล้ว จำนวน 237 ราย (กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, ณ วันที่ 14 พฤศจิกายน 2564) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ คือความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการวิจัยเรื่องนี้มีข้อค้นพบที่สามารถสรุปได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานะของผู้ตอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 117 กลุ่ม คิดเป็น ร้อยละ 80 และเป็นผู้แทน/สมาชิกกลุ่มจำนวน 29 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งมากที่สุด จำนวน 44 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาเป็นประเภทผ้า จำนวน 43 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 29 เครื่องประดับจำนวน 21 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 14 ประเภทที่ไม่ใช่อาหารและยาจำนวน 12 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8 เครื่องหนัง จำนวน 11 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 8 ประเภทอาหารจำนวน 10 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 7 ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก จำนวน 5

กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ จำนวนสมาชิกในกลุ่มพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจำนวนสมาชิกในกลุ่ม 5-10 คน จำนวน 69 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมา สมาชิกในกลุ่ม 11-20 คน จำนวน 62กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 42 น้อยกว่า 5 คน จำนวน 8 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม 5-10 ปี และ 11-15 ปีจำนวน 64 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา มีระยะเวลาดำเนินงาน 16-20 ปีจำนวน 18 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 10,000-50,000 บาท จำนวน 100 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก 50,001-100,000 บาท จำนวน 46 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 32 ตามลำดับ แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่มจากการกู้เงินจากสถาบันการเงิน จำนวน 76 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมา เป็นการระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 51 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 35 และ เงินทุนของตนเองจำนวน 19 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.35$, $SD=0.61$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มได้กำหนดระดับการเข้าถึงขั้นความลับของข้อมูลตามความรับผิดชอบและความสำคัญของแต่ละบุคคล มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด ($\bar{x}=4.08$, $SD=0.63$) รองลงมาคือกลุ่มได้นำระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ($\bar{x}=4.03$, $SD =0.64$) กลุ่มมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติทางธุรกิจเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งออก ($\bar{x}=3.39$, $SD=0.63$) กลุ่มมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าภายนอก ($\bar{x}=3.62$, $SD =0.8$) กลุ่มได้จัดทำฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้น ($\bar{x}=3.52$, $SD =0.75$) กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ ที่สามารถนำข้อมูลมาให้กับบุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์เท่ากับกลุ่มได้ให้ความรู้บุคลากรในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่ กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ ที่สามารถนำข้อมูลมาให้กับบุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์ ($\bar{x}=3.51$, $SD=0.54$, $SD=0.61$, $SD=0.55$) กลุ่มมีการจัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน ($\bar{x}=3.04$, $SD=0.48$) กลุ่มมีการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อมาใช้ในการดำเนินงาน ($\bar{x}=2.64$, $SD=0.64$) กลุ่มได้นำระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference System) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพ ($\bar{x}=2.62$, $SD=0.49$) กลุ่มมีหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยเฉพาะ ($\bar{x}=2.25$, $SD=0.50$) ตามลำดับ

5.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรม

ความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.96$, $SD=0.61$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่ากลุ่มได้สร้างความแตกต่างที่ได้เปรียบให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}=4.36$, $SD=0.56$) รองลงมาคือ กลุ่มได้จัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการส่งออกให้เพียงพอ ($\bar{x}=3.68$, $SD=0.47$) กลุ่มได้จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร ในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ ($\bar{x}=3.64$, $SD=0.53$) กลุ่มได้ติดตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตทั้งในและต่างประเทศ ($\bar{x}=3.23$, $SD=0.42$) กลุ่มได้พัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ ($\bar{x}=2.87$, $SD=0.72$) กลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างส่วนงานภายในองค์กร เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ภายในองค์กร ($\bar{x}=2.86$, $SD=0.85$) กลุ่มได้เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกแผนกมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาระบบการผลิตและพัฒนากิจการดำเนินงานขององค์กร ($\bar{x}=2.66$, $SD=0.70$) กลุ่มเคยร่วมมือกับสถานศึกษา/มหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของธุรกิจ ($\bar{x}=2.62$, $SD=0.85$) กลุ่มได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมอบรม เพื่อการพัฒนาด้านนวัตกรรมที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดหลักสูตรไว้ ($\bar{x}=2.52$, $SD=0.654$) กลุ่มมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนวัตกรรม โดยตั้งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ขององค์กร ($\bar{x}=2.34$, $SD=0.48$) กลุ่มมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า/ลูกค้าในธุรกิจ ($\bar{x}=1.81$, $SD=0.60$) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการเปรียบเทียบการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรีวิเคราะห์โดยการนำข้อมูลมาคำนวณหาค่าคือ One-Way Analysis of Variance (One-Way ANOVA) โดยกำหนดค่านัยสำคัญ (Significance) ที่ระดับค่า $p < .05$ หรือระดับค่าความเชื่อมั่นทางสถิติที่ร้อยละ 95 พบว่าผลการเปรียบเทียบสถานะของผู้ตอบที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการเปรียบเทียบประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการเปรียบเทียบจำนวนสมาชิกในกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการเปรียบเทียบระยะเวลาดำเนินงานของ

กลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับ การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการเปรียบเทียบทุนจดทะเบียนเริ่มแรกของกลุ่มที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาเรื่องการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ มีการกำหนดเป้าหมายและทิศทางใน การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และมีการควบคุมนโยบายและกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ McFarland (1979) ที่กล่าวว่า ผู้นำ คือ บุคคลที่มีความสามารถในการใช้อิทธิพลให้ คนอื่นทำงานในระดับต่าง ๆ ที่ต้องการ ให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ นอกจากนี้ในวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ มักจะมีผู้นำทำหน้าที่ให้ข้อมูลสอนงาน ให้คำชี้แนะวิธีการ ทำงาน แก่สมาชิกในกลุ่มและผู้ปฏิบัติงาน ความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนนทบุรีเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางเนื่องจากกลุ่มขาดหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ วรรณ นภาโพธิ์ผลิ (2558) กล่าวถึงการพัฒนากระบวนการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมการตลาดของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรี โดยชุมชนมีส่วนร่วมการติดตามการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการส่งเสริมการตลาดผ่านทางโซเชียลมีเดียเฟซบุ๊ก แพนเพจ โปรแกรมไลน์ และโปรแกรมไลน์ช้อปปิ้ง โดยนอกจากจะมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาดแล้ว กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในกลุ่มอีกด้วยโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการส่งเสริมการตลาด สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้แก่กลุ่ม สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้า และช่วยแก้ปัญหาในด้านการตลาด เช่น การหาตลาดเพื่อจัดจำหน่าย ลดต้นทุนการผลิตสินค้า อำนวยความสะดวกในการติดต่อกับลูกค้าและกลุ่มสมาชิกธุรกิจที่มีการลงทุนและมีระดับความสามารถของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สูงกว่าจะสามารถทำกำไรในการดำเนินธุรกิจได้ดีกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของพัชสิริ ชมพุกำ (2552) กล่าวถึงความได้เปรียบในเรื่องต้นทุน (Cost Competitiveness) ในยุคของความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศก้าวหน้าไปอย่างรวดเร็ว ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลหลากหลายได้ง่ายขึ้น ไม่เป็นการยากสำหรับผู้บริโภคที่จะตรวจสอบข้อมูลเปรียบเทียบ

ราคาสินค้า และบริการก่อนตัดสินใจซื้อธุรกิจใดที่สามารถนำเสนอสินค้าได้ในราคาที่ต่ำคือ คุณภาพสินค้า/บริการ เหมาะสมกับราคา จึงมีความได้เปรียบทางการแข่งขันมากกว่า และสอดคล้องกับแนวคิดของ Michael E. Porter (2005) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์การลดต้นทุนทำให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง 2 ประการ คือ 1. ความได้เปรียบด้านราคา องค์กรธุรกิจที่มีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าสามารถกำหนดราคาของสินค้าได้ต่ำกว่าคู่แข่ง 2. ความได้เปรียบด้านการทำกำไร การลดต้นทุนย่อมสามารถมีกำไรได้มากกว่า เมื่อจำหน่ายสินค้าและบริการในปริมาณคุณภาพใกล้เคียงกัน และในระดับราคาเดียวกันซึ่งปัจจัยหนึ่งมาจากการที่นาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรที่ใช้ในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพช่วยลดต้นทุนในการผลิตอันนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจความคิดเห็นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี เกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านนวัตกรรมโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากกลุ่มขาดการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับคู่ค้า/ลูกค้าในธุรกิจวิสาหกิจชุมชน มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เป็นเครื่องมือในการสร้างฐานรากเศรษฐกิจและสังคมให้เข้มแข็ง เพื่อที่จะให้ระบบเศรษฐกิจและสังคมส่วนอื่น ๆ ได้ต่อยอดบนฐานที่มั่นคง สามารถคงทนต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกทุนนิยมได้สอดคล้องกับความเห็นของผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เห็นว่าสภาพความเป็นอยู่ของสมาชิกและชาวบ้านในพื้นที่ดีขึ้นกว่าในอดีต มีการกระจายรายได้ในท้องถิ่นมากขึ้น ชาวบ้านมีรายได้ส่งบุตรหลานเรียนหนังสือในระดับชั้นสูงขึ้น จำนวนคนว่างงานลดลง โดยรวมแล้วทำให้สภาพเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดหากเราสามารถผลักดันนวัตกรรม เพียงแค่เริ่มต้นปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงาน เพิ่ม Process Innovation ให้มากยิ่งขึ้น เป็นการเปลี่ยนความคิดที่ว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก ปลูกฝังความคิดว่านวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่ายส่งเสริมได้แม้ในการผลิตขนาดเล็กอย่างวิสาหกิจชุมชนใกล้ตัว ผลที่ได้จากการส่งเสริม Process Innovation แก่ธุรกิจขนาดย่อม จะเปรียบเสมือนใบพัดเล็ก ๆ ที่รวมกันแล้วมีพลังเหมือนเครื่องยนต์ขนาดใหญ่ สามารถเป็นหนึ่งในกลไกที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยขอสรุปข้อเสนอแนะเพื่อเป็นข้อมูลแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในการตัดสินใจในนำวางแผนกลยุทธ์เกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาดด้านต่าง ๆ และการยอมรับเทคโนโลยีที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของการซื้อสินค้าของผู้บริโภค และเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้สนใจทั่วไปได้ศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นโดยการเพิ่มกลุ่มตัวอย่างไปยังทั่วประเทศเพื่อให้ครอบคลุมประชากรกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มากขึ้น

5.3.2.2 ควรเพิ่มการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลและปัญหาที่ละเอียด
ยิ่งขึ้น



บรรณานุกรม

- การพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2549). **คู่มือการดำเนินงานเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ตามแผนปฏิบัติการกรมการพัฒนาชุมชน**. กระทรวงมหาดไทยกรุงเทพฯ.
- กองบริหารมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.(ออนไลน์).เข้าถึงได้จาก: <https://tcps.tisi.go.th/public/> วันที่สืบค้น 14 กรกฎาคม2564.
- คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่11 พ.ศ.2555-2559**. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: https://www.nesdc.go.th/download/article/article_20160323112431.pdf. วันที่สืบค้น 14 กรกฎาคม 2564.
- ชลนิภัทร์ ปทุมมา. (2553). **กลยุทธ์ธุรกิจและกลยุทธ์การตลาดเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจประกันภัย:กรณีศึกษา บริษัท เมืองไทย ประกันภัย จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ณภัทร ทิพย์ศรี. (2558). **การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงราย**. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. ปีที่ 10(2): 60-70.
- ทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2547). **การปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมหัตถกรรมพื้นบ้านในภาคเหนือตอนบน**. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปฏิพัทธ์ เพชรศิริ(2560). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าในเขตตลาดโต้เบ้าของธุรกิจค้าปลีก**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปวิมา ถนิมกาญจน์. (2554). **ความพร้อมของทรัพยากรและความสามารถเชิงพลวัต**. วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน. ค้นเมื่อวันที่ 14 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.gotoknow.org/posts>.
- พัชสิริ ชมพู่คำ. (2552). **องค์กรและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แมคกรอฮิล.
- ภาพิมล ชนรุ่งเจริญกิจและคณะ. (2560). **กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจร้าน Mr. Ice Cream จังหวัดนครปฐม**. Veridian E-Journal, Silpakorn University, ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(1) เดือนมกราคม-เมษายน 2560: 1152-1167.

- เยาวลักษณ์ แก้วยอด. (2555). การศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปไม้ไผ่ในเขต
ปฏิรูปที่ดิน ตำบลถ้ำฉลอง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. กรุงเทพฯ: สำนักวิชาการและ
 แผนงาน สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และสุรัชย์ อุดมอ่าง. (2554). การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อ
ความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในเขตภาคเหนือของประเทศไทย.
 วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.
- เรวัตร์ ชาตรีวิศิษฐ์ และคณะ. (2553). **การจัดการเชิงกลยุทธ์**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อักษรเงิน-
 ดี จำกัด.
- ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. (2551). **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:
 สุวีริยาสาสน์.
- วรรณภา โพธิ์ผลิ. (2558). **การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริม
 การตลาดของวิสาหกิจชุมชนเขตรอบนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วม**. ศูนย์ข้อมูลการวิจัย Digital
 “วช.” ค้นเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2564, จาก <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/291925>
- วิจิต นันทสุวรรณ. (2548). **ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิหมู่บ้าน.
- เสรี พงศ์พิศ. (2544). **แนวคิด แนวปฏิบัติ ประสบการณ์กองทุนหมู่บ้าน สวัสดิการชุมชน**.
 กรุงเทพฯ: ภูมิปัญญาไทย.
- สุดใจ ผ่องแผ้ว และนุจรีภาคาสัตย์. (2559). **รูปแบบความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
 OTOP ที่เป็น SMEs ในประเทศไทย**. Veridian E-Journal, Silpakorn University,
ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 9(3) เดือนกันยายน-
 ธันวาคม 2559: 1659-1675.
- สมยศ นาวิการ. (2540). **การบริหารและพฤติกรรมองค์กร เรื่องการจูงใจจากแนวความคิดไปสู่
 การประยุกต์ใช้**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์บรรณกิจ.
- อริสรา เกษกระโทก. (2549). **ผลกระทบกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีต่อศักยภาพ ในการ
 แข่งขันและผลประกอบการของธุรกิจส่งออกเฟอร์นิเจอร์ ในประเทศไทย**. การค้นคว้า
 อีสรประปัญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารเทคโนโลยี, วิทยาลัยนวัตกรรม,
 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Drucker, P. F. (1963). **Managing for business effectiveness**. Harvard: Harvard
 University.
- Fehr, E., and Falk, A. (1990). **Wage Rigidity in a Competitive Incomplete Contract
 Market**.

- McFarland. (1979). **Management: Foundation & Practices**. 5 th ed. New York: Macmillan Publishing Inc.
- Kaplan, R.S., and Norton, D.P. (1996). **Linking the balanced scorecard to strategy**. California Management Review, 39(1), pp. 53-79.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for ResearchActivities**. Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp. 607-610.
- Porter, M.E. (2005). **The Competitive Advantage Creating and Sustaining Superior Performance**. New York: The Free Press. 4.
- Rowe, J. (1998). **Decision Making**. New Jersey: Prentice-Hall.







ภาคผนวก ก
แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

เรื่องการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม
ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

แบบสอบถามชุดนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเพื่อขอรับทุนมหาวิทยาลัยราชพฤกษ์ คณะ
บริหารธุรกิจ สาขาวิชา การบริหารธุรกิจ

ข้อมูลในแบบสอบถามเป็นข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วย
เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี ดังนั้นขอให้ท่านผู้ตอบ
แบบสอบถามควรเป็นผู้นำหรือสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี มีความรู้ความเข้าใจ
เกี่ยวกับการบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม เป็นอย่าง
ดีเพื่อข้อมูลที่ได้รับจากท่านทำให้ผลการวิจัยออกมาตรงประเด็นที่ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้และเป็น
ประโยชน์ต่อการศึกษาในครั้งนี้ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจทั่วไป

แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วยคำถาม3ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่ 2 การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม
ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ส่วนที่3ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านช่วยตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อตามความคิดเห็นของ
ท่านและตรงตามความเป็นจริงมากที่สุดข้อมูลที่ตอบจะถูกเก็บเป็นความลับและไม่ก่อให้เกิดความ
เสียหายต่อผู้ตอบแบบสอบถามแต่อย่างใดและขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ศินาภรณ์ หู้เต็ม

มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดจันทนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อเท็จจริงในวิสาหกิจชุมชนของท่านมากที่สุด

1. สถานภาพผู้ตอบ

- 1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม

2. ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

- 1) ประเภทอาหาร 2) ประเภทเครื่องดื่ม
 3) ประเภทผ้า 4) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง
 5) เครื่องประดับ 6) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก
 7) เครื่องหนัง 8) ประเภทที่ไม่ใช่อาหารและยา

3. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม

- 1) น้อยกว่า 5 คน 2) 5-10 คน
 3) 11-20 คน 4) 21-30 คน
 5) 31-40 คน 6) 41-50 คน
 7) 50 คน ขึ้นไป

4. ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม

- 1) น้อยกว่า 5 ปี 2) 5-10 ปี
 3) 11-15 ปี 4) 16-20 ปี
 5) 21-25 ปี 6) 26 ปีขึ้นไป

5. ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท 2) 10,000-50,000 บาท
 3) 50,001-100,000 บาท 4) 100,001-150,000 บาท
 5) มากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป

6. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม

- 1) เงินทุนของตนเอง 2) กู้เงินจากสถาบันการเงิน
 3) ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม 4) รัฐบาลสนับสนุน
 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่2การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม ของ
วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ระดับความคิดเห็น 5=มากที่สุด 4=มาก 3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด/ยังไม่มีการดำเนินงาน

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1. กลุ่มได้จัดทำฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการสืบค้น					
2. กลุ่มมีการจัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน					
3. กลุ่มมีการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อมาใช้ในการดำเนินงาน					
4. กลุ่มได้นำระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ					
5. กลุ่มมีการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์					
6. กลุ่มได้นำระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference System) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อประสิทธิภาพ					
7. กลุ่มได้กำหนดระดับการเข้าถึงชั้นความลับของข้อมูลตามความรับผิดชอบและความสำคัญของแต่ละบุคคล					
8. กลุ่มได้ให้ความรู้บุคลากรในเรื่องคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน					
9. กลุ่มมีหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ					
10. กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ ที่สามารถนำข้อมูลมาให้บุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์					
11. กลุ่มมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติทางธุรกิจเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งออก					
12. กลุ่มมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยงธุรกิจเข้ากับกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าภายนอก					

ส่วนที่ 2 การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของ
วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

ระดับความคิดเห็น 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3=ปานกลาง

2=น้อย 1 = น้อยที่สุด/ยังไม่มีการทำงาน

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม	ระดับการปรับตัว				
	5	4	3	2	1
ด้านนวัตกรรม					
1. กลุ่มได้สร้างความแตกต่างที่ได้เปรียบให้กับตัวผลิตภัณฑ์					
2. กลุ่มได้จัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อ การส่งออกให้เพียงพอ					
3. กลุ่มมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า/ลูกค้าในธุรกิจ					
4. กลุ่มเคยร่วมมือกับสถานศึกษา/มหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนา นวัตกรรมของธุรกิจ					
5. กลุ่มได้เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกแผนกมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนากระบวนการผลิตและพัฒนาการทำงานขององค์กร					
6. กลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างส่วนงานภายในองค์กรเพื่อกระตุ้น ให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมใหม่ ๆ ภายในองค์กร					
7. กลุ่มได้จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร ในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และจดทะเบียน เครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ					
8. กลุ่มได้ติดตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตทั้งในและ ต่างประเทศ					
9. กลุ่มมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเรื่องนวัตกรรม โดยตั้งเป็น หนึ่งในวิสัยทัศน์ขององค์กร					
10. กลุ่มได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรมอบรมเพื่อการพัฒนา นวัตกรรมที่หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้จัดหลักสูตรไว้					
11. กลุ่มได้พัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมให้ยากต่อการลอกเลียนแบบ					



ภาคผนวก ข

การวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

การวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามโดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง
ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
	1	2	3		
1. สถานภาพผู้ตอบ <input type="checkbox"/> 1) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน <input type="checkbox"/> 2) ผู้แทน/สมาชิกกลุ่ม	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2. ประเภทผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม <input type="checkbox"/> 1) ประเภทอาหาร <input type="checkbox"/> 2) ประเภทเครื่องดื่ม <input type="checkbox"/> 3) ประเภทผ้า <input type="checkbox"/> 4) ประเภทเครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่ง <input type="checkbox"/> 5) เครื่องประดับ <input type="checkbox"/> 6) ประเภทศิลปะประดิษฐ์และของที่ระลึก <input type="checkbox"/> 7) เครื่องหนัง <input type="checkbox"/> 8) ประเภทที่ไม่ใช่อาหารและยา	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
3. จำนวนสมาชิกในกลุ่ม <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 5 คน <input type="checkbox"/> 2) 5-10 คน <input type="checkbox"/> 3) 11-20 คน <input type="checkbox"/> 4) 21-30 คน <input type="checkbox"/> 5) 31-40 คน <input type="checkbox"/> 6) 41-50 คน <input type="checkbox"/> 7) 50 คน ขึ้นไป	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
4. ระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม <input type="checkbox"/> 1) น้อยกว่า 5 ปี <input type="checkbox"/> 2) 5-10 ปี <input type="checkbox"/> 3) 11-15 ปี <input type="checkbox"/> 4) 16-20 ปี <input type="checkbox"/> 5) 21-25 ปี <input type="checkbox"/> 6) 26 ปีขึ้นไป	0	0	+1	0.33	ปรับปรุง

รายการขอความคิดเห็น	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
	1	2	3		
5. ทุนจดทะเบียนเริ่มแรก <input type="checkbox"/> 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท <input type="checkbox"/> 2) 10,000–50,000 บาท <input type="checkbox"/> 3) 50,001–100,000 บาท <input type="checkbox"/> 4) 100,001–150,000 บาท <input type="checkbox"/> 5) มากกว่า 150,000 บาทขึ้นไป	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
6. แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการจัดตั้งกลุ่ม <input type="checkbox"/> 1) เงินทุนของตนเอง <input type="checkbox"/> 2) กู้เงินจากสถาบันการเงิน <input type="checkbox"/> 3) ระดมทุนของสมาชิกในกลุ่ม <input type="checkbox"/> 4) รัฐบาลสนับสนุน <input type="checkbox"/> 5) อื่น ๆ โปรดระบุ.....	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้



ส่วนที่ 2 การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมของ
วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนนทบุรี

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
	1	2	3		
1. ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ					
1. กลุ่มได้จัดทำฐานข้อมูลเพื่ออำนวยความสะดวกในการ สืบค้น	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2. กลุ่มมีการจัดหาอุปกรณ์ทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่ ทันสมัยให้เพียงพอต่อความต้องการใช้งาน	+1	0	+1	0.66	ใช้ได้
3. กลุ่มมีการจัดหาซอฟต์แวร์ที่มีประสิทธิภาพเพื่อมาใช้ในการ ดำเนินงาน	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
4. กลุ่มได้นำระบบธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
5. กลุ่มมีการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
6. กลุ่มได้นำระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ (Video Conference System) มาใช้ในการสื่อสารเพื่อ ประสิทธิภาพ	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
7. กลุ่มได้กำหนดระดับการเข้าถึงชั้นความลับของข้อมูล ตามความรับผิดชอบและความสำคัญของแต่ละบุคคล	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
8. กลุ่มได้ให้ความรู้บุคลากรในเรื่องคอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
9. กลุ่มมีหน่วยงานที่ดูแลด้านการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศโดยเฉพาะ	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
10. กลุ่มมีระบบบริหารจัดการองค์ความรู้ ที่สามารถนำ ข้อมูลมาให้บุคลากรในองค์กรได้ใช้ประโยชน์	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
11. กลุ่มมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติทางธุรกิจเพื่อใช้ในการ วิเคราะห์ข้อมูลในด้านต่าง ๆ เพื่อการส่งออก	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
12. กลุ่มมีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่สามารถเชื่อมโยง ธุรกิจเข้ากับกลุ่มลูกค้า/คู่ค้าภายนอก	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ (ต่อ)

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
	1	2	3		
2. ด้านนวัตกรรม					
1. กลุ่มได้สร้างความแตกต่างที่ได้เปรียบให้กับตัวผลิตภัณฑ์	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
2. กลุ่มได้จัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยและพัฒนาสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อการส่งออกให้เพียงพอ	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
3. กลุ่มมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้า/ลูกค้าในธุรกิจ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
4. กลุ่มเคยร่วมมือกับสถานศึกษา/มหาวิทยาลัยในการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมของธุรกิจ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
5. กลุ่มได้เปิดโอกาสให้บุคลากรทุกแผนกมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนากระบวนการผลิตและพัฒนาการทำงานขององค์กร	+1	+1	+1	1.0	ใช้ได้
6. กลุ่มได้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างส่วนงานภายในองค์กรเพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ ภายในองค์กร	-1	+1	+1	0.33	ใช้ได้
7. กลุ่มได้จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร ในผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
8. กลุ่มได้ติดตามเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอโดยการเข้าร่วมงานแสดงสินค้านวัตกรรมและเทคโนโลยีการผลิตทั้งในและต่างประเทศ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้

ส่วนที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ (ต่อ)

การบริหารความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม	ความคิดเห็น ผู้เชี่ยวชาญ			IOC	สรุปผล
	1	2	3		
2. ด้านนวัตกรรม					
9. กลุ่มมีการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญกับเรื่อง นวัตกรรม โดยตั้งเป็นหนึ่งในวิสัยทัศน์ขององค์กร	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
10. กลุ่มได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม อบรมเพื่อการพัฒนาด้านนวัตกรรมที่หน่วยงานทั้ง ภาครัฐและเอกชนได้จัดหลักสูตรไว้	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้
11. กลุ่มได้พัฒนาสินค้าที่มีนวัตกรรมให้ยากต่อการ ลอกเลียนแบบ	+1	+1	+1	1.00	ใช้ได้



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวศิวมาภรณ์ หู่เต็ม
วัน เดือน ปีเกิด	14 เมษายน 2509 สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปริญญาตรี ศิลปศาสตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, 2534 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร ปริญญาโท บริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ, 2551
ตำแหน่งและสถานที่ทำงาน	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ประสบการณ์ทำงาน	
2537	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ เทคโนโลยีปทุมธานี
2540	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยี วิมลบริหารธุรกิจ
2551- ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ชื่อผลงานทางวิชาการที่ตีพิมพ์เผยแพร่	<ul style="list-style-type: none"> - การศึกษาพฤติกรรมด้านจริยธรรมของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 วิทยาลัยราชพฤกษ์ - พฤติกรรมป้องกันตนเองจากยาเสพติดของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้น ในเขตอำเภอบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี - ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขของผู้สูงอายุในชุมชนตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี - ปัจจัยองค์การที่สัมพันธ์กับความสำเร็จทางธุรกิจของผู้ประกอบสินค้าOTOP ที่ได้รับคัดสรร ระดับ 5 ดาว จังหวัดนนทบุรี