



รายงานการวิจัย

เรื่อง

การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ

ภาคตะวันออกของประเทศไทย

Innovational Management of The Community-based Enterprises in
the Area of Thailand Eastern Economic

โดย

นพวรรณ พึ่งพา

สนับสนุนโดยทุนอุดหนุนการวิจัย

คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2563

รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ
ภาคตะวันออกของประเทศไทย

Innovational Management of The Community-based Enterprises in
the Area of Thailand Eastern Economic

นพวรรณ พิงพา

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูง สำหรับคณะกรรมการและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน ในภาคตะวันออก 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง ที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลในการตอบ แบบสอบถาม ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนของสำนักงานเกษตรอำเภอพนมสารคาม จังหวัด ฉะเชิงเทรา เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดระยอง ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะ ผู้บริหารเทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย ประธานวิสาหกิจชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ในวิสาหกิจชุมชนระดับก้าวหน้า ที่อนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลการตอบสัมภาษณ์กลุ่มและสัมภาษณ์เฉพาะตัวบุคคล และ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ ด้านวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา เก้าประดิษฐ์ ภาควิชาสังคมวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก และขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนรรตน์ อนันนทนาธร หัวหน้าภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้ให้ สัมภาษณ์ และให้คำปรึกษาในการทำวิจัยฉบับนี้ จนสำเร็จด้วยดี และขอขอบคุณคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่ให้ทุนสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้ จากทุนอุดหนุนการวิจัยคณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา 2563

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่วิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน ศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรมที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน และเสนอแนวทางในการพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เป็นงานวิจัยเชิงผสม (Mixed-method design) ระหว่างเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เชิงปริมาณเก็บแบบสอบถามจากสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออก 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จำนวน 342 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและตัวแปรเชิงอนุมาน ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple linear regression analysis) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ การทำนาย (Coefficient of Determination : R²) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และกลุ่มตัวอย่างจากบุคคลที่สำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนที่บริหารกิจการและมีความยั่งยืน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ผลการศึกษาพบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีการจัดการเชิงนวัตกรรมอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ด้านพฤติกรรม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้านนี้ ด้านกระบวนการ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และด้านกลยุทธ์ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ และวิสาหกิจชุมชนมีการจัดการเชิงนวัตกรรม ในการสร้างสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้าน ดังนี้ด้านการสร้างความแตกต่าง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 รองลงมาคือ ด้านการลดต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และด้านมีความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

Abstract

This research on Innovational Management of The Community-based Enterprises in the Area of Thailand Eastern Economic has 3 objectives which are, (1) to analyze the innovative management of community enterprises, (2) to study the influence of innovative management towards the establishment of competitive advantages of community enterprises, and (3) to propose the guidelines for developing innovative management to establish competitive advantages of community enterprises. This research adopted mixed-method design between quantitative research and qualitative research. In terms of quantitative research, questionnaires were collected from 342 members of community enterprises residing in 3 provinces in the eastern region including Chachoengsao, Chonburi, and Rayong. The data were analyzed using descriptive statistics and inferential variables, and processed by software package programs for social science research. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, and standard deviation. T-test, One-Way Analysis of Variance and Multiple linear regression analysis with Coefficient of Determination (R^2) were adopted for hypothesis testing by setting the level of statistical significance at 0.05. In terms of, qualitative research, the data were collected by in-depth interviews and sample groups from important individuals such as community leaders, chairman of community enterprises focusing on sustainable management, and members of the community enterprises.

The research results showed that most community enterprises adopt innovative management practices at a moderate level with an average of 3.21. When considering each aspect, it was found that there were 2 aspects of innovation management at a high level, namely, the behavioral aspect at an average of 3.52, and the product and service aspect at an average of 3.46, respectively. Further, there were 3 aspects at a moderate level as follows: the operation aspect at an average of 3.18, the marketing aspect at an average of 2.96, and the strategy aspect at an average of 2.96, respectively. Overall, the community enterprises adopt innovative management practices to establish a competitive advantage at a moderate level with an average of 3.25. When considering each aspect, it was found that the innovation and product enhancement aspect is the only one at the high level with an average of 3.42, while 3 aspects were ranked a moderate level including the differentiation aspect at an average of 3.27, followed by the cost reduction aspect at an average of 3.20, and the flexibility aspect at an average of 3.18, respectively.

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
3. ขอบเขตของการวิจัย	3
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. นิยามศัพท์	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
1. แนวคิดและทฤษฎี	7
1.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม	7
1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม	15
1.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน	18
1.4 แนวคิดการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน	23
1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	25
2. ศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจชุมชน	28
3. นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน	30
4. กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยและต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ	33
5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	37
6. กรอบแนวคิดการวิจัย	39
7. สมมติฐานการวิจัย	39
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
1. รูปแบบการวิจัย	41
2. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา	41
3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	43
4. การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม	44
5. การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
6. วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	49
1. สัญลักษณ์รูปแบบการวิจัย	41
2. ผลการศึกษา	50
2.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบ สอบถาม	50
2.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม	53
2.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขต พื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	56
2.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	66
2.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน	72
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
1. สรุปผลการวิจัย	82
2. อภิปรายผลวิจัย	85
3. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้	88
4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	90
บรรณานุกรม	91

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 กลุ่มค่านิยมของนวัตกรรม	8
ตารางที่ 2.2 พัฒนาการของนวัตกรรม	10
ตารางที่ 2.3 การประเมินผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน	24
ตารางที่ 2.4 การประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน	28
ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด ที่ถูกเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	42
ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางธุรกิจ (n = 342)	50
ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยองค์กร (n = 342)	53
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	56
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของ ประเทศไทย (n = 342)	58
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	59
ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านพฤติกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	61
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในภาพรวม (n = 342)	64
ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางการแข่งขันด้านการลด ต้นทุน ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	66
ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	67
ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางการแข่งขันด้านมีความยืดหยุ่น ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	69
ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางการแข่งขันด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)	70
ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสำเร็จทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยในภาพรวม (n = 342)	71
ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ได้จากความถดถอยพหุคูณของการจัดการเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลกับความสำเร็จทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	72
ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของของการจัดการเชิงนวัตกรรมที่มีต่อระดับความสำเร็จทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	73
ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการที่มีต่อความสำเร็จทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	75

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ที่มีต่อ ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาค ตะวันออกของประเทศไทย	77
ตารางที่ 4.18 สรุปสมมติฐานการวิจัย	79
ตารางที่ 5.1 แสดงอันดับผลของการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน	83
ตารางที่ 5.2 แสดงอันดับผลของความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน	84

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 5.1 อิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย	85

บทที่ 1

บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติในระยะเวลา 20 ปี (2560-2579) ประกอบไปด้วยกรอบการพัฒนา 6 ยุทธศาสตร์ และใน 6 ยุทธศาสตร์มียุทธศาสตร์ที่สำคัญที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับชุมชน ปรากฏอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ 2 ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ พัฒนาผลิตภาพทางการผลิตและแรงงาน พัฒนาวិสาหกิจชุมชนและสถาบันเกษตรกร การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญที่จะสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานการ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในระดับชุมชนให้มีความ มีอาชีพ มีรายได้ที่มั่นคง และลดความเหลื่อมล้ำอีกด้วย

การพัฒนาผลิตภาพของวิสาหกิจชุมชนได้มีการกำหนดแนวทางไว้หลายแนวทาง เช่น การพัฒนาฝีมือ การพัฒนาการผลิต การจัดหาแหล่งทุนในการสนับสนุน รวมถึงการส่งเสริมให้มีการนำนวัตกรรมไปใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพและเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์รวมถึงการพัฒนาการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอีกด้วย

จากการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ซึ่งได้ระบุว่าเศรษฐกิจชุมชนเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง สะท้อนให้เห็นการให้ความสำคัญของภาครัฐในความพยายามส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจจากความรู้พื้นฐานของชุมชนทั้งในด้านเงินทุน จากนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในปี พ.ศ.2554 เพื่อให้ชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือด้านต่างๆ เช่นด้านเงินทุน ด้านความรู้สมัยใหม่ และด้านการบริหารจัดการ ดังนั้นการนำเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจ สามารถเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันขณะที่ยังมีความ ไม่พร้อม หรือยังไม่แข็งแรง พร้อมๆ กับการไม่ประมาทและไม่โลภมากเกินไป จนเมื่อแข็งแรงพอก็สามารถเข้าสู่การแข่งขันในแบบที่ไม่ใช่มุ่งแพ้ชนะอย่างเอาเป็นเอาตาย แต่เป็นการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ คือเพื่อเสริมสมรรถภาพและความเข้มแข็ง ในขณะที่เดียวกันเศรษฐกิจพอเพียงก็มีใช้เศรษฐกิจที่ส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยมอย่างไร้ขอบเขต แต่ให้พิจารณาและใช้ประโยชน์จากกระแส โลกาภิวัตน์อย่างชาญฉลาด รู้เท่าทันสามารถเลือกรับเฉพาะสิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อ สังคมในระยะยาว (พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์, 2554)

ในปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายในประเทศไทย มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก และมีหลายแห่งมีความเข้มแข็ง และดำรงอยู่ได้ แต่มีหลายแห่งประสบปัญหาและล้มเลิกกิจการไป สิ่งหนึ่งที่วิสาหกิจชุมชนต้องประสบคือ ภาวะการแข่งขันทางธุรกิจ ถึงแม้วิสาหกิจชุมชนจะมีเป้าหมายเพื่อการพึ่งพาภายในชุมชน แต่ในการธุรกิจแล้วการค้าเน้นธุรกิจจะต้องเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกเช่นกัน ดังนั้น ปฏิเสธไม่ได้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะไม่เจอการแข่งขันเพราะระบบเศรษฐกิจเป็นระบบเปิด ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าจากภายนอกสามารถเข้าไปสู่ชุมชนได้ หรือ

แม้กระทั่งการแย่งชิงวัตถุดิบจากผู้ประกอบการภายนอกกับวิสาหกิจชุมชน การแข่งขันด้านการตลาด ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนต้องมีการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง

การดำเนินธุรกิจมิได้มีเพียงความท้าทายเฉพาะการลดต้นทุนในการผลิตหรือคุณภาพของสินค้าและบริการเท่านั้น เพราะการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากความก้าวหน้าอันรวดเร็วของเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงความสามารถในการผลิต การให้ความสำคัญต่อการเพิ่มความแข็งแกร่งของธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งต้องปรับตัวต่อการแข่งขัน ประเทศต่างๆ ทั้งจากธุรกิจภายในประเทศและต่างประเทศต่างให้ความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนมักประสบกับอุปสรรคที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ การขาดความสนใจในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อยกระดับมูลค่าสินค้าและบริการ ข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลหรือองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจและการดำเนินงาน ข้อจำกัดในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน หรือการส่งผ่านธุรกิจครอบครัวที่เริ่ม มีอัตราการอยู่รอดน้อยลง เป็นต้น

นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจชุมชนเป็นการคิดนอกกรอบอันนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดประโยชน์ด้านสังคม และเศรษฐกิจของประเทศ การรับรู้ถึงตรานวัตกรรมเป็นการประเมินเชิงอัตวิสัยในการตีความหรือแปลความหมายเกี่ยวกับตราสินค้าเชิงนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่จะทราบว่าการนวัตกรรมและคุณลักษณะที่มุ่งเน้นในระดับผลิตภัณฑ์สามารถเปลี่ยนไปสู่ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของตราสินค้าได้อย่างไร การใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของนวัตกรรม ซึ่งองค์กรไม่สามารถหยุดความคิดสร้างสรรค์ที่ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการสร้างนวัตกรรมและการประยุกต์ใช้งานได้ ในการบรรลุข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนนวัตกรรมถือว่าเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด เช่น องค์กรมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมในช่วงเวลาสามปีที่ผ่านมา องค์กรให้ความสนใจเกี่ยวกับข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ในระหว่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็น ลูกค้าขององค์กรมีการให้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ และเมื่อมีการเปิดตัวผลิตภัณฑ์บริการใหม่ส่งผลให้อัตราการเติบโตของยอดขายขององค์กรเพิ่มขึ้น เป็นต้น องค์กรนวัตกรรมจึงองค์กรที่มีความยืดหยุ่นและมีความสามารถในการปรับตัวทั้งทางด้านการแข่งขันในตลาดและทางด้านเทคโนโลยีที่ดีเมื่อเทียบกับองค์กรอื่น นอกจากนั้น ความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มขึ้นอีกทั้งความต้องการของตลาดและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถใหม่ๆ หรือความสามารถในการบริหารจัดการที่แตกต่างกันไปเพื่อพัฒนานวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จและสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันของตนเอาไว้ผ่านประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์นวัตกรรมอันเป็นผลของการใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น (วาสนา คำไทย, 2561)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีความตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาจึงได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่องการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นการแข่งขัน ประสิทธิภาพการสร้างสรรค่นวัตกรรม ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย เพื่อได้อาผลการศึกษาวิจัยไปปรับปรุงพัฒนา และเสนอแนวทางใน

การพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย

2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย

2.3 เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกของประเทศไทย

3. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ในครั้งนี้ใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยตั้งแต่ เดือนเมษายน พ.ศ. 2563 จนถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2563 รวมเป็นระยะเวลา 9 เดือน

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. การศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้การศึกษา คือ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดที่อยู่ในเขตพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดที่สามารถนำมาใช้อ้างอิงได้ผู้วิจัยจึงเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยการใช้การคำนวณโดยเปิดตารางสำเร็จของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดการยอมรับค่าความคลาดเคลื่อน 3% ที่ระดับความเชื่อมั่น 97% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 1,111 ราย

2. การศึกษาเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interviews) ประกอบไปด้วย ผู้บริหารหรือผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ข้าราชการระดับจังหวัดและอำเภอที่รับผิดชอบ ผู้บริหารหรือตัวแทนวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดที่อยู่ในระดับก้าวหน้าทั้ง 3 จังหวัด จำนวน 10 ท่าน นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการนวัตกรรม และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับจำนวนของผู้สัมภาษณ์ขึ้นอยู่กับจำนวนของข้อมูลเพียงพอต่อการวิเคราะห์

3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหาของการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาและวิเคราะห์นวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน ใน 4 ได้แก่ นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมด้านระบบและกระบวนการ นวัตกรรมด้านการตลาด นวัตกรรมด้านพฤติกรรม และนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ สำหรับความได้เปรียบทางการแข่งขัน วิเคราะห์จากความสามารถในการลดต้นทุน ความสามารถในการสร้างความแตกต่าง ความสามารถในการสร้างความยืดหยุ่นและการปรับตัว และความสามารถในการสร้างนวัตกรรมใหม่และการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิม

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 หน่วยงานภาครัฐ พัฒนา และปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทางด้านแผนยุทธศาสตร์ให้สามารถนำไปใช้ดำเนินการส่งเสริมการจัดการเชิงนวัตกรรม และสร้างความความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 วิสาหกิจชุมชน รวมถึงธุรกิจชุมชนต่างๆ นำไปการพัฒนาปรับปรุงกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเชิงนวัตกรรม และสร้างความความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายประชารัฐของรัฐบาล และเกิดความมั่นคงต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

5. นิยามศัพท์

5.1 การจัดการเชิงนวัตกรรม หมายถึง การจัดการที่มีการนำความรู้ เทคนิค วิธีการหรือนวัตกรรมเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการยกระดับความสามารถและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การตลาด กระบวนการบริหารจัดการ ศักยภาพและพฤติกรรมของทรัพยากรบุคคล และสร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันให้ก้าวไกล

5.2 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง วิสาหกิจชุมชนที่ขึ้นทะเบียนกับสำนักงานเกษตรจังหวัด พื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา

5.3 นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการนำเอานวัตกรรมเข้ามาพัฒนาเพิ่มคุณภาพ คุณค่า และมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น และได้รับการยอมรับจากผู้ซื้อมากขึ้น

5.4 นวัตกรรมด้านการตลาด หมายถึง การนำเอานวัตกรรมเช่น เทคนิค องค์กรความรู้หรือเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาการตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักเป็นที่สนใจและเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น

5.5 นวัตกรรมด้านกระบวนการ หมายถึง การนำเทคนิค องค์กรความรู้หรือเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาระบบและกระบวนการในการทำงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

5.6 นวัตกรรมด้านพฤติกรรม หมายถึง การนำเทคนิค องค์กรความรู้ หรือเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาความรู้ ทักษะ บุคลิกภาพและพฤติกรรมของบุคลากรเพื่อให้เพิ่มศักยภาพในการทำงานทั้งด้านความรู้ ด้านทักษะ ด้านจิตใจและด้านสุขภาพร่างกาย

5.7 นวัตกรรมด้านกลยุทธ์ หมายถึง การนำเทคนิค องค์ความรู้ หรือเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการขององค์กรเพื่อให้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

5.8 การลดต้นทุน หมายถึง ความสามารถในการลดต้นทุนและความสูญเสียที่เกิดจากคุณภาพในการผลิต และการบริหารจัดการ

5.9 การสร้างความแตกต่าง หมายถึง การสร้างความแตกต่างในตัวของผู้ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ การตลาด และอื่นเพื่อทำให้สินค้าโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจ

5.10 มีความยืดหยุ่น หมายถึง ความสามารถในการปรับตัวของการจัดการให้เข้ากับสภาพแวดล้อม

5.11 การสร้างนวัตกรรมใหม่และการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความสามารถในสั่งสมองค์ความรู้และประสบการณ์ของวิสาหกิจชุมชน และสามารถประยุกต์ไปใช้ในการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ ที่มีประโยชน์และสร้างคุณค่าให้กับวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้กับวิสาหกิจชุมชน

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ครั้งนี้ได้ทำการศึกษาจากเอกสาร แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎี
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม
 - 1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน
 - 1.4 แนวคิดการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน
 - 1.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
2. ศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจชุมชน
3. การบริหารจัดการภาครัฐในการส่งเสริมความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน
4. กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย และต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ
5. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการวิจัย
7. สมมติฐานการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎี

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม

1.1.1 ความหมายนวัตกรรม

การศึกษาเรื่องนวัตกรรม (Innovation) ได้มีการศึกษาและกล่าวถึงอย่างแพร่หลายในแวดวงการศึกษาในปัจจุบัน การให้คำจำกัดความและการสร้างความเข้าใจก็ยังมีหลากหลายทั้งสอดคล้องและความแตกต่างกันตามมุมมองและภูมิหลังของนักวิชาการแต่ละคน ซึ่งก็ยังไม่สามารถกำหนดคำนิยามให้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไป (Gopalakrishnan & Bierly, 1997) ที่มาของคำว่า นวัตกรรม (Innovation) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานได้อธิบายว่า (นวัตกรรมเกิดจากการนำคำว่า นวัตกรรม ที่เป็นภาษาบาลี มาสนธิกับคำว่า กรรม ที่เป็นภาษาสันสกฤต ซึ่งหมายถึง สิ่งที่ทำขึ้นใหม่หรือแปลกจากเดิมซึ่งอาจจะเป็นความคิด วิธีการหรืออุปกรณ์ สำหรับคำว่า Innovation มาจากคำในภาษาละตินว่า

Innovare หมายถึง “ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา” โดยที่สิ่งใหม่นั้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคม (อนูรัตน์ อนันนทนาธร,2559)

ความหมายของคำว่านวัตกรรมจะมีทั้งส่วนที่คล้ายกันและแตกต่างกัน เนื่องจากมีผู้ให้คำนิยามของคำนี้มาจากพื้นฐานความรู้และวิชาชีพที่แตกต่างกัน ซึ่งอนูรัตน์ อนันนทนาธร (2560) ได้สรุปและรวบรวมได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

ตารางที่ 2.1 กลุ่มคำนิยามของนวัตกรรม

กลุ่ม	ความนิยาม	ตัวอย่าง	ผู้ให้คำนิยาม
1	สิ่งใหม่ที่พัฒนาขึ้นใหม่ที่ยังไม่เคยมีหรือปรากฏขึ้นมาก่อนเลย	- Pierre Lallemente ประดิษฐ์จักรเย็บผ้าขึ้นใน ค.ศ.1886 - Alan Turing ออกแบบและประดิษฐ์คอมพิวเตอร์โปรแกรมเครื่องแรกในโลก ปี ค.ศ.1945	Utterback (2004) Tushman and Nedler (1986) Freeman and Soete (1977) Betje (1988) Herkema (2003) Schilling (2008)
2	สิ่งใหม่หรือสิ่งที่ปรับปรุงจากของเดิมและสามารถสร้างความสำเร็จในเชิงพาณิชย์หรือทำให้เกิดมูลค่าที่ได้จากการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ นั้น	- Smart Phone ที่พัฒนาต่อยอดจากMobile phoneและทำให้คุณค่าและมูลค่าสูงขึ้น - Smart Watch นาฬิกาเพื่อสุขภาพที่พัฒนาจากนาฬิกาที่ใช้ดูเวลาและทำให้คุณค่าและมูลค่าของนาฬิกาสูงขึ้น	Utterback (2004) Drucker (1993) Smits (2002) Schilling (2008)
3	สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นจากเกิดจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐานในการพัฒนาสิ่งใหม่เหล่านั้นและการลอกเลียนแบบหรือการผลิตซ้ำจึงไม่ใช่นวัตกรรม	- รถยนต์ Tesla ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าแทนรถยนต์ที่ใช้น้ำมันแบบเดิม - Vintan cerf นักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ ชาวอเมริกันพัฒนาอินเทอร์เน็ตขึ้นเพื่อเชื่อมโยงการสื่อสารระยะไกลของคอมพิวเตอร์ในปี 1989 - Tim bersner-lee สร้างระบบการสืบค้นworld wide web หรือ WWW. เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสืบค้นทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในปี ค.ศ.1989	Evan (1966) Drucker (1993) Smits (2002) Herkema (2003) Lemon and Sahota (2003) DTI (2004) Schilling (2008) เป็นต้น

ที่มา: อนูรัตน์ อนันนทนาธร,2559.

1.1.2 พัฒนาการของนวัตกรรม

การเกิดขึ้นของนวัตกรรมในแต่ละยุคแต่ละสมัยล้วนมีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของโลก การเรียนรู้และการพัฒนาทางสติปัญญาของมนุษย์ทำให้มนุษย์มีความพยายามในการคิดค้นหาวิธีการมาใช้ในการจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเอง และการสร้างความสะดวกสบายของการดำรงชีวิต ดังนั้น การคิดค้นของมนุษย์จึงไม่หยุดนิ่งและมีการพัฒนาตลอดเวลา ควบคู่ไปกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่ จากจุดเริ่มต้นยุคบุกเบิก มนุษย์ดำรงอยู่ได้ด้วยสังคมธรรมชาติ หาของป่า จับสัตว์ เพื่อดำรงชีพ และเมื่อมีการเรียนรู้มากขึ้นสังคมได้เปลี่ยนไปสู่ยุคเกษตรกรรม เมื่อรู้จักการสร้างเครื่องมือทางเกษตรเช่น จอบ เสียม หรือเครื่องมือในการจับสัตว์ และเมื่อวิทยาศาสตร์เข้ามาสู่สังคมการเรียนรู้เกิดจากศีกษาวิจัยและพัฒนา มีการคิดค้นเครื่องจักรสังคมได้เปลี่ยนไปสู่อุตสาหกรรม และเป็นแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจสมัยใหม่ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์ไปอย่างสิ้นเชิงกล่าวได้ว่า พัฒนาการของนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงควบคู่กับพัฒนาการด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของมนุษย์มาอย่างต่อเนื่อง

Freeman & Soete, 1997 (อ้างใน กริติ ยศยิ่งยง, 2559) ได้จัดแบ่งพัฒนาการของนวัตกรรมออกเป็น 5 ยุคสมัยดังนี้

ตารางที่ 2.2 พัฒนาการของนวัตกรรม

ยุค	ประเทศ	ปี ค.ศ.	นวัตกรรม	การนำไปใช้
เริ่มแรก	อังกฤษ	1970-1974)	ระบบกลไกทางกลศาสตร์ (Mechanics)	พัฒนาการผลิตอุตสาหกรรมทอผ้า ทำให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงกว่าการผลิตแบบเดิม และส่งผลให้อังกฤษมีความเจริญทางเศรษฐกิจมากกว่าประเทศอื่นเพราะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน
ยุคที่ 2	อังกฤษ	1840-1890	เครื่องจักรไอน้ำ	การนำพลังงานจากไอน้ำมาหมุนเครื่องจักรในภาคอุตสาหกรรม จุดเริ่มต้นของการปฏิวัติอุตสาหกรรม ทำให้การผลิตสินค้าสามารถผลิตได้คราวละมากขึ้น และทำให้เกิดการจ้างแรงงานภาคอุตสาหกรรม และค่อมักอังกฤษได้คิดค้นรถไฟที่ใช้พลังงานไอน้ำในการหมุนเครื่องจักร และจุดเริ่มต้นระบบขนส่งมวลชนสมัยใหม่

ยุค	ประเทศ	ปี ค.ศ.	นวัตกรรม	การนำไปใช้
ยุคที่ 3	สหรัฐอเมริกาและเยอรมัน	1980-1930	เทคโนโลยีวิศวกรรมไฟฟ้า และเคมี	นำไปใช้ในอุตสาหกรรมหนักเช่นการต่อเรือ และการผลิตรถยนต์ที่ใช้น้ำมันเป็นเชื้อเพลิง
ยุคที่ 4	ญี่ปุ่น	1930-1970	การจัดการการผลิตแบบขนาดใหญ่ Mass Production	อุตสาหกรรมการผลิตรถยนต์ญี่ปุ่นที่ลดต้นทุนและมีประสิทธิภาพมากกว่า ส่งผลให้ญี่ปุ่นก้าวมาเป็นประเทศอุตสาหกรรมเทียบเคียงอังกฤษ สหรัฐอเมริกา และเยอรมัน
ยุคที่ 5	สหรัฐอเมริกา	1970-ปัจจุบัน	นวัตกรรมสื่อสาร	ใช้ในการพัฒนาการสื่อสารและเป็นจุดเริ่มต้นของการนำพาโลกเข้าสู่โลกไร้พรมแดน ที่เปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของโลกไปสู่ความเป็นสังคมดิจิทัลในยุคปัจจุบัน Digital Society

1.1.3 ความสำคัญของนวัตกรรม

ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์ (Michael E Proter) นักวิชาการที่มีชื่อเสียงด้านองค์การและการจัดการสมัยใหม่ ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมียุคใหม่ไว้ว่า

“ Innovation is one step remove from today’s prosperity. Innovation the rate of long run productivity growth enhance future competitiveness.”

“นวัตกรรมเป็นการก้าวไปจากความมั่นคงในปัจจุบันอีกก้าวหนึ่ง และนวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้มีการเติบโตของผลิตภัณฑ์ในระยะยาวและสร้างความสามารถในการแข่งขันในอนาคต”

คำกล่าวของ Michael Proter แสดงให้เห็นว่าสาเหตุของการเกิด นวัตกรรม นั้น นอกจากการผลักดันของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับมหภาคและระดับจุลภาคแล้ว การแข่งขันเชิงธุรกิจก็เป็นอีกปัจจัยในการสร้างหรือก่อให้เกิดนวัตกรรมได้เพราะการสร้างนวัตกรรมถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง และเป็นโอกาสขององค์กรที่จะสร้างความได้เปรียบ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในพันธกิจเดียวกันไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไรหรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (องค์กรภาครัฐหรือองค์กรอื่นๆ) (อนูรัตน์ อนันนหาร,(2559)

1.1.4 ลักษณะของนวัตกรรม

เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นประโยชน์ทั้งในทางเศรษฐกิจและสังคมต่อบุคคลและองค์การ สิ่งใหม่นี้อาจจะเป็นความคิด การผลิต กระบวนการ หรือองค์การก็ได้สิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นนี้อาจจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน หรือเกิดจากการพัฒนาในลักษณะต่อยอดจากความรู้ที่มีอยู่เดิมก็ได้ ดังนั้น เมื่อก้าวถึง นวัตกรรมจะมีลักษณะเฉพาะดังนี้ (อนูรัตน์ อนันทนาธร, 2559)

1. **เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความรู้** ความรู้เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดนวัตกรรม โดยอาจเป็น ความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดจากบุคคลอื่น เช่น การที่บุคคลได้รับความรู้ในระหว่างการศึกษา จากสอนงานของผู้บังคับบัญชา ความรู้เกิดจากประสบการณ์การทำงาน ความรู้ที่ได้จากการทำวิจัย ทดลอง ความรู้จากการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ หรือความรู้ที่มีปรากฏในแหล่งความรู้ภายนอกองค์กร และองค์กรได้นำมาใช้ ฯลฯ ความรู้จากแหล่งความรู้ต่างๆ ดังกล่าวนี้อาจทำให้เกิดเป็นนวัตกรรมได้

2. **เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์** ความคิดสร้างสรรค์เป็น ความสามารถทางสมองอย่างหนึ่งของมนุษย์ เป็นความสามารถที่จะคิดได้ทั้งมุมกว้างและมุมลึกหรือ เป็นความคิดที่แตกต่าง (Divergent thinking) ซึ่งลักษณะความคิดเช่นนี้จะนำไปสู่การประดิษฐ์สิ่ง แปลกใหม่รวมถึงการค้นพบวิธีการแก้ปัญหาได้สำเร็จอีกด้วยและ ความคิดสร้างสรรค์นี้จะประกอบไปด้วยความคล่องในการคิด (Fluency) ความคิดยืดหยุ่น (Flexibility) และความคิดแปลกใหม่ (Originality) บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์จะต้องเป็นคนกล้าคิด ไม่หวาดกลัวต่อการถูก วิพากษ์วิจารณ์และเป็นคนที่มีอิสระในการคิด ซึ่งนวัตกรรมมากมายที่เกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ของ มนุษย์

3. **เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ** นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นจะต้องเป็นสิ่ง ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในทางเศรษฐกิจได้ สามารถสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นผลิตภัณฑ์ และบริการที่มี มูลค่าเพิ่มด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ คุณภาพของสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างและดีกว่าคู่แข่งได้ นวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ นี้จะเป็นสิ่งที่จูงใจให้เกิด นวัตกรรมได้มากกว่า

4. **เป็นสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม** นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นประโยชน์แก่ สังคม เป็นนวัตกรรมที่ช่วยยกระดับมาตรฐานในการครองชีพของสังคมให้ดีขึ้น

5. **เป็นสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคล** นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นประโยชน์ต่อบุคคลที่จะทำให้บุคคลได้รับความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้นและเป็นสิ่งที่ช่วยทำให้คนในสังคมมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

6. **เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อองค์การ** นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจะต้องช่วยให้การดำเนินงานขององค์การมีประสิทธิภาพมากขึ้น สามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมาย นวัตกรรมในลักษณะนี้

ได้แก่ การรี้อปรับระบบ (re-engineering) การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร (Toyota Quality Management) เป็นต้น

7. เป็นสิ่งใหม่ที่เป็นความคิดปรัชญาในการทำงาน เป็นนวัตกรรมที่เป็นความคิด เช่น วิธีแห่งโตโยต้า หรือ The Toyota Way เป็นปรัชญาการทำงาน พฤติกรรมนิยม และวัฒนธรรมการทำงานขององค์กร การปลูกฝังจนกลายเป็น DNA (คำสั่งพันธุกรรมซึ่งถูกใช้ในการพัฒนาและการทำหน้าที่ของสิ่งมีชีวิตทุกชนิด) ของพนักงานทุกคน มีหัวใจสำคัญ 5 ประการ ได้แก่ความท้าทาย (Challenge), ไคเซ็น (Kaizen), เก็นจิ เก็นบุตซึ (Genchi Genbutsu), การยอมรับนับถือ (Respect) และการทำงานเป็นทีม (Teamwork)

8. เป็นสิ่งใหม่ที่เป็นการผลิต นวัตกรรมจะต้องเป็นผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ที่สามารถผลิตให้เกิดขึ้นได้ใช้ประโยชน์ทั้งในระดับบุคคลและองค์กร นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่อาจเป็นด้านเทคโนโลยี หรือวิธีการใช้ใหม่ที่สะดวกมากกว่า ใช้ได้ง่ายกว่า ตลอดจนการปรับปรุง ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีอยู่เดิมให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพเพิ่มสูงขึ้น เช่นบริษัท Apple Inc. ผลิตสินค้าเพื่อสื่อสารและการบันเทิง เช่น iPhone iPad และiPod จำหน่ายในตลาดสินค้าไอที เป็นต้น

9. เป็นสิ่งที่เป็นกระบวนการ อาจจะเป็นกระบวนการทำงานขององค์กร หรือกระบวนการปฏิบัติงานของบุคลากรก็ได้ นวัตกรรมในลักษณะนี้จะเกิดจากการประยุกต์ใช้แนวคิดวิธีการ และกระบวนการใหม่ที่ทำให้กระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวมมีประสิทธิภาพสูงขึ้นเช่น กระบวนการด้านการผลิตสินค้าสำหรับการจำหน่ายในบริษัท เอ็ม เค เรสโตรองต์ จำกัด ได้แบ่งขั้นตอนการทำงาน 5 ขั้นตอน ได้แก่

1) การวางแผนการผลิตโดยฝ่ายผลิตจัดทำแผนการผลิตสินค้าตามความต้องการที่เกิดขึ้นในแต่ละเดือน โดยแผนการผลิตจะทำการประมาณการล่วงหน้าเป็นปีต่อปีและหากมีความต้องการเพิ่มขึ้นก็จะทำการปรับปริมาณสินค้าในแต่ละช่วงปี

2) เบิกวัตถุดิบเข้าไลน์ผลิตฝ่ายผลิตจะแจ้งจำนวนสินค้าที่ต้องการใช้ให้ฝ่ายคลังสินค้าทำการเบิกวัตถุดิบและส่งให้ฝ่ายผลิต

3) ผลิตสินค้า นำวัตถุดิบที่เบิกแล้วเข้าสู่กระบวนการผลิตซึ่งมีการใช้ทรัพยากรทั้งเครื่องจักร และมนุษย์ในการผลิตสินค้า ซึ่งขั้นตอนการผลิตสินค้าจะขึ้นอยู่กับช่วงการผลิตนั้นๆ

4) ควบคุมคุณภาพสินค้า ระหว่างดำเนินการ กระบวนการผลิตสินค้าจะมีเจ้าหน้าที่ฝ่ายควบคุมคุณภาพคอยตรวจสอบในแต่ละขั้นตอน ตั้งแต่คุณภาพวัตถุดิบก่อนเข้าสู่กระบวนการ ตลอดจนตรวจสอบความสมบูรณ์ของผลผลิตที่ได้ในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้สินค้าที่ถึงมือผู้บริโภคมีคุณภาพที่ดีที่สุด และ

5) จัดเก็บสินค้าเข้าคลัง หลังจากการผลิตสินค้าได้ตามมาตรฐานที่กำหนดแล้ว ฝ่ายผลิตจะส่งสินค้าเหล่านี้ไปยังฝ่ายคลังสินค้าเพื่อเข้าสู่กระบวนการจัดเก็บก่อนกระจายสินค้าไปยังสาขาต่างๆ กระบวนการดังกล่าวนี้ทำให้บริษัทแห่งนี้สามารถจัดส่งสินค้าและบริการลูกค้าด้านคุณภาพอาหารและบริการในระดับคุณภาพทุกสาขาทั่วประเทศ

10. เป็นสิ่งใหม่ที่เป็นองค์การ นวัตกรรมประเภทนี้ได้แก่ องค์การในรูปแบบใหม่ เช่น องค์การภาครัฐบางแห่งอาจจะจัดตั้งหน่วยบริการรูปแบบพิเศษ (อังกฤษ Service Delivery Unit - SDU) ซึ่งองค์ประกอบของลักษณะงานที่

- 1) มีลักษณะงานเป็นการให้บริการ
- 2) สามารถดำเนินการได้อย่างชัดเจนภายใต้กรอบนโยบายที่กำหนดขึ้น
- 3) มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงและสร้างภาระรับผิดชอบต่อหน่วยงานแม่ต้นสังกัดได้
- 4) สามารถวัดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม
- 5) มีขนาดที่เหมาะสมเพียงพอต่อการแยกส่วนออกมาจากหน่วยงานแม่ต้นสังกัด
- 6) ไม่มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง

11. เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เป็นนวัตกรรมที่ถือได้ว่าเป็นการปฏิวัติโดยเปลี่ยนจากสิ่งที่มีอยู่เดิมเป็นสิ่งใหม่ที่แตกต่างไปอย่างสิ้นเชิง เช่นการผลิตกล้องถ่ายรูปดิจิตอลที่เปลี่ยนมาจากกล้องถ่ายรูปที่ต้องใช้ฟิล์มที่เคยมีมาแต่เดิม

12. เป็นสิ่งใหม่ที่เกิดจากการพัฒนาในลักษณะต่อยอดจากความรู้เดิมที่มีอยู่ เป็นนวัตกรรม ที่สร้างขึ้นโดยการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาจากพื้นฐานความคิด การออกแบบผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการเดิมที่มีอยู่แล้ว เช่น ระบบปรับอากาศ Mitsubishi electric multi spit system ของบริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กังยงวัฒนา จำกัด เป็นต้น

1.1.5 ประเภทของนวัตกรรม

การจำแนกประเภทของนวัตกรรม มีนักวิชาการหลายท่านได้จำแนกออกเป็นหลายประเภทแล้วแต่ว่าจะสนใจใช้สิ่งใดเป็นเกณฑ์ในการจำแนก อาทิ

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2549:5) อ่างใน กริติ ยศยิงยศ (2552) แบ่งประเภทนวัตกรรมออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ประกอบไปด้วยนวัตกรรมที่จับต้องได้ (tangible product) และนวัตกรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Innovation)
2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) ประกอบไปด้วยนวัตกรรมกระบวนการทางเทคโนโลยี (Technological Process Innovation) และนวัตกรรมกระบวนการทางองค์กร (Organization Process Innovation)

ภาณุ ลิ้มมานนท์ (2546) แบ่งนวัตกรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) นวัตกรรมที่เกิดจากการคิดค้นและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเสนอคุณค่าใหม่ๆ ให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนองตอบต่อความต้องการของลูกค้าที่ต้องการสิ่งใหม่ๆ ที่ดีกว่า ในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยและพัฒนาตั้งแต่การวิจัยตลาด วิจัยผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สนองตอบและการคำนึงถึงการใช้ประโยชน์ของลูกค้า

2. นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) เป็นนวัตกรรมที่สร้างหรือพัฒนาขึ้นเพื่อสร้างสรรค์กระบวนการในการทำงานใหม่ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้องอาศัยความรู้ทางเทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ในเรื่องส่วนประกอบและการเชื่อมโยงกระบวนการการทำงาน การผลิตและเทคนิคต่างๆ รวมถึงการประยุกต์ใช้แนวคิด วิธีการ และกระบวนการใหม่ที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกระบวนการผลิตและการทำงานโดยรวม เช่นการใช้คอมพิวเตอร์และโปรแกรมสมัยใหม่ในการออกแบบกระบวนการผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมที่ทำให้การออกแบบสามารถลดเวลา การต้นทุน และใช้ประโยชน์ได้เป็นอย่างดี

3. นวัตกรรมการจัดการ (management innovation) เป็นนวัตกรรมในการนำความรู้ด้านการบริหารจัดการมาปรับปรุงระบบการจัดแบบแบบเดิมๆ ที่มีปัญหา เช่นการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร ปรับปรุงยุทธศาสตร์ ระบบและการบริหารบุคคล รวมถึงการสร้างวัฒนธรรมการทำงานใหม่ๆ เช่นการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ การให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดใหม่ๆ ที่จะนำมาซึ่งการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานและศักยภาพขององค์กรที่ดีได้

อนูรัตน์ อนันนทธร (2559) ประมวลการจัดแบ่งประเภทของนักวิชาการหลายท่าน และจัดแบ่งตามการนำไปใช้ประโยชน์ในลักษณะต่างๆ (The forms or application of the innovation) สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (product innovation) เป็นนวัตกรรมที่เป็นสิ่งของที่สามารถจับต้องได้ บริษัทแอปเปิ้ล อิงค์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ Smart phone iPod, iPhone และได้รับการตอบรับจากสังคม ส่งผลให้บริษัทแอปเปิ้ลเป็นบริษัทที่มีความเจริญเติบโตทั้งรายได้และชื่อเสียงอย่างรวดเร็ว อีกกรณีหนึ่ง มาร์ค ซัคเคอร์เบิร์ก ที่พัฒนาระบบเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook ที่เปิดให้สมาชิกสามารถสื่อสารกันได้รวดเร็วและขยายจำนวนสมาชิกได้อย่างรวดเร็ว จนครอบคลุมไปทั่วโลก และทำให้ แอปเปิ้ล และเฟซบุ๊ก เป็นบริษัทที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงติดอันดับโลกภายในระยะเวลาอันสั้น

2. นวัตกรรมด้านการบริการ (Service innovation) เป็นนวัตกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อให้การบริการมีความสะดวกรวดเร็ว ใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางมากขึ้น และครอบคลุมกลุ่มผู้รับบริการได้มาก

ขึ้น เช่น การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารไร้สายหรือระบบอินเทอร์เน็ต แทนการสื่อสารที่ต้องใช้สายเคเบิล ทำให้การบริการด้านการสื่อสารสามารถขยายได้อย่างไม่มีขีดจำกัด และมีราคาที่ถูกกว่ารวดเร็วกว่า และอินเทอร์เน็ตได้เป็นแรงขับในพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีการสื่อสารอื่นๆ รวมถึงการเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของโลก เช่นโลกไร้พรมแดน และสังคมดิจิทัลในปัจจุบัน

3. นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) นวัตกรรมกระบวนการ เป็นนวัตกรรมที่ถูกนำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิตหรือระบบการผลิตในอุตสาหกรรม ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความสูญเสีย และสามารถควบคุมเรื่องเวลาในการผลิต ต้นทุนการผลิต และปริมาณการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การนำระบบสายพานแบบเคลื่อนที่มาใช้ในการผลิตรถยนต์ของ เฮนรี ฟอร์ด ประธานบริษัทรถยนต์ฟอร์ด ทำให้ สามารถผลิตรถยนต์ ฟอร์ด แต่ละโมเดลได้ทีละจำนวนมากในระยะเวลาสั้นๆ และลดต้นทุนด้านแรงงานคน เป็นหนึ่งในนวัตกรรมที่เป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรมการผลิต

4. นวัตกรรมทางการจัดการ (Management innovation) เป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากการนำความรู้และวิทยาการการจัดการสมัยใหม่ มาใช้ในการปรับปรุงระบบการบริหารจัดการขององค์กรเพื่อแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดทางการจัดการแบบเดิมๆ เช่น การสื่อสาร การสั่งการ การมอบหมายงาน ความล่าช้าและความผิดพลาดในการปฏิบัติงาน นวัตกรรมทางการจัดการอาจจะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดการเช่น การนำระบบอิเล็กทรอนิกส์มาทำงานบางอย่างแทนแรงงานขึ้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาช่วยการจัดเก็บวิเคราะห์และส่งเคราะห์ข้อมูลเพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้องแม่นยำขึ้น เป็นต้น

1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม

1.2.1 ความหมายของการจัดการ

อนูรัตน์ อนันตนาธร (2559) การจัดการ หมายถึง กระบวนการคิด วางแผน จัดการ และควบคุม การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ทักษะและประสบการณ์ในการจัดการ ดังนั้น การจัดการองค์การจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับกรรมวิธีในการดำเนินงานขององค์การให้ประสบความสำเร็จ งานที่องค์การจะดำเนินการให้ประสบความสำเร็จนั้นประกอบด้วย การจัดการดำเนินงานตามพันธกิจ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการทางการเงิน ซึ่งการจัดการแต่ละด้านย่อมมีวิธีการและเทคนิคในการดำเนินงานที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะของตนเอง การจัดการงานแต่ละด้านจะมีนวัตกรรมเฉพาะด้านอยู่ด้วย จากเหตุผลดังกล่าวสามารถแบ่งนวัตกรรมจัดการออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

1) นวัตกรรมทางการดำเนินงาน

2) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ และ

3) ด้านการจัดการการเงิน

โดยทั่วไปเมื่อกล่าวถึงการจัดการ ความหมายจะครอบคลุมถึงกระบวนการคิด วางแผน จัดการ และควบคุม การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ การจัดการต้องอาศัยความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของผู้บริหาร ซึ่งจะต้องพยายามที่จะคิดค้น หรือสร้างสรรค์วิธีการจัดการใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์ความรู้ วิธีการและเทคนิค หรือแนวคิดใหม่ในการทำงานที่มีลักษณะเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้ เป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เป็นสิ่งที่เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อบุคคล เป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร เป็นสิ่งที่เป็นความคิด เป็นสิ่งที่เป็นการผลิต เป็นสิ่งที่เป็นกระบวนการ เป็นสิ่งที่เป็นองค์การ เป็นสิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงอย่างชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เป็นสิ่งที่เกิดจากการพัฒนาในลักษณะต่อยอดจากความรู้เดิมที่มีอยู่เดิม ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมทั้งสิ้น และนวัตกรรมเหล่านี้เมื่อนำไปใช้เพื่อการจัดการก็ถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมการจัดการด้วย

รัฐภาพร พุทสา คำ (2551) ได้กล่าวถึงหลักสำคัญของการบริหาร 8 ประการดังนี้

1. การบริหารจัดการนั้นมีความสัมพันธ์กับการดำรงชีวิตของมนุษย์มาแต่อดีต และเป็นสิ่งช่วยให้มนุษย์ดำรงชีพอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุข
2. จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นผลทำให้องค์กรต่างๆ ต้องขยายงานด้านการบริหารจัดการให้กว้างขวาง
3. การบริหารจัดการเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความสำเร็จก้าวหน้าของสังคม วิทยาการด้านต่างๆ ทำให้การบริหารเกิดการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้ารวดเร็วยิ่งขึ้น
4. การบริหารจัดการเป็นวิธีการสำคัญในอันที่จะนำสังคมและโลกไปสู่ความเจริญก้าวหน้า
5. การบริหารจัดการจะช่วยให้ทราบถึงแนวโน้ม ทั้งในด้านความเจริญและความเสื่อมของสังคมในอนาคต
6. การบริหารจัดการมีลักษณะเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในองค์กร ฉะนั้นความสำเร็จของการจัดการ จึงขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมทางการเมือง
7. การบริหารจัดการต้องใช้การตัดสินใจสั่งการเป็นเครื่องมือ ซึ่งนักบริหารจำต้องคำนึงถึงปัจจัยสิ่งแวดล้อมต่างๆ และการวินิจฉัยสั่งการนี้เองที่เป็นเครื่องแสดงให้ทราบถึงความสามารถของนักบริหาร รวมทั้ง ความเจริญเติบโตของการจัดการ
8. ชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าในครอบครัวหรือในองค์กร ย่อมมีส่วนเกี่ยวข้องกับ การบริหารจัดการเสมอ ดังนั้นการบริหารจัดการจึงเป็นเรื่องน่าสนใจ และจำเป็นต่อการที่จะดำรงชีพ

จากการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญของการบริหารจัดการผู้วิจัยสามารถสรุปความสำคัญของการบริหารจัดการ ได้ดังนี้

1. การบริหารจัดการทำให้งานบรรลุ เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ขององค์กรโดยการอาศัยทรัพยากรบุคคลที่พร้อมมอบความสามารถให้แก่องค์กรอย่างดีที่สุด
2. การบริหารจัดการทำให้การดำเนินงานมีความง่าย ไม่สลับซับซ้อน ไม่เกิดปัญหาที่มีขนาดใหญ่มีความรุนแรง
3. การบริหารจัดการทำให้มีนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นเสมอ
4. การบริหารจัดการที่ดีสามารถทำให้งานสำเร็จได้โดยการใช้ทรัพยากรที่มีในองค์กรให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุด

1.2.2 การจัดการเชิงนวัตกรรม

การจัดการเชิงนวัตกรรม สามารถอธิบายได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การจัดการนวัตกรรม หมายถึง การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดนวัตกรรม เช่น องค์กรมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร ซึ่งจะเกี่ยวข้องตั้งแต่การกำหนดทิศทาง การวางแผน การออกแบบโครงสร้าง การออกแบบระบบการทำงาน การออกแบบระบบการพัฒนาทรัพยากรบุคคล และอื่นๆ เพื่อที่จะทำให้เกิดนวัตกรรมในองค์กรให้ได้ และอีกนัยหนึ่งการจัดการเชิงนวัตกรรม จะหมายถึง การที่องค์กรนำเอานวัตกรรมมาใช้ในการยกระดับความสามารถทางการจัดการ เช่น การนำนวัตกรรมมาใช้ในการวางแผนการผลิต นำเอานวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนากระบวนการผลิต การนำนวัตกรรมมาใช้ในการตลาด หรือการนำนวัตกรรมมาใช้ในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล (อนุรัตน์ อนันทนาธร, 2559)

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับการที่วิสาหกิจชุมชนนำนวัตกรรมมาช่วยในการจัดการเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพในการจัดการและเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

สำหรับการนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดการของวิสาหกิจชุมชน วัชรพันธ์ ผาสุข (2557) อธิบายว่า ความสามารถทางนวัตกรรมได้มีการศึกษามาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เนื่องจากเป็นความสามารถขององค์กรในการคิดค้นสิ่งใหม่ และได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กำหนดเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จในระยะยาว ส่วน Wang and Ahmed (2004), Ferraresi, et al. (2012) และ Rahab (2012) นำเสนอการวัดความสามารถทางนวัตกรรมจาก 5 องค์ประกอบ ดังนี้

- 1) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ (Product Innovativeness) องค์กรมีการกระตุ้นให้พนักงานแสดงความคิดเห็น คิดค้น หรือทดลองอย่างสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการ

ของลูกค้า มีการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ที่ออกสู่ตลาดเร็วกว่าคู่แข่ง การปรับปรุงและพัฒนาสินค้าและบริการอย่างสม่ำเสมอ

2) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านการตลาด (Market Innovativeness) เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงหรือสร้างสรรค์แนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดที่ครอบคลุมทุกองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาด รวมถึงการกำหนดตลาดใหม่ที่มีศักยภาพรูปแบบใหม่ๆ ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการ และวิธีการเข้าสู่ตลาด

3) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงหรือสร้างสรรค์กระบวนการในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานให้สูงขึ้น รวมถึงแนวทางการบริหารงานและเทคโนโลยีที่นำมาใช้

4) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านพฤติกรรม (Behavioral Innovativeness) เป็นการสร้างรูปแบบของวัฒนธรรมนวัตกรรม (Innovative Culture) ที่ทำให้เกิดความคิดใหม่และนวัตกรรม โดยการแสดงออกระดับบุคคล ทีมงาน และผู้บริหาร นวัตกรรมดังกล่าวเป็นปัจจัยพื้นฐานของผลลัพธ์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และองค์กรสามารถดึงเอาศักยภาพและสมรรถนะของพนักงานออกมา เพื่อสนับสนุนการดำเนินการของธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน พนักงานสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ได้ทันเวลา ความรวดเร็วในการปฏิบัติ

5) ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ (Strategic Innovativeness) การที่องค์กรกำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานขององค์กรจะต้องสอดประสานกันและสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมขององค์กร องค์กรการมีระบบหรือกระบวนการทดลองความผิดพลาด ความล้มเหลว ความเสี่ยงในการตัดสินใจใดๆ อย่างเป็นระบบผ่านเทคนิคต่างๆ เช่น การบริหารภาพอนาคต (Scenario Management) และความสามารถในการประสาน พฤติกรรมของพนักงาน ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในการแข่งขันขององค์กร

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

1.3.1 ความหมายของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องมาจากว่าชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้นสถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึง การแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นก็กลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก โดยวิสาหกิจชุมชนนั้นจัดเป็นกลุ่มกิจกรรมของชุมชนที่ชุมชนคิดได้จาก

การเรียนรู้ ไม่ใช่กิจกรรมเดี่ยวๆ ที่ทำเพื่อมุ่งสู่ตลาดใหญ่ และไม่ใช่กิจกรรมที่ซับซ้อนอะไร ล้วนแล้วแต่เป็นการทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อจากตลาดได้ และเป็นการจัดการระบบการผลิตและบริโภคที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจัดการเรื่องข้าว หมู เห็ด เป็ด ไก่ ผัก ผลไม้ น้ำยาสระผม สบู่ น้ำยาล้างจาน หรืออื่นๆ ที่ชุมชนทำได้เองโดยไม่ยุ่งยากนัก การทำกินทำใช้ทดแทนการซื้อเป็นการลดรายจ่ายและยังช่วยให้ระบบเศรษฐกิจใหญ่เข้มแข็งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการจัดระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เป็นฐานที่เป็นจริงในชุมชน เพราะถ้าชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้

กระแสพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงเปรียบเศรษฐกิจพอเพียงเหมือนเสาเข็มของตึกที่ทำให้ตึกมั่นคงแข็งแรงเศรษฐกิจของประเทศก็จะเข้มแข็งและอยู่ได้ ที่ผ่านมา ระบบเศรษฐกิจในประเทศเปรียบเหมือนการสร้างตึกที่มีฐานแคบ ถ้าฐานไม่แข็งแรง ตึกก็พังลงมา ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญในการสร้างฐานมั่นคงให้กับประเทศได้ โดยกระตุ้นเศรษฐกิจระดับรากหญ้าให้เข้มแข็งและกระจายโอกาสการประกอบอาชีพให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และลดภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศสามารถพึ่งตนเองได้มากขึ้น

“วิสาหกิจชุมชน” จัดเป็นองค์กรภาคประชาชนที่ไม่มีรูปแบบ ไม่ได้เป็นนิติบุคคลตามกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ การสนับสนุนจึงไม่เป็นระบบและไม่มีเอกภาพ ส่งผลให้มีปัญหาในการดำเนินงานเพราะวิสาหกิจชุมชนบางแห่งไม่เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน และบางครั้งมีการสนับสนุนจากภาครัฐแต่ไม่ตรงความต้องการที่แท้จริง พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้ถูกประกาศใช้อย่างเป็นทางการและมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2548 เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2548) ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่าเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันมีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชนและระหว่างชุมชนทั้งนี้ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ส่วนวิชิต นันทสุวรรณ (2547) ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่าเป็นกระบวนการวิสาหกิจของชุมชนเป็นการประกอบการที่เชื่อมโยงการผลิตทางการเกษตรการแปรรูปและการตลาดของชุมชนเข้าเป็นกระบวนการเดียวกันและดำเนินการโดยชุมชนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนคือการฟื้นฟูและพัฒนาระบบเศรษฐกิจของชุมชนที่ไม่เข้มแข็งสร้างแบบแผนทางเศรษฐกิจและสังคมใหม่ในระดับรากของสังคมไทยให้เป็นเซลล์เศรษฐกิจเล็กๆ ที่เข้มแข็งและประกอบกันขึ้นเป็นองค์กรของระบบเศรษฐกิจภาพรวมโดยการพัฒนาคนให้เป็นผู้ประกอบการวางแผนการประกอบการอยู่บนฐานของผลผลิตทรัพยากรและความรู้ภูมิปัญญาของชุมชนที่เรียกว่า “ทุนชุมชน” และเชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจหลายกิจกรรมให้อยู่ในกระบวนการเดียวกัน นอกจากนี้ คำว่า วิสาหกิจชุมชน

เสรี พงศ์พิศ (2546) กล่าวว่า ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า “Enterprise” ซึ่งแปลว่า “การประกอบการ” และคำนี้แพร่หลายพร้อมกับคำว่า SME (Small and Medium Enterprise) ที่มักไม่แปลเป็นไทยเพราะเป็นคำย่อที่เข้าใจกันดีแล้ว อย่างไรก็ตาม สามารถแปลความหมายของวิสาหกิจชุมชนได้ว่า เป็นการประกอบการเล็กๆ เป็นการจัดการ “ทุน” ของชุมชนในชุมชนโดยชุมชนและเพื่อชุมชน โดยใช้ความรู้ ภูมิปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนผสมผสานกับความรู้สากล เป็นการรวมกลุ่มทำงานโดยคนในชุมชน

จากความหมายในข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชน เกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ซึ่งเป็นการจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ โดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกัน และรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวเพื่อสร้างรายได้ และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัวชุมชน และระหว่างชุมชน

1.3.2 ประเภทของวิสาหกิจชุมชน

สำนักพัฒนาเกษตร (2554) กล่าวว่า ประเภทของวิสาหกิจชุมชนแบ่งออกได้เป็น

2 ประเภท คือ

1. วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานผลิตแปรรูปการดำเนินการต่างๆเพื่อกินเพื่อใช้ในครอบครัวในชุมชนเพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐาน
2. วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้าการดำเนินการอย่างเป็นระบบและด้วยรูปแบบที่ทันสมัยใช้ทุนและเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองชุมชนเครือข่ายและตลาดในวงกว้าง

วชิรวัชร งามละม่อม (2553) ได้กล่าวว่าประเภทการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน มี

2 รูปแบบ คือ

1. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเดียว ได้แก่ วิสาหกิจที่ประกอบกิจการเพียงหนึ่งเดียว โดยคณะผู้บริหารในชุมชนชุดเดียว และไม่สร้างเครือข่ายกับวิสาหกิจอื่น ๆ โดยมีผลผลิตมากกว่าหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการได้
2. วิสาหกิจที่ประกอบกิจการในรูปเครือข่าย ได้แก่ วิสาหกิจที่มีปฏิสัมพันธ์กับกิจการอื่นๆ โดยแต่ละวิสาหกิจต่างมีการประกอบการตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์ของกิจการ หากแต่มีปฏิสัมพันธ์กันแบบพึ่งพา เกื้อกูล เชื่อมโยงในรูปแบบต่าง ๆ เช่น 1) เครือข่ายกิจกรรม เกื้อกูลกันมากขึ้นเป็นเครือข่ายกัน ทั้งที่เป็นกิจกรรมประเภทเดียวกัน และ/หรือหลายประเภท 2) เครือข่ายพื้นที่ ได้แก่ วิสาหกิจที่ดำเนินการอยู่ในระดับพื้นที่เดียวกัน เช่น ระดับหมู่บ้านหรือตำบลด้วยกันหรือต่างระดับพื้นที่กัน เช่น วิสาหกิจระดับหมู่บ้านกับตำบลมาเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายกัน

1.3.3 คุณสมบัติหลักเกณฑ์และลักษณะของวิสาหกิจชุมชน

พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดคุณสมบัติหลักเกณฑ์และลักษณะของวิสาหกิจชุมชนดังต่อไปนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548)

1. เป็นกิจการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าการให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน
2. เป็นกิจการที่ดำเนินการหรือประสงค์จะดำเนินการร่วมกันในชุมชนโดยคณะบุคคลที่เป็นนิติบุคคลหรือไม่เป็นนิติบุคคลและประกอบด้วยสมาชิกที่อยู่ร่วมกันในชุมชนไม่น้อยกว่า 7 คน โดยบุคคลดังกล่าวต้องไม่อยู่ในครอบครัวเดียวกัน
3. เป็นกิจการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้เพื่อการพึ่งพาตนเองและเพื่อประโยชน์สุขของคนในชุมชน
4. เป็นกิจการที่ไม่ขัดต่อกฎหมายความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน

1.3.4 รูปแบบและขั้นตอนการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน

รูปแบบวิสาหกิจชุมชนคือการประกอบการโดยชุมชนที่มีสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตทั้งด้านการผลิตการค้าและการเงิน และต้องการใช้ปัจจัยการผลิตนี้ให้เกิดดอกผลทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ ส่วนด้านสังคม คือ การยึดความเป็นครอบครัวและชุมชนให้ร่วมคิดร่วมทำร่วมรับผิดชอบแบ่งทุกข์แบ่งสุขซึ่งกันและกัน โดยผ่านกระบวนการการประกอบการของชุมชน ในที่ศนะดังกล่าววิสาหกิจชุมชนจึงเป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ด้านเศรษฐกิจและสังคมวิสาหกิจชุมชนจะเป็นเครื่องมือในการสร้างฐานรากทางเศรษฐกิจและสังคมพึ่งตนเองได้และเข้มแข็งโดยสามารถแบ่งรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนได้ดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)

1. วิสาหกิจชุมชนระดับครอบครัวเป็นจุดเริ่มต้นของการแปรรูปหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพื่อการอุปโภคบริโภคของตนเองภายในครัวเรือนเป็นหลักสมาชิกในชุมชนจะสร้างผลิตภัณฑ์ในลักษณะหลากหลายเพื่อพึ่งตนเองลดรายจ่ายที่เสียไปจากการซื้อและป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็นซึ่งจะส่งผลให้การหมุนของเงินอยู่ในหมู่บ้าน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548)
2. วิสาหกิจชุมชนระดับชุมชนเมื่อวิสาหกิจของชุมชนบรรลุวัตถุประสงค์ขั้นแรกเพื่อลดรายจ่ายหรือเพื่อการพึ่งตนเองได้แล้วจึงค่อยขยายออกไปสู่เพื่อนบ้านผู้ผลิตเองไม่ได้ต้องซื้อสินค้าจากภายนอกเพราะการพึ่งตนเองในบางกรณีไม่สามารถทำได้โดยลำพังครอบครัวเดียววิสาหกิจชุมชนขั้นที่สองจึงเป็นวิสาหกิจชุมชนที่เกื้อหนุนให้เกิดการพึ่งพาอาศัยระหว่างครอบครัวในชุมชนเดียวกันเป็นการลดภาระการซื้อของแพงหรือช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้านเงินไม่ออกไปจากหมู่บ้าน

3. วิสาหกิจชุมชนระดับเครือข่ายการพึ่งตนเองในบางกรณีชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้ โดยลำพังชุมชนเดียวแต่เป็นไปได้เมื่อหลายชุมชนร่วมมือกันเพื่อตอบสนองความต้องการของทุกชุมชน วิสาหกิจชุมชนระดับเครือข่ายจึงเป็นระบบพึ่งพาอาศัยระหว่างชุมชนที่มีผลผลิตและทรัพยากรแตกต่างกัน

4. วิสาหกิจชุมชนเพื่อการจัดการผลผลิตส่วนเกินเป็นวิสาหกิจที่ดำเนินการแปรรูปผลผลิตหรือทรัพยากรของชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมูลค่าและตอบสนองการตลาดภายนอกชุมชนและเครือข่าย

เสรี พงศ์พิศ(2546) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของวิสาหกิจชุมชนควรมี 7 ประการ คือ

1. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการเอง อาจมีคนนอกมีส่วนร่วมให้ความช่วยเหลือแต่ไม่ใช่หุ้นส่วนใหญ่ที่มีอำนาจตัดสินใจ

2. ผลผลิตมาจากกระบวนการในชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้มากที่สุด ซึ่งอาจนำวัตถุดิบบางส่วนมาจากภายนอกได้

3. ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชน เพื่อการพัฒนาศักยภาพของชุมชนเองผ่านกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสม ทำให้มีความเชื่อมั่นในตนเองสามารถริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ โดยไม่เลียนแบบหรือแสวงหาสูตรสำเร็จ

4. มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับความรู้ภูมิปัญญาสากล

5. ดำเนินการแบบบูรณาการ เชื่อมโยงหลายๆ กิจกรรม ประสานพนักพลังและเกื้อกูลกัน

6. การเรียนรู้เป็นหัวใจของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

7. การพึ่งตนเองเป็นเป้าหมายอันดับแรกและสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน

1.4 แนวคิดการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

1.4.1 ความหมายการบริหารจัดการ

อนรรตน์ อนันตนาธร (2562) ได้อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน โดยอธิบายครอบคลุม 2 ส่วน คือ แนวคิดการบริหารจัดการและการจัดการวิสาหกิจชุมชน

Koontz (1998, pp. 29) ได้ให้ความหมายของการบริหารจัดการว่า หมายถึง กระบวนการทำงานที่ไม่ใช่การทำงานเพื่อให้งานเสร็จสิ้นไปแต่เพียงอย่างเดียวในภาวะปัจจุบันซึ่งวิทยาการก้าวหน้า การจัดการจึงจำเป็นต้องใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วย มิใช่ประสบการณ์แต่เพียงอย่างเดียว การศึกษาวิชาการจัดการมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับงานย่อมจะเกิดคุณค่าหลายประการ ได้แก่

1. คุณค่าในด้านการประหยัด หมายถึง จะทำให้การใช้เงินทุนเกิดประโยชน์สูงสุดได้กำไรหรือผลตอบแทนสูงสุด ประหยัดทั้งคน เงิน วัสดุสิ่งของ และเวลา

2. คุณค่าในด้านประสิทธิผล การทำงานให้ลุล่วงไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ หรือที่คาดหวังไว้ เรียกว่าการจัดการนั้นมีประสิทธิผล แต่ผลสำเร็จของงานดังกล่าวนี้ อาจไม่ประหยัดหรือไม่มีประสิทธิภาพได้ หากไม่ใช้หลักวิชาการเข้ามาช่วยในการจัดการ

3. คุณค่าในด้านประสิทธิภาพ หมายถึง การทำงานได้สำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ และให้ได้รับประโยชน์สูงสุดโดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด

4. คุณค่าด้านความเป็นธรรม การจัดการงานหากปฏิบัติตามความพอใจของผู้จัดการ โดยมีได้ยึดหลักเกณฑ์และทฤษฎีต่าง ๆ เป็นหลัก ย่อมจะก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมขึ้นโดยมิได้ตั้งใจ ทำให้ขวัญในการทำงานของคนในหน่วยงานไม่ดี ซึ่งจะส่งผลไปถึงคุณภาพของงานที่ปฏิบัติด้วย

5. คุณค่าในเกียรติยศชื่อเสียง ผู้จัดการที่ดีมีประสิทธิภาพในทุกสาขางานและในทุกระดับย่อมจะเป็นผู้ที่ได้รับการยกย่องสรรเสริญ ตรงข้ามกับผู้จัดการที่บริหารงานตามใจตนเองปราศจากหลักเกณฑ์ เล่นพวกพ้อง ดังนั้น การศึกษาวิชาการบริหารและการจัดการจะช่วยให้มีความเข้าใจลึกซึ้งมองเห็นลู่ทางที่จะบริหารงานให้ลุล่วงไปอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับของสังคม

1.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร (2556) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน สามารถวิเคราะห์ออกมาได้เป็น 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ทรัพยากรทางการบริหารกลุ่มวิสาหกิจ ได้แก่ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางแผน การแบ่งบทบาท การระดมทุน การแบ่งปันผลประโยชน์ ความเสียสละ ความสามัคคี ความร่วมมือของสมาชิกและครอบครัว การดำเนินกิจกรรมที่ต่อเนื่อง คุณภาพสินค้า การบริหารการตลาด ภาวะผู้นำ และการเครือข่ายวิสาหกิจ

2. ทรัพยากรทางการบริหารชุมชน ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชน วัฒนธรรม และประเพณี โครงสร้างประชากร การพัฒนาคนรุ่นใหม่ ทรัพยากรภายในชุมชน การจ้างงานในชุมชนและรายได้ การมีส่วนร่วมของชุมชน การมีตลาดรองรับ ตลอดจนการยอมรับของชุมชน

3. ปัจจัยภายนอกชุมชน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง นโยบายรัฐ เครือข่ายภาคี กลไกทางการตลาด และการคมนาคม เป็นต้น

1.4.3 ตลาดของวิสาหกิจชุมชน

ตลาดของวิสาหกิจชุมชน แบ่งออกเป็น 3 ประเภท (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร. (2556, หน้า 5 ; จินตนา กาญจนวิสุทธ์, 2558, หน้า 11-12) ดังนี้

1. ตลาดแบบพอเพียง เป็นตลาดภายในท้องถิ่นและระหว่างชุมชน หรือในเครือข่าย ที่คนในชุมชนผลิตสินค้า เช่น สบู่ ยาสีฟัน ยาสระผมที่ทำจากสมุนไพร เป็นต้น ที่ทำเพื่อขายให้คนใน

ชุมชน หมู่บ้าน หรือหมู่บ้านใกล้เคียง หรือผลิตไว้เพื่อใช้ในครัวเรือน ครอบครัว ชุมชน เครือข่ายในท้องถิ่น

2. ตลาดแบบผูกพัน เป็นตลาดที่มีข้อตกลงซื้อขาย และเซ็นสัญญากันระหว่างองค์กรหน่วยงานนอกชุมชน และมีการกำหนดระยะเวลา และจำนวนผลิตภัณฑ์ ทำให้วิสาหกิจมีตลาดรองรับที่แน่นอนเพราะผลิตตามคำสั่งซื้อและข้อตกลงที่มีกันไว้แล้วระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อ

3. ตลาดบริโภคน คือการผลิตสินค้าภายในชุมชนแล้วนำออกไปจำหน่ายในตลาดใหญ่ เช่น นำไปวางขายตามร้านสะดวกซื้อ การออกไปจำหน่ายตามงานเทศกาลต่าง ๆ ทั่วประเทศ หรือหากมีศักยภาพก็อาจส่งออกไปยังต่างประเทศ

จากข้อมูลในข้างต้นสรุปได้ว่าตลาดวิสาหกิจชุมชนเป็นตลาดในท้องถิ่นที่มีการผลิตและซื้อขายกันเอง ส่วนตลาดผูกพันเป็นตลาดที่มีการสั่งซื้อล่วงหน้าและมีการผลิตตามที่ถูกคำสั่งไว้ และตลาดบริโภคนเป็นตลาดทั่วไปที่มีการแข่งขันในการขายผลิตภัณฑ์

1.4.4 การประเมินผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

การประเมินผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเป็นการทำขึ้นเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบระดับความเข้มแข็งและผลลัพธ์ของการดำเนินวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถนำไปวางแผนยุทธศาสตร์ วางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาความพร้อมของแต่ละวิสาหกิจชุมชน โดยสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555) ได้กำหนดประเด็นกระบวนการการประเมินผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนที่สำคัญ 6 ประเด็นสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2.3 การประเมินผลการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน

ประเด็น	สิ่งที่ต้องประเมิน
1. ทิศทางวิสาหกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - เป้าหมาย กฎระเบียบ - การจัดคนทำงาน การมีส่วนร่วมของสมาชิก - การทำบัญชี การเงิน งานเอกสาร - การพูดคุยผลการดำเนินงาน/การแก้ปัญหา - การช่วยเหลือชุมชนสังคม
2. การวางแผนการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> - ประชุมวางแผนร่วมกันของสมาชิกกลุ่ม - การทำงานตามแผนงานที่วางไว้ - การดูแลผลของการทำงานที่เกิดขึ้น - การประชุมชี้แจงผลการดำเนินงาน

ประเด็น	สิ่งที่ต้องประเมิน
3. การบริหารการตลาด	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดลูกค้าเป้าหมาย - การหาสถานที่จำหน่าย - การประชุมพูดคุยเรื่องลูกค้าที่มีอยู่ เพิ่ม/ลด
4. การจัดการความรู้ และข้อมูล ข่าวสาร	<ul style="list-style-type: none"> - ความรู้ ภูมิปัญญา สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ - การพูดคุย ประชาสัมพันธ์ ให้สมาชิกและลูกค้า - มีเครือข่ายผู้ผลิต เชื่อมโยงกลุ่มอื่น
5. การบริหารสมาชิก	<ul style="list-style-type: none"> - การรับสมาชิกกลุ่มเพิ่ม/ลงหุ้นเพิ่ม - การอบรมผู้นำและสมาชิก - การประชุมสมาชิก เลือกผู้นำ คนทำงาน - การแบ่งปันผลประโยชน์ให้สมาชิก
6. การจัดการสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> - มีกิจกรรมร่วมกันกับกลุ่มวิสาหกิจอื่น - การผลิต ชื่อวัตถุดิบ ขนส่ง เป็นเครือข่ายช่วยเหลือกัน - การตรวจเช็คคุณภาพสินค้า การทำงาน

ที่มา : จินตนา กาญจนวิสุทธ์ (2558) และสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555)

1.5 แนวคิดและทฤษฎีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในปัจจุบันวิธีการสร้างความมั่นคงและมั่นคงให้องค์กรที่ดีที่สุด คือการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) ซึ่งเป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์ ความได้เปรียบในการแข่งขันหรือ Competitive advantage คือ สิ่งที่เป็นความสามารถพิเศษขององค์กรที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือคู่แข่งต้องใช้เวลาในการปรับตัวเองมากกว่าที่เลียนแบบความสามารถของเราได้ เช่น นวัตกรรม ระบบการจัดการภายในองค์กร ระบบการบริหารองค์กร ภาพลักษณ์ขององค์กร เป็นต้น ปัจจัยที่เป็นพื้นฐานที่สำคัญมากที่สุดในการทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันก็คือความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรต้องพยายามสร้างขึ้นมา ด้วยการเรียนรู้ (Learning) และพัฒนามาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ให้ได้ จากนั้นผู้บริหารต้องดึงเอาความรู้ต่าง ๆ ที่บุคลากรมี เพื่อมาสร้างนวัตกรรม (Innovation) ให้กับองค์กรต่อไป ความได้เปรียบทางการแข่งขันจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่เป็นเลิศขององค์กรทั้ง 3 ด้านคือ ขายสินค้าและให้บริการที่ดีกว่า ขายสินค้าที่ถูกกว่า และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าคู่แข่ง คำว่าสินค้าและให้บริการที่ดีกว่าเรียกว่า “ขายสินค้าหรือให้บริการที่แตกต่าง (differentiation)” การขายสินค้าที่ถูกกว่าจะต้องผลิตด้วยต้นทุนต่ำกว่าเรียกว่า “cost leadership” และตอบสนองต่อลูกค้าได้เร็วกว่าก็คือ “quick response” คำ

ว่าสินค้าและบริการที่แตกต่างไปจากองค์การอื่นหรือ differentiation นั้น หมายถึง สินค้าและบริการขององค์การที่พิเศษไปจากสินค้าและบริการขององค์การอื่นไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง หรือหลายทาง และความต่างนี้ทำให้ผู้ซื้ออยากใช้สินค้านั้นและยินดีจะจ่ายซื้อสินค้านั้นในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่น

1.5.1 กระบวนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การธุรกิจในปัจจุบันที่ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ สำหรับกระบวนการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันจะมีองค์ประกอบดังนี้ (Porter, 2012)

1. การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) การสร้างศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยอาศัยองค์ประกอบต่อไปนี้

1.1 มีความยืดหยุ่น (Flexibility) จากข้อจำกัดของธุรกิจขนาดใหญ่ที่แม้ว่าจะได้เปรียบธุรกิจเล็ก ในด้านการผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมาก ด้วยต้นทุนการผลิตต่อหน่วยที่ต่ำกว่า แต่ก็ไม่อาจปรับเปลี่ยน การผลิตได้อย่างรวดเร็วเมื่อความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง เพราะการปรับเปลี่ยนแต่ละครั้งต้องจ่ายค่าใช้จ่ายสูง ไม่คุ้มทุน ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมสามารถปรับตัวได้รวดเร็วกว่า ในการที่จะสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าด้วยค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า ฉะนั้นผู้ประกอบการจะต้องรู้จักใช้โอกาสนี้

1.2 สร้างนวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ มักมีจุดเริ่มต้นมาจาก นักประดิษฐ์อิสระ และจากกิจการขนาดเล็กในขณะที่ธุรกิจขนาดใหญ่ มักจะพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว ซึ่งมีพื้นฐานการประดิษฐ์คิดค้น จากผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กให้ดีกว่าเดิม และพยายามทำกำไร หรือหาผลตอบแทน จากการลงทุนในเครื่องจักร อุปกรณ์ และโรงงาน ผู้ประกอบกิจการขนาดเล็กจำเป็นต้องสร้างนวัตกรรม หรือสิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้นด้วย จึงจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

2. การสร้างความได้เปรียบโดยนวัตกรรม แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

2.1 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product innovation) เป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ รวมถึงการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิมด้วยคุณลักษณะที่โดดเด่นกว่า รูปแบบที่ทันสมัยกว่า หรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่า

2.2 นวัตกรรมบริการ (Service innovation) เสนอบริการที่แตกต่างและดีกว่าเดิมหรือเหนือกว่าคู่แข่ง

2.3 นวัตกรรมกระบวนการ (Process innovation) เป็นการคิดค้นกระบวนการใหม่ ๆ ทั้งการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.4 นวัตกรรมการบริหารจัดการ (Management innovation) เป็นการคิดหาวิธีการจัดการที่มีประสิทธิภาพใหม่ ๆ เพื่อจัดการกับทรัพยากรของกิจการให้ได้ประโยชน์สูงสุด

3. การสร้างความได้เปรียบโดยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Close Relationship to Customers) ในเมื่อธุรกิจขนาดเล็กอยู่ใกล้ชิดกับลูกค้า จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการจะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยการสร้างสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และเสนอสินค้าและบริการพิเศษให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้า

4. ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ (Product Quality) ภายใต้สภาพการแข่งขันอย่างรุนแรงของธุรกิจ วิธีที่จะทำให้ธุรกิจขนาดเล็กประสบความสำเร็จได้ จะต้องผลิตสินค้าหรือบริการ ที่มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับที่ลูกค้า ต้องการ ในราคาที่เต็มใจจะจ่าย โดยผู้ประกอบการจะต้องรักษาคุณภาพให้มีความสม่ำเสมอ ซึ่งจะเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าพอใจ และต้องการ มากกว่าผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องสร้างคุณภาพในตัวสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานเพราะไม่เพียงแต่ จะรักษาลูกค้าเดิมได้ยังเป็นการเพิ่มลูกค้าใหม่ได้อีกมาก นอกจากนี้ผู้ประกอบการจะต้องพิจารณาให้รอบคอบ ถึงสิ่งที่จะทำให้สามารถ ดำเนินการให้ประสบความสำเร็จได้

1.5.2 กลยุทธ์การแข่งขัน

ไมเคิล พอตเตอร์ (Porter, 2012) ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันไว้ 3 ประการดังนี้

1. การลดต้นทุนทางการจัดการ (Low – Cost Leadership) พิจารณาสภาพแวดล้อมภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คู่แข่งขันทางธุรกิจมาเป็นแนวทางในการลดต้นทุนทางการจัดการขององค์กร

2. การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ทำให้เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร ซึ่งเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจ อาจจะเป็นความแตกต่างในกระบวนการทำงานขององค์กร หรือสินค้าและบริการ

3. การมุ่งเน้นเฉพาะ (Focus) การได้เปรียบทางการแข่งขัน ผู้นำหรือผู้บริหาร จะต้องพิจารณาเน้นเฉพาะกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับทางธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจได้อย่างเต็มที่

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจะนำมาหลักการขององค์กรประกอบที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้ในการศึกษาคั้งนี้

2. ศักยภาพในการพึ่งพาตนเองของวิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนที่มีการบริหารกิจการที่มีความมั่นคง จะต้องให้ความสำคัญกับการพึ่งตนเองเป็นหลัก การพึ่งพาตนเองได้ คือ การสามารถช่วยเหลือตนเองได้ ไม่ต้องขอความช่วยเหลือจากใคร ผลิตอะไรมีพอที่จะใช้ ไม่ต้องไปขอซื้อคนอื่น ใช้ผลผลิตภายในชุมชน อยู่ได้ด้วยตนเอง มีความรู้ในการผลิตโดยไม่ต้องให้ผู้อื่นสอน (จินตนา กาญจนวิสุทธ์, 2558)

หลักการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาล 9 ทรงได้ดำรัสไว้ว่า การพึ่งพาตนเองได้นั้นต้องรู้จักความความพอดี 5 ประการ ได้แก่

1. ความพอดีด้านจิตใจ ต้องเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร และนึกถึงประโยชน์ส่วนรวม

2. ความพอดีด้านสังคม ต้องช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน รู้จักฝึกฝน กำลัง และมีกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากรากฐานที่มั่นคงและแข็งแรง

3. ความพอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาด รอบคอบ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสูงสุด และใช้ทรัพยากรในประเทศเพื่อพัฒนาประเทศให้มั่นคงอยู่เป็นขั้นเป็นตอนไป

4. ความพอดีด้านเทคโนโลยี รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม และสอดคล้องกับความต้องการ และควรพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้านของเราเอง เพื่อสอดคล้องและเป็นประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมของเราเอง

5. ความพอดีด้านความเข้มแข็ง เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555, หน้า 20) ได้ระบุว่า ผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน เป็นการประเมินเพื่อหาว่าที่ผ่านมากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน นั้นประสบความสำเร็จหรือไม่ เพื่อวิเคราะห์ถึงศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน ว่าสามารถพึ่งพาตนเองได้หรือไม่ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2.4 การประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน

ประเด็น	สิ่งที่ต้องประเมิน
1. ด้านประสิทธิผลตามภารกิจของวิสาหกิจชุมชน	1) ลดรายจ่าย ได้แก่ การลดรายจ่ายในการดำเนินงาน ลดการซื้อสินค้าจากภายนอก 2) เพิ่มรายได้ คือ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินงาน

ประเด็น	สิ่งที่ต้องประเมิน
2. คุณภาพสินค้าและบริการ	<p>3) มีคุณภาพชีวิตที่ดี พึ่งตนเองได้ ได้แก่ สมาชิกมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ดำรงชีวิตอย่างมีความสุข ดำรงชีวิตอย่างพอเพียง และหนี้สินลดลง</p> <p>1) คุณภาพความปลอดภัย อาทิ การมีสินค้า/บริการคุณภาพดี มีกระบวนการผลิตและให้บริการที่ดี และสินค้ามีความปลอดภัย ได้รับการรับรองคุณภาพ และได้รับการตอบรับจากลูกค้าที่ดี</p> <p>2) การสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ ได้แก่ มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ไม่เหมือนใคร และสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด</p>
3. ประสิทธิภาพของการดำเนินงาน	<p>1) การลดต้นทุน ได้แก่ การลดต้นทุนการผลิต เช่น การใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเป็นหลัก ฯลฯ และลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในการดำเนินงาน</p> <p>2) มีคุณภาพของระบบงาน ได้แก่ การลดความผิดพลาดและการสูญเสียในระบบการผลิต/บริการ</p>
4. พัฒนาวิสาหกิจชุมชน	<p>1) ความสำเร็จของแผน และกิจกรรม</p> <p>2) ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ การที่คนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้ดี มีสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของชุมชน</p> <p>3) การเพิ่มศักยภาพและความสามารถของสมาชิก ได้แก่ การที่สมาชิกมีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้น เกิดทักษะในการทำงาน และสามารถถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้อื่นได้</p> <p>4) ความพึงพอใจของสมาชิก ได้แก่ ความสนใจและกระตือรือร้นที่จะร่วมกิจกรรม มีความพึงพอใจจากการได้มีส่วนร่วมในการทำงาน พึงพอใจต่อรายได้และสวัสดิการที่เพิ่มขึ้น และภาคภูมิใจในสิ่งที่ตนเองทำ</p>

ที่มา : จินตนา กาญจนวิสุทธ์ (2558) และสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2555)

โดยสรุปการประเมินวิสาหกิจชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเรียนรู้ค้นหาศักยภาพของตนเองได้อย่างเป็นระบบ และการใช้ประโยชน์จากผลการประเมินเพื่อใช้ในการทำแผนการพัฒนา โดยนำเอาข้อมูลจากการประเมินศักยภาพ เพื่อนำมาเป็นแนวทางแก้ไขและพัฒนาวิธีการดำเนินงานของแต่ละวิสาหกิจชุมชนต่อไป และให้ชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยการวิจัยครั้งนี้ได้นำเอารูปแบบการประเมินผลดังกล่าวมาพัฒนา ประยุกต์ร่วมกับแนวคิดอื่น ๆ และพัฒนามาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้

3. นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี มีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศไทยไปสู่เป้าหมายความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน โดยเฉพาะการพัฒนาและยกระดับธุรกิจฐานราก หรือวิสาหกิจชุมชน และได้มีนโยบายในการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน ดังนี้

1. การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนต้องทำการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2548ก)

1.1 ให้มีการจดทะเบียนรับรองสถานะของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จะขอรับการส่งเสริมตามพระราชบัญญัตินี้โดยยื่นขอจดทะเบียนต่อกรมส่งเสริมการเกษตร

1.2 จัดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเป็นเอกภาพโดยกำหนดให้มีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัด และคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน โดยให้กรมส่งเสริมการเกษตรทำหน้าที่เป็นสำนักงานเลขานุการ ของคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนทั้งในระดับชาติ ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน อธิบดีกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการระดับจังหวัด ซึ่งผู้ว่าราชการจังหวัดเป็นเลขานุการ และคณะกรรมการประสานนโยบายกองทุนเพื่อพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังเป็นประธาน และกรมส่งเสริมการเกษตรเป็นเลขานุการ

1.3 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน หรือเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตร วิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิ : ให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนากิจการวิสาหกิจชุมชนระดับปฐมภูมิ ในการประกอบกิจการอย่างครบวงจรรวมทั้ง การให้ความรู้การจัดตั้ง การร่วมมือซึ่งกันและกัน การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนำวัตถุดิบทรัพยากรหรือภูมิปัญญาของชุมชนมาใช้ให้เหมาะสมกับกิจการวิสาหกิจชุมชนและสภาพท้องถิ่นนั้นๆ หรือการให้ความรู้เกี่ยวกับขบวนการผลิตและบริหารจัดการธุรกิจทุกด้าน เพื่อให้กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับปฐมภูมิมีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเอง วิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้ว ให้มีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับสูงขึ้น ตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชนการร่วมมือซึ่งกันและกัน หรือให้ความช่วยเหลือในการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพการผลิต การจัดการและการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน : ให้มีการสนับสนุนการจัดตั้ง

การประกอบการการตลาดรวมทั้ง ส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรืออุตสาหกรรมอื่น เพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน

1.4 ให้คณะกรรมการจัดให้มีมาตรการในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา กิจการวิสาหกิจชุมชนที่มีความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองได้แล้วอย่างต่อเนื่องรวมถึงการให้ความรู้และการสนับสนุนในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงขึ้นตามความพร้อมและความต้องการของกิจการวิสาหกิจชุมชน เช่น การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการวิสาหกิจชุมชนและการ ออกแบบที่ทันสมัยตามความต้องการของตลาดการร่วมมือซึ่งกันและกันหรือให้ความช่วยเหลือใน การศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ทั้งในด้านคุณภาพการผลิตการจัดการ และการตลาด เพื่อสร้างความพร้อมให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชนในระดับที่สูงยิ่งขึ้น

1.5 ให้คณะกรรมการให้การสนับสนุนในการจัดตั้งการประกอบการการตลาดรวมทั้ง ส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกันระหว่างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือภาคธุรกิจหรือ อุตสาหกรรมอื่นเพื่อขยายและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการวิสาหกิจชุมชน ในกรณีที่วิสาหกิจชุมชน ประสงค์จะรวมตัวกันจัดตั้งเป็นเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนหรือดำเนินการจัดตั้งเป็นองค์กรธุรกิจใดๆ

1.6 ให้คณะกรรมการส่งเสริมการดำเนินกิจการวิสาหกิจชุมชนเกี่ยวกับการรักษา คุณภาพผลิตภัณฑ์และการรับรองเกี่ยวกับแหล่งกำเนิดส่วนประกอบวิธีการผลิตคุณภาพหรือ คุณลักษณะอื่นใดของสินค้าหรือการรับรองเกี่ยวกับสภาพคุณภาพชนิดหรือคุณลักษณะอื่นใดของ บริการเพื่อให้สินค้าหรือบริการของกิจการวิสาหกิจชุมชนเป็นที่เชื่อถือรวมทั้งปลอดภัยต่อผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการ

1.5.5 แนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) นั้นหลักการพัฒนาประเทศที่สำคัญ ในระยะแผนพัฒนา ฉบับที่ 12 ก็คือการยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 และยึด หลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่ม ผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ, 2559)

ภายใต้เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศดังกล่าว จะเป็นแรงกดดันให้ประเทศไทยต้องปรับตัวและมีการบริหารความเสี่ยงอย่างชาญฉลาดมากขึ้น ต่อจากนี้ไปประเทศไทยต้องปรับเปลี่ยนครั้งใหญ่ เพื่อ แก้ไขปัญหารากฐานสำคัญที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดของประเทศที่สั่งสมมานาน ในขณะที่เดียวกัน ดำเนินยุทธศาสตร์เชิงรุกเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและจุดเด่นของประเทศ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่

จะต้องให้ความสำคัญกับประเด็นที่มีลักษณะการบูรณาการ และใช้ประกอบการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณ เพื่อการแปลงแผนไปสู่การปฏิบัติเกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างแท้จริง ในประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจชุมชน และวิสาหกิจชุมชน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

1. การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำ ให้ความสำคัญกับการจัดบริการของรัฐที่มีคุณภาพทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข ให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสและผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ห่างไกล การจัดสรรที่ดินทำกิน สนับสนุนในเรื่องการสร้างอาชีพ รายได้ และสนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ รวมทั้งกระจายการจัดบริการภาครัฐให้มีความครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลังร่วมทางสังคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและพร้อมรับผลประโยชน์จากการพัฒนา โดยส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุนศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดสวัสดิการและบริการในชุมชน และผลักดันกลไกการกระจายที่ดินทำกินและการบริหารจัดการที่ดินของชุมชน โดยมุ่งบรรลุเป้าหมายสำคัญในการยกระดับรายได้ประชากรกลุ่มร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด

2. การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคมผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น

3. การปรับโครงสร้างการผลิตและการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในแต่ละช่วงของห่วงโซ่มูลค่า เน้นสร้างความเข้มแข็งให้กับปัจจัยพื้นฐาน ทูตทางเศรษฐกิจให้สนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของฐานการผลิตและฐานรายได้เดิม และยกระดับห่วงโซ่มูลค่าด้วยการใช้เทคโนโลยีวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรมการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างสังคมผู้ประกอบการให้มีทักษะการทํารัฐกิจที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตลอดจนพัฒนาพื้นที่ชายแดนที่มีศักยภาพและพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจเข้าสู่การเป็นประเทศรายได้สูงในอนาคต

4. การพัฒนาระบบเกษตรกรรมที่ยั่งยืนและการขยายโอกาสในการเข้าถึงพื้นที่ทำกินของเกษตรกร รวมทั้งส่งเสริมการรวมกลุ่มทางการเกษตรจากกิจการเจ้าของคนเดียว เป็นการประกอบการในลักษณะสหกรณ์ ห้างหุ้นส่วน และบริษัท เพื่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด

1.5.6 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชนกรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560 – 2564

กรมการพัฒนาชุมชนเป็นหน่วยงานภาครัฐสังกัดกระทรวงมหาดไทยมีภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมของประชาชน ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

ฐานรากให้มีความมั่นคงและมีเสถียรภาพ โดยสนับสนุนให้มีการจัดทำและใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศศึกษาวิเคราะห์วิจัยจัดทำยุทธศาสตร์ชุมชน ตลอดจนการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาชุมชนเพื่อให้เป็นชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืน จุดเน้นการดำเนินงานที่สำคัญของกรมการพัฒนาชุมชนตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน พ.ศ. 2560 – 2564 คือ การทำให้เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจของหน่วยงานที่จะต้องพัฒนาการบริหารจัดการชุมชนให้เข้มแข็งอย่างยั่งยืนและสร้างระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจฐานรากให้มั่นคงตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายตามวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ภายในปี 2564” โดยมีจุดเน้นการดำเนินงานที่สำคัญตามประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชนดังนี้

1. สร้างสรรค์ชุมชนให้พึ่งตนเองได้
2. ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ขยายตัว
3. เสริมสร้างทุนชุมชนให้มีประสิทธิภาพและมีธรรมาภิบาล

โดยสรุป จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชนในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิสาหกิจชุมชน โดยส่งเสริมให้ชุมชน นำต้นทุนในชุมชน เช่น สินทรัพย์ เงินแรงงาน ทรัพยากร และภูมิปัญญา ฯลฯ มาบริหารจัดการประกอบการผลิต การบริการและอื่น ๆ ด้วยองค์ความรู้ใหม่ ฐานข้อมูล ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีที่เหมาะสม พัฒนาผลผลิตให้มีมาตรฐาน สร้างช่องทางการตลาด เชื่อมโยงเครือข่าย และการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนให้เป็นนิติบุคคล ทำให้ครัวเรือนมีรายได้พันกนต์ จปฐ. มีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยดำเนินวิถีชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง นำไปสู่การมีชุมชนที่เข้มแข็ง

4. กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย และต่างประเทศที่ประสบความสำเร็จ

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในประเทศไทยนั้น มีมานานกว่า 30 ปี โดยเริ่มตั้งแต่การรวมกลุ่มจัดตั้งกันเอง จนมาปัจจุบันเริ่มได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล ซึ่งการรวมกลุ่มธุรกิจชุมชนนั้นก็มีทั้งที่ประสบความสำเร็จ และล้มเหลวโดยผู้วิจัยได้รวบรวมตัวอย่างของการรวมกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ ดังนี้

4.1 กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

1. กลุ่มเกษตรกรทำสวนไม้เรียง

ชุมชนไม้เรียง เป็นชุมชนเล็กแห่งหนึ่งในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีอาชีพทำสวนยางพาราเป็นหลัก โดยเฉพาะหลังจากที่รัฐมีนโยบายส่งเสริมการเกษตรเชิงพาณิชย์ ด้วยการปลูกลูกยางพาราเป็นพืชเดี่ยว และทำให้วิถีชีวิตของชาวไม้เรียงขึ้น แต่ด้วยการเจอปัญหาด้านความเข้มแข็งทำให้ชาวบ้าน

หนี้สินเป็นจำนวนมาก จากปัญหาดังกล่าวทำให้ลุงประยงค์ รณรงค์ ผู้นำชุมชน จึงเริ่มทำการแก้ไข ปัญหาด้วยการเปิดธนาคารยารายพารา เปิดศูนย์เรียนรู้ชุมชน จนทำให้ชุมชนบ้านไม้เรียงนั้นเติบโตได้อย่างยั่งยืน ซึ่งปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จที่สำคัญมีดังนี้ (สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา, 2559)

- 1) การมีผู้นำทางความคิด
- 2) การมีโครงสร้างในการบริหารที่ชัดเจน
- 3) การบริหารจัดการที่ดี
- 4) การจัดการการตลาดและข่าวสาร
- 5) การบริหารคุณภาพสินค้า
- 6) การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ

จากข้อมูลข้างต้น เห็นได้ว่าการสร้างกระบวนการเรียนรู้และความใส่ใจ ความตื่นตัวที่จะเรียนรู้ของชุมชนอย่างยั่งยืนหยัด และต่อสู้กับปัญหาร่วมกัน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของการดำเนินงาน ธุรกิจชุมชน โดยมีส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหนุนช่วยให้กระบวนการเรียนรู้บังเกิดผล ขณะที่ผลกำไรจากการประกอบการซึ่งเป็นเรื่องรองลงมา แต่ก็มีความสำคัญเพราะเป็นตัวขับเคลื่อนให้กลุ่มอยู่รอด และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การมีจิตสาธารณะแยกแยะ ประโยชน์ส่วนตนและประโยชน์ส่วนรวมของผู้นำ

2. หมู่บ้าน OTOP Village เกาะเกิด

หมู่บ้าน OTOP Village เกาะเกิด มีพัฒนาการเริ่มต้นตั้งแต่ปี 2537 นำโดยนางลำพูน พรหมไวย ซึ่งเป็นผู้นำชาวบ้านต่อสู้กับความยากจนที่มีอาชีพหลักคือการทำนาเพียงอย่างเดียวขาดโอกาสในการทำอาชีพอื่น จึงริเริ่มหาอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ด้วยการรวมตัวกันเป็นกลุ่มก่อนที่จะมีการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP โดยร่วมกันผลิตสินค้าต่าง ๆ แต่ไม่ประสบความสำเร็จ ขาดทุนเล็กกิจการ หลังจากนั้นมีการประกอบการผลิตสมุนไพรลูกกลอน ซึ่งประสบความสำเร็จด้วยดี เกิดการขยายจำนวนสมาชิกมากขึ้น มีลูกค้าเข้าในชุมชนเพื่อซื้อสินค้ามากขึ้น มีกลุ่มอาชีพที่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ ทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็นที่รู้จักมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง หลังจากนั้นมีการสร้างธุรกิจอื่น ๆ ตามมา เช่น สวนสมุนไพร กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กองทุนหมู่บ้าน กลุ่มอาชีพ OTOP ต่างๆ จนในปี 2547 ได้รับยกย่องเป็นศูนย์เรียนรู้ชุมชน มีผู้เข้ามาศึกษาดูงานมาเรียนรู้กิจกรรมของกลุ่ม แต่ต่อมาในปี 2548 ได้รับคัดสรรเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP Village ผู้ใหญ่ลำพูน จึงร่วมกับชาวบ้านจัดบ้านพักเป็น โฮมสเตย์ขึ้นมาในปี 2550 – 2551 ได้รับการสนับสนุนจากโครงการ SML จัดหารถลากจูงสำหรับนำนักท่องเที่ยวชมหมู่บ้าน ทำให้มีชื่อเสียงมากยิ่งขึ้น และในปี 2552 โฮมสเตย์ที่จัดทำอยู่ก็ได้รับรางวัลโฮมสเตย์ไทยที่ได้มาตรฐานรับรองจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา รวมทั้งได้รับเลือกเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงอีกด้วย จากกรณีศึกษาดังกล่าว

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของหมู่บ้าน OTOP Village เกาะเกิดไว้ 4 ประการดังนี้

1. มีผู้นำที่ดี มีภาวะผู้นำมีความรู้และมีความสามารถเป็นที่เคารพนับถือของคนในชุมชน
2. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิดที่จะต่อยอดและพัฒนาให้ดีขึ้น
3. ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ
4. ความสามัคคีกลมเกลียวของกลุ่มสมาชิกในชุมชน

จากแนวความคิดดังกล่าวผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตัวแปรอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้สำหรับเป็นตัวแปรในการสร้างกรอบแนวคิดของการศึกษา

4.2 กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในต่างประเทศ

การก่อกำเนิดวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยนั้นมาจากแนวคิดเกี่ยวกับสหกรณ์จากทางฝั่งโลกตะวันออก รวมถึงโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับแนวคิดมาจากโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่น (One village one product the movement of Japan) ที่เป็นแบบแผนของการดำเนินการธุรกิจชุมชนเพื่อชุมชน โดยผู้วิจัยทำการรวบรวมโครงการธุรกิจชุมชนที่ได้รับการประสบความสำเร็จ ดังนี้

1. หนึ่งชุมชนหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product: OVOP)

กระบวนการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Village One Product: OVOP) บนพื้นฐานการพึ่งพาตนเองของชุมชนเกษตร ในจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1979 ได้พัฒนาสืบเนื่องมาจนปัจจุบัน เป็นรูปแบบ (model) ของนโยบายการพัฒนาภูมิภาค (regional development policy) ที่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างยิ่ง และสามารถนำมาใช้เป็นตัวแบบให้แก่ประเทศอื่นๆ ด้วยอีกด้วย (นันทมน ธีระกุล และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์, 2548)

โดยจากการวิเคราะห์ของนักวิชาการหลาย ๆ ท่านในประเทศญี่ปุ่นนั้นสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยสำคัญที่ทำให้โครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) นั้นประสบความสำเร็จจนมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพในระดับสากลออกวางจำหน่ายมากกว่า 500 รายการ และสามารถสร้างยอดขายจำหน่ายสินค้ากว่า 1 หมื่นล้านบาทนั้น มีปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (Adachi, 2003 ; Mukai & Fujikura, 2013)

- 1) คิระดับโลก แต่ทำระดับท้องถิ่น หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ที่คงกลิ่นสีและวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่สามารถเข้าถึงรสนิยมของผู้บริโภคทั่วประเทศและทั่วโลก ยิ่งเป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะถิ่นมากเพียงไร ก็จะมีชื่อก้องโลกได้เพียงนั้น ดังนั้นการผลิตสินค้ามิใช่เพียงเพื่อสนองความต้องการของชุมชนเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงมาตรฐานในระดับประเทศหรือสากลด้วย

2) เป็นอิสระ พึ่งพาตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-reliance and Creativity) กล่าวคือ กิจกรรมต่าง ๆ ต้องมาจากความต้องการของคนในชุมชนโดยตรง นั่นคือ ประชาชนในท้องถิ่นเป็นผู้ตัดสินใจว่าจะพัฒนาสินค้าใดเข้าร่วมโครงการ (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 ชนิด) ส่วนหน่วยงานรัฐมีหน้าที่เพียงให้การสนับสนุนเทคโนโลยีและการตลาดเท่านั้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้ทำให้กระบวนการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) เป็นมากกว่าโครงการเพื่อส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงกระบวนการฟื้นฟูชุมชนด้วย

3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ซึ่งเป็นเป้าหมายสูงสุดของ OVOP แรงขับเคลื่อนที่แท้จริงของการพัฒนาภูมิภาค คือ “มนุษย์” ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความกล้าทำทำหยา และมีความวิสัยทัศน์กว้างไกล จึงจะสามารถเป็นผู้นำกระบวนการพัฒนาในแต่ละชุมชนได้ อันจะทำให้เศรษฐกิจของภูมิภาคพัฒนาไปได้อย่างอัตโนมัติและเป็นธรรมชาติ ดังนั้นคำว่า “ผลิตภัณฑ์” (หรือ product) มิได้หมายถึง สินค้าเท่านั้น แต่หมายถึงผลิตผลจากความสามารถของมนุษย์ ซึ่งสะท้อนถึงการสร้างทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง

ปัจจุบันรูปแบบโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ได้แพร่ขยายไปกว่า 3,000 ท้องถิ่นทั่วประเทศญี่ปุ่น รวมทั้งประเทศต่างๆ ในอาเซียน ได้แก่ จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย กัมพูชา และลาว รวมถึง มองโกเลีย และสหรัฐอเมริกา แม้ว่าวิธีการนำไปใช้จะแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ แต่มีจุดประสงค์ของการนำไปใช้คล้ายคลึงกัน คือ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น เพิ่มจิตสำนึกของคนในชุมชน พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และขยายโอกาสทางการตลาดจนกระทั่งสามารถส่งออกได้ สิ่งที่ทำให้แต่ละประเทศยากที่จะเข้าถึงแก่นของการพัฒนาโดยใช้รูปแบบโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ก็คือ สภาพสังคมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ของประเทศกำลังพัฒนาในแถบอาเซียน รวมทั้งสภาพเศรษฐกิจที่อ่อนแอและมีความจำกัดด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งต่างจากช่วงที่ญี่ปุ่นมีการพัฒนาและปรับใช้รูปแบบโครงการหนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OVOP) ซึ่งเป็นช่วงที่มีความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูง (Adachi, 2003)

2. ชุมชนเข้มแข็งบนเกาะฮิเมะ (Hime)

เกาะฮิเมะ (Hime) ชุมชนเล็กๆ แห่งหนึ่งในประเทศญี่ปุ่น มีสมาชิกชุมชนทั้งสิ้น 2,519 คน ชุมชนฮิเมะชิมะ (Himeshima) เป็นตัวอย่างของชุมชนที่สมาชิกมีฐานะใกล้เคียงกันและเชื่อมั่นในแนวคิดของการอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขถ้วนหน้า และเฉลี่ยงานทุกคนทำให้มีงานมีรายได้ถ้วนหน้า สิ่งที่ผู้นำชุมชนทำก็คือการนำแนวคิดแบบสังคมนิยมที่ส่วนกลางจะดูแลทุกคนอย่างเท่าเทียมกัน มีการปรับโครงสร้างรายได้ ให้สมาชิกในชุมชนมีอาชีพ มีงานทำ และมีรายได้เท่าเทียมกัน มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน ซึ่งเป็นค่านิยมดั้งเดิมของคนญี่ปุ่น ได้แก่ ความกลมกลืนกันทางสังคม ความเท่าเทียมกันและความมีสิทธิเท่าเทียมกันของสมาชิกชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้สูญสิ้นไปหมดแล้วในพื้นที่อื่นๆ ของญี่ปุ่น การแบ่งปันความร่ำรวยกันและสมานไมตรีกันแทนที่จะแข่งขันกันจนคนรวยได้ไปทั้งหมดใน

ที่สุด ชุมชนไม่ต้องการสิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกที่เหลื่อมล้ำไม่เท่าเทียมกัน (วรากรณ์ สามโกเศศ, 2552)

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นที่นี่ ก็คือ

1. ชุมชนมีความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ถนนหนทาง บ้านเรือน สะอาด
2. ประชาชนมีงานทำ มีอาชีพและมีรายได้ถ้วนหน้า
3. ผู้คนมีความสุข ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร มีสุขภาพจิตที่ดีมีความรักใคร่กลมเกลียว
4. บ้านเรือนมีความปลอดภัยไม่มีโจรผู้ร้าย ไม่ต้องลือคประตุเพราะไม่มีการลักขโมย ทั้ง

เกาะมีตำรวจเพียงหนึ่งคน

5. มีสวัสดิการชุมชน เคเบิลทีวีฟรีสำหรับทุกคนครัวเรือนเพื่อให้สามารถรับสัญญาณโทรทัศน์ได้ชัดเจน

กล่าวโดยสรุป "ชุมชนเข้มแข็ง" ต่างก็มีสภาพปัจจัยแวดล้อมค่านิยม ความปรารถนา ความมุ่งมั่นของชุมชนที่แตกต่างกันออกไป และ "เข้มแข็ง" ในลักษณะที่ไม่เหมือนกันอีกด้วย "ชุมชนเข้มแข็ง" จะไม่มีโอกาสเกิดขึ้นได้เลย หากชุมชนไม่มีอุดมการณ์และวิถีร่วมกันมีความสามัคคี และรู้จักการใช้โอกาสที่จะได้ใช้ความคิดริเริ่มและสร้างนวัตกรรมเพื่อประโยชน์ของสมาชิกชุมชน

2.5 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษดี จารุดำรงศักดิ์ (2560) ได้ทำวิทยานิพนธ์เรื่องการประเมินผลความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรพัฒนา ตำบลบ้านแลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง พบว่าวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้มีแนวทางและเป้าหมายการดำเนินงานอย่างชัดเจน มีการดำเนินงานร่วมกับ ขบวนการงานรัฐ อยู่ร่วมกับคนในชุมชนได้โดยปราศจากความขัดแย้ง มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ภายในชุมชน มีกระบวนการพัฒนาความรู้ด้วยตนเองอยู่ตลอด สามารถพึ่งพาตนเองได้มีการจัดการของเหลือทิ้งจากการผลิต และสมาชิกได้รับการตอบสนองต่อความคาดหวังจากการทำงาน

พนิดา สัตโยภาส (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการณประกอบการความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มล้านนาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ภาวะการณประกอบการ ความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมกลยุทธ์ธุรกิจและความได้เปรียบในการแข่งขัน ในระดับค่อนข้างมาก ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุพบว่า ภาวะการณประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการตลาดมากที่สุด รองลงมา คือ ภาวะการณประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์ธุรกิจ ลำดับสุดท้าย คือ ภาวะการณประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรม ส่วนปัจจัยภาวะการณประกอบการ

มีความสัมพันธ์ทางอ้อมต่อความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านความสามารถทางการตลาด นวัตกรรม และ กลยุทธ์ธุรกิจ ปัจจัยความสามารถทางการตลาดมีอิทธิพลทางตรงต่อนวัตกรรมและความได้เปรียบในการแข่งขัน นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน และกลยุทธ์ธุรกิจ ลำดับสุดท้าย กลยุทธ์ธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

อารยา อิงไพบูลย์กิจ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยเหตุและผลของขีดความสามารถเชิงพลวัตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมธุรกิจการขนส่งในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ทูทางปัญญา นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมเชิงพลวัต มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อขีดความสามารถเชิงพลวัต ขีดความสามารถเชิงพลวัตมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน นอกจากนี้ ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ยังได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากทูทางปัญญา นวัตกรรม และสภาพแวดล้อมเชิงพลวัต ซึ่งมีความสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนดไว้

วาสนา คำไทย (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลกระทบของการรับรู้ตรา นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และการมุ่งเน้นการแข่งขันที่มีต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ตรา นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ได้แก่ด้านการรับรู้ นวัตกรรม ด้านการรับรู้ ตัวกระตุ้น ด้านการมุ่งเน้นการแข่งขัน ด้านการบริหาร นวัตกรรม ด้านคุณภาพสินค้าและบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมในทางบวก ส่วนด้านการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้ามีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมในทางลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีการสร้างการรับรู้ตรา นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ และการมุ่งเน้นการแข่งขันให้เกิดขึ้นกับองค์กรจะส่งผลให้ประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมเพิ่มสูงขึ้น

อนุรัตน์ อนันนทนาธร (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัยพบว่า 1. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความเห็นว่าวิสาหกิจชุมชนมีการระดับการจัดการความมั่นคง ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 2. ปัจจัยองค์กรที่มีผลต่อการจัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน ตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่มีระดับตลาด ประเภทวิสาหกิจชุมชน ลักษณะการดำเนินวิสาหกิจชุมชน ระยะเวลาในการดำเนินวิสาหกิจชุมชน จำนวนเงินลงทุนของวิสาหกิจชุมชน แหล่งเงินทุน จำนวนสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน และจังหวัดของวิสาหกิจชุมชน ต่างกันมีระดับการจัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3. อิทธิพลของตัวแปร 5 ตัว ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้แก่ การมีความรู้ ด้านความมีเหตุผล ด้านการมีคุณธรรม ด้านการมีภูมิคุ้มกัน และด้านความพอประมาณ ตามลำดับ มีอิทธิพลทางบวกกับประสิทธิผลของการ

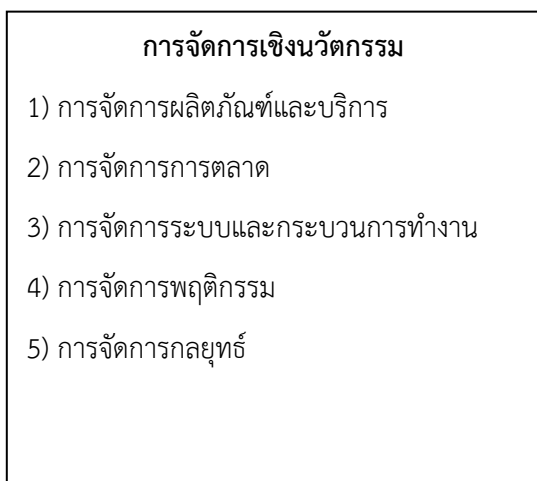
จัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 80.7

อนุวัต สงสม (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการตลาด ด้านกลยุทธ์ ด้านกระบวนการ และด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมของวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

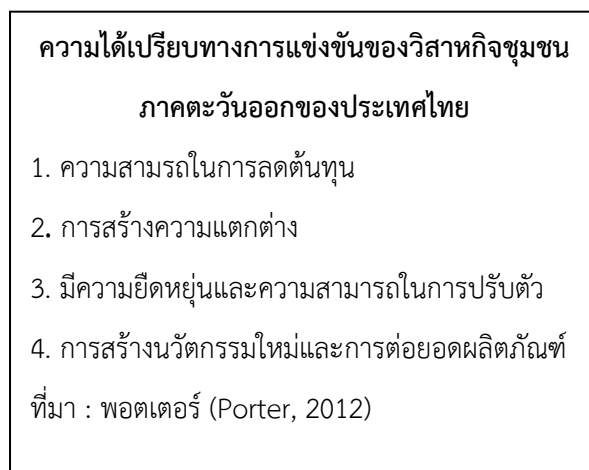
6. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่อง การจัดการเชิงนวัตกรรม การบริหารและการจัดการวิสาหกิจชุมชน ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิด และสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)



ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



7. สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการเชิงนวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

2. การจัดการแข่งขันนวัตกรรมด้านการตลาด มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

3. การจัดการแข่งขันนวัตกรรมด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

4. การจัดการแข่งขันนวัตกรรมด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

5. การจัดการแข่งขันนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย มีวิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสม ระหว่างวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดังนี้

1.1 การศึกษาเชิงปริมาณ ใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ใช้เก็บจากกลุ่มตัวอย่าง

1.2 การศึกษาเชิงคุณภาพ จะใช้การศึกษาจากข้อมูลเอกสาร ตำราและผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง (Documentaries research) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Deep interview) จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญในประเด็นที่ได้ผลการศึกษาเชิงปริมาณใน 3 อันดับแรก และ 3 อันดับสุดท้ายเพื่อเป็นการยืนยันผลการศึกษา

2 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

กลุ่มที่ศึกษาแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

2.1 กลุ่มที่ 1 กลุ่มประชากรสำหรับใช้ในการตอบแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้การศึกษา คือ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออก ได้แก่ 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง โดยแบ่งเป็น

- จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวนวิสาหกิจชุมชน 230 แห่ง มีจำนวนสมาชิก 2,474 ราย
 - จังหวัดชลบุรี มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน 59 แห่ง มีจำนวนสมาชิก 636 ราย
 - จังหวัดระยอง ที่มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน 74 แห่ง มีจำนวนสมาชิก 791 ราย
- (ข้อมูลจากกรมส่งเสริมการเกษตร, กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2562)

โดยกลุ่มประชากรสำหรับใช้ในการตอบแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้การศึกษา คือ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออก ผู้วิจัยเลือกใช้สูตรคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยการใช้การคำนวณ

โดยเปิดตารางสำเร็จของยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดการยอมรับค่าความคลาดเคลื่อน 3% ที่ระดับความเชื่อมั่น 97% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 363 ราย

การกำหนดสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด นั้นอาศัยนำมาสุ่มตัวอย่าง โดยใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) มีวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) อีกครั้งหนึ่ง ดังรายละเอียดในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด ที่ถูกเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

จังหวัด	จำนวนสมาชิก (คน)	สัดส่วนจากการคำนวณ (คน)	ขนาดกลุ่ม ตัวอย่าง(คน)
	2,474	$(363 \times 2,474) / 3,901 =$	230
1. ฉะเชิงเทรา		230.21	
2. ชลบุรี	636	$(363 \times 636) / 3,901 =$	59
3. ระยอง	791	$(363 \times 791) / 3,901 =$	74
รวม	3,901	-	363

เมื่อได้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างของจำนวนสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัดแล้วทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างของแต่ละจังหวัดโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) เป็นการเลือกตัวอย่างในลักษณะการบังเอิญพบให้ครบตามจำนวน 363 ตัวอย่างที่กำหนดไว้ของแต่ละจังหวัด

2.2 กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth interviews) ซึ่งถูกเลือกตัวอย่างกลุ่มที่เป็นผู้บริหาร คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือในระดับก้าวหน้า 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านวิสาหกิจชุมชน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนี้

- การสัมภาษณ์เดี่ยว

1. นางวันดี ประกอบธรรม ประธานชมรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านตะเคียนเตี้ย
2. นายธนวัฒน์ ผ่องใส ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 3 กรรมการวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกฝรั่งหนองข้างคอก
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนูรัตน์ อนันทนาธร ผู้เชี่ยวชาญเรื่องวิสาหกิจชุมชน

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพัตรา เก้าประดิษฐ์ นักวิชาการด้านการจัดการชุมชน
5. นายสำราญ ทิพย์ธรรม ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะกก จังหวัดระยอง
6. นายเกษม อินทโชติ อดีตกำนันตำบลบ้านปึก ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ที่ทำยายม่อม ตำบลบ้านปึก
7. นางสาวพัชชานันท์ อินทโชติ กรรมการบริหารวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปึก
8. ปรียานุช จันทเดิม คนรุ่นใหม่ชุมชนกลุ่มประมงบ้านสวนสน จังหวัดระยอง
9. นายสมคิด เอนกวสินชัย นายกองสีการบริหารส่วนตำบลห้างสูง ผู้ริเริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าแดงตำบลห้างสูง
 - การสัมภาษณ์กลุ่ม ผู้บริหารเทศบาลและกลุ่มชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านตะเคียนเตี้ย
 - 1. นายทรงวุฒิ ประกอบธรรม ประธานสภาเทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย
 - 2. นางกรองทอง แสงนภา เลขานุการชมรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตะเคียนเตี้ย
 - 3. นายสาโรจน์ สกฤพพานิช ประธานวิสาหกิจชุมชนคนรักมะพร้าวตะเคียนเตี้ย
 - 4. นางพะเยาว์ มุ่งหาทรัพย์ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนคนรักมะพร้าวตะเคียนเตี้ยและเจ้าของโฮมสเตย์
 - 5. นายถาวร เปลี่ยนดี เจ้าของสวนฟ้าใส ไอโگیะ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนคนรักมะพร้าว

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือ แบบสอบถาม โดยจะแบ่งออกเป็นได้ 3 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ 5) ระยะเวลาในการทำงาน โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) เพื่อเลือกตอบตามระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามบัญญัติ (Nominal scale) และการวัดข้อมูลประเภทสเกลลำดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม โดยทำการศึกษาทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2) นวัตกรรมด้านการตลาด 3) นวัตกรรมด้านกระบวนการ 4) นวัตกรรมด้านพฤติกรรม และ 5) นวัตกรรมด้านกลยุทธ์ คำถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Likert scale) ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความพร้อม 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่3 คำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) การลดต้นทุน 2) การสร้างความแตกต่าง 3) มีความยืดหยุ่น และ 4) การสร้างนวัตกรรมคำถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Likert scale) ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความพร้อม 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

โดยมีช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

4. การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม

4.1 การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม ที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

4.1.1 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

4.1.2 ความเชื่อมั่น (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดลอง (pre-test) กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้จริงได้ (Jump, N., 1978)

4.2 ขั้นตอนการสุ่มตัวอย่าง เทคนิคการสุ่มตัวอย่างจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ความน่าจะเป็น (Probability Sampling) และการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามสัดส่วนของประชากรเพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 363 ตัวอย่างแล้ว เลือกใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience) ซึ่งไม่ใช่ความน่าจะเป็น Non-probability โดยใช้

แบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จึงออกเก็บข้อมูลตามกลุ่มสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออก

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลข้อมูลปฐมภูมิ คือแบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ

4.3.1 ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- 1) เพศ
- 2) อายุ
- 3) ระดับการศึกษา
- 4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 5) ระยะเวลาในการทำงาน

โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบเลือกตอบ (Check list) เพื่อเลือกตอบตามระดับการวัดข้อมูลประเภทสเกลนามบัญญัติ (Nominal scale) และการวัดข้อมูลประเภทสเกลลำดับ (Ordinal scale)

4.3.2 ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม โดยทำการศึกษาทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่

- 1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ
- 2) นวัตกรรมด้านการตลาด
- 3) นวัตกรรมด้านกระบวนการ
- 4) นวัตกรรมด้านพฤติกรรม
- 5) นวัตกรรมด้านกลยุทธ์

คำถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Likert scale) ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความพร้อม 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

4.3.3 ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยทำการศึกษาทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่

- 1) การลดต้นทุน
- 2) การสร้างความแตกต่าง
- 3) มีความยืดหยุ่น
- 4) การสร้างนวัตกรรม

คำถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิดแบบประเมินค่า (Likert scale) ใช้ข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความพร้อม 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยของแต่ละระดับความเห็นคะแนนในการอภิปรายผล ได้มาจากการคำนวณโดยสูตรคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

มีช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

4.4 การทดสอบคุณภาพแบบสอบถาม การทดสอบคุณภาพแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

4.4.1 ความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording)) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข ก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง

4.4.2 ความเชื่อมั่น (Reliability Test) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมาและปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทำการทดลอง (pre-test) กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการตลอดจนมีความเหมาะสมหรือไม่ มีความยากง่ายเพียงใด จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-coefficient) ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบสอบถามดังกล่าวน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้จริงได้ (Jump, N., 1978)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งคือ

5.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร งานวิจัย ภาคนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ต่างๆ และเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการศึกษาจากแบบสอบถาม โดยรวบรวมข้อมูลจำนวน 1,110 คน เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (Deep interview) กับกลุ่มที่เป็นผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่อยู่ในระดับก้าวหน้า

6. วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 วิธีการประมวลผลข้อมูล ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ประมวลผลข้อมูลตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 6.1.1 รวบรวมแบบสอบถามที่ได้จากภาคสนาม
- 6.1.2 ตรวจสอบแบบสอบถามทุกชุดเพื่อดูความถูกต้องและความสมบูรณ์
- 6.1.3 จัดคำตอบเป็นกลุ่ม และเป็นหมวด รวมทั้งให้รหัสคำตอบ
- 6.1.4 จัดทำคู่มือลงรหัส
- 6.1.5 ลงรหัสข้อมูลจากแบบสอบถามลงเครื่องคอมพิวเตอร์ (Computer)
- 6.1.6 ทำการประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (SPSS)

6.2 วิเคราะห์ข้อมูล หลังจากทำการสร้างเครื่องการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจะจัดทำคู่มือการลงรหัส ต่อจากนั้นผู้วิจัยจะทำการลงรหัสข้อมูลตามคู่มือการลงรหัสที่ได้จัดทำไว้ เปลี่ยนแปลงข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์ สามารถคำนวณและประมวลผลได้ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

6.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

- 1) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 2) การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis : MRA) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Coefficient of Determination : R²) ด้วยวิธีการ ENTER กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับข้อความแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการพรรณนาบรรยายสรุปเป็นประเด็นใช้ทฤษฎีและประสบการณ์ในการวิเคราะห์

6.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ ข้อมูล จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร วิธีการวิเคราะห์จะเป็นไปตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) คือพรรณนาข้อมูลในปรากฏการณ์ หรือรูปธรรม และวิเคราะห์ตีความข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมสำหรับที่ภาครัฐควรใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

บทที่ 4

ผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษางานวิจัยเรื่อง การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยหลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 363 คน แต่เกิดความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลที่ตอบจึงทำให้เหลือกลุ่มตัวอย่างที่นำมาวิเคราะห์ที่จำนวน 342 คน คิดเป็นร้อยละ 94.21 ถือว่ายอมรับได้ และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) จำนวน 16 คน แล้วผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาครั้งนี้เป็น 5 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยองค์การของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายจากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดความหมายของสัญลักษณ์ ดังนี้

n	แทน	ค่าจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิเคราะห์
\bar{X}	แทน	ค่าเฉลี่ยเลขคณิตของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่าง
F	แทน	ค่าสถิติในการแจกแจงแบบเอฟ (F- distribution)
t	แทน	ค่าสถิติที่ใช้ t - distribution
k	แทน	ค่าจำนวนตัวแปรอิสระที่ใช้สมการถดถอย
b	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ตัวพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตัวพยากรณ์รูปคะแนนมาตรฐาน
r	แทน	ค่าความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร

R	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์
SE _b	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ตัวพยากรณ์
SE _{cst}	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์
SS	แทน	ผลรวมของคะแนนเบี่ยงเบนแต่ละตัวยกกำลังสอง
MS	แทน	ค่าความแปรปรวน
Z	แทน	ค่าคะแนนมาตรฐานของตัวพยากรณ์
\hat{Y}	แทน	ค่าสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ
Sig.	แทน	ความน่าจะเป็นสำหรับบอกนัยสำคัญทางสถิติ
*	แทน	แสดงความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการศึกษา

2.1 ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยทางธุรกิจ (n = 342)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	133	38.89
หญิง	209	61.11
รวม	342	100.00
2. อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	4	1.17
31 – 40 ปี	33	9.65
41 – 50 ปี	179	52.34
51 ปีขึ้นไป	126	36.84
รวม	342	100.00
3. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	249	72.81

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ร้อยละ
ปริญญาตรี	90	26.32
สูงกว่าปริญญาตรี	3	.88
รวม	342	100.00
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ไม่เกิน 15,000 บาท	175	51.17
15,001 - 20,000 บาท	64	18.71
20,001 - 25,000 บาท	38	11.11
25,001 - 30,000 บาท	18	5.26
มากกว่า 30,000 บาท	47	13.74
รวม	342	100.00
ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ร้อยละ
5. อาชีพฐาน (อาชีพประจำปัจจุบัน)		
แม่บ้าน/พ่อบ้าน	74	21.64
เกษตรกร (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง)	143	41.81
พนักงานบริษัทเอกชน	4	1.17
เจ้าของกิจการส่วนตัว	48	14.04
รับจ้างทั่วไป	66	19.30
อื่นๆ ระบุ	7	2.05
รวม	342	100.00
6. ระยะเวลาในการทำงานกับวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้		
น้อยกว่า 2 ปี	114	33.33
2 - 4 ปี	150	43.86
5 - 7 ปี	47	13.74
มากกว่า 10 ปี	31	9.06
รวม	342	100.00
7. สถานะในวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้		
ประธาน/รองประธาน	193	56.43
กรรมการบริหาร	36	10.53
สมาชิก (ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร)	113	33.04
รวม	342	100.00

จากตารางที่ 4.1 แสดงถึงข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 342 คน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) เพศ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.11 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.89 ตามลำดับ

2) อายุ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.34 รองลงมาคือ อายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36.84 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.65 และไม่เกิน 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 1.17 ตามลำดับ

3) ระดับการศึกษา พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.81 รองลงมาคือระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 26.32 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 0.88 ตามลำดับ

4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.17 รองลงมาคือ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 18.71, มากกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.74, 20,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 11.11 และ 25,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 5.26 ตามลำดับ

5) อาชีพฐาน (อาชีพประจำปัจจุบัน) พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง) คิดเป็นร้อยละ 41.81 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป คิดเป็นร้อยละ 19.30 แม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 21.64 เจ้าของกิจการส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 14.04 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 2.05 และพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 1.17 ตามลำดับ

6) ระยะเวลาในการทำงานกับวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการทำงานกับวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ 2 – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.86 รองลงมาคือ น้อยกว่า 2 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.86, 5 – 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.74 และมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.06 ตามลำดับ

7) สถานะในวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานะในวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้คือเป็นประธาน/รองประธาน คิดเป็นร้อยละ 56.43, รองลงมาคือ สมาชิก (ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร) คิดเป็นร้อยละ 33.04 และกรรมการบริหาร คิดเป็นร้อยละ 10.53 ตามลำดับ

2.2 ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามปัจจัยองค์กร
(n = 342)

ปัจจัยองค์กร	จำนวน (n)	ร้อยละ
1. สถานะของวิสาหกิจชุมชน		
ขั้นพื้นฐาน	243	71.05
ขั้นก้าวหน้า	99	28.95
รวม	342	100.00
2. ประเภทวิสาหกิจชุมชน		
การเกษตร	53	15.50
การเกษตรอินทรีย์	39	11.40
การเกษตรแปรรูป	75	21.93
อาหาร	45	13.16
หัตถกรรม	43	12.57
เลี้ยงสัตว์	9	2.63
ท่องเที่ยว	34	9.94
ออมทรัพย์	12	3.51
อื่นๆ	32	9.36
รวม	342	100.00
3. ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน		
เป็นนิติบุคคล	54	15.79
ไม่ได้เป็นนิติบุคคล	288	84.21
รวม	342	100.00
4. ระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ		
1 ปี	38	11.11
2 – 4 ปี	226	66.08
5 – 7 ปี	47	13.74
มากกว่า 10 ปี	31	9.06
รวม	342	100.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (n)	ร้อยละ
5. จำนวนเงินลงทุนของวิสาหกิจชุมชนของท่าน		
ไม่เกิน 50,000 บาท	138	40.35
50,001 – 100,000 บาท	36	10.53
100,001– 150,000 บาท	71	20.76
150,001 – 200,000 บาท	36	10.53
200,001 – 250,000 บาท	21	6.14
300,001 บาทขึ้นไป	40	11.70
รวม	342	100.00
6. แหล่งเงินทุนหลักที่ใช้ดำเนินกิจการ		
เงินทุนจากการร่วมลงทุนของสมาชิก	268	78.36
เงินสนับสนุนจากรัฐบาล	49	14.33
เงินกู้ยืม จากญาติ พี่น้อง	6	1.75
เงินกู้ยืม จากพ่อ-แม่	8	2.34
อื่นๆ	11	3.22
รวม	342	100.00
7. จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน		
7 – 10 คน	72	21.05
11 – 15 คน	36	10.53
16 – 20 คน	29	8.48
21 – 25 คน	30	8.77
26 - 30 คน	12	3.51
มากกว่า 30 คน	163	47.66
รวม	342	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงถึงปัจจัยองค์การของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 283 คน ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) สถานะของวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะของวิสาหกิจชุมชน คือ ชั้นพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 71.05 และชั้นก้าวหน้า คิดเป็นร้อยละ 28.95 ตามลำดับ

2) *ประเภทวิสาหกิจชุมชน* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทการเกษตรแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 21.93 รองลงมาคือ ประเภทการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 15.50 ประเภทอาหาร คิดเป็นร้อยละ 13.16 ประเภทหัตถกรรม คิดเป็นร้อยละ 12.57 ประเภทการเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 11.40 ประเภทท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 9.94 ประเภทอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9.36 ประเภทออมทรัพย์ คิดเป็นร้อยละ 3.51 และประเภทเลี้ยงสัตว์ คิดเป็นร้อยละ 2.63 ตามลำดับ

3) *ลักษณะของวิสาหกิจชุมชน* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะของวิสาหกิจชุมชนแบบไม่ได้เป็นนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 84.21 และเป็นนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 15.79

4) *ระยะเวลาการดำเนินงานกิจการของวิสาหกิจชุมชน* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินงานกิจการ 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.08 รองลงมาคือระยะเวลา 5 - 7 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.74 ระยะเวลา 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.11 และมากกว่า 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 9.06 ตามลำดับ

5) *จำนวนเงินลงทุนของวิสาหกิจชุมชน* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีจำนวนเงินลงทุนไม่เกิน 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.35 รองลงมาคือจำนวน 100,001-150,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.76 จำนวน 300,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.70 จำนวน 50,001 - 100,000 บาท กับ 150,001 - 200,000 บาท มีสัดส่วนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 10.53 และจำนวน 200,001 - 250,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.14 ตามลำดับ

6) *แหล่งเงินทุนหลักที่ใช้ดำเนินการ* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีแหล่งเงินทุนหลักที่ใช้ดำเนินการจากเงินทุนจากการร่วมลงทุนของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 78.36 รองลงมาคือเงินสนับสนุนจากรัฐบาล คิดเป็นร้อยละ 14.33 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 3.22 เงินกู้ยืม จากพ่อ-แม่ คิดเป็นร้อยละ 2.34 และเงินกู้ยืม จากญาติ พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 14.33 ตามลำดับ

7) *จำนวนสมาชิกวิสาหกิจชุมชน* พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสมาชิกจำนวนมากกว่า 30 คน คิดเป็นร้อยละ 47.66 รองลงมาคือ จำนวน 7 - 10 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05 จำนวน 11 - 15 คน คิดเป็นร้อยละ 10.53 จำนวน 21 - 25 คน คิดเป็นร้อยละ 8.77 จำนวน 16 - 20 คน คิดเป็นร้อยละ 8.48 และจำนวน 26 - 30 คน คิดเป็นร้อยละ 3.51 ตามลำดับ

2.3 ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย
(n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน ท่านมีความทันสมัย	3.36	0.83	ปานกลาง	4
2. มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าด้วย นวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าอยู่เสมอ	3.53	1.02	มาก	1
3. มีการคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.47	1.08	มาก	3
4. มีการส่งเสริมสมาชิกคิดและประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เสมอ	3.49	1.09	มาก	2
เฉลี่ย	3.46	1.01	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 4 มีการส่งเสริมสมาชิกคิดและประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และประเด็นข้อที่ 3 มีการคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย อีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 1 ผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนท่านมีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36 ตามลำดับ

สอดคล้องกับการสัมภาษณ์เชิงลึก “ก่อนเลยชาวบ้านห่างสูงมีการรวมกลุ่มกันอยู่แล้ว เช่น กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพ พอรัฐบาลส่งเสริมให้จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ตอนแรกๆ ชาวบ้านไม่เข้าใจหลักการจุดมุ่งหมาย ก็ทำเหมือนเดิมเอาของที่มีอยู่ในชุมชนมา เช่น ข้าวสาร ผัก

ผลไม้ ของแปรรูปเช่น น้ำปลา น้ำพริก บรรจุหีบห่อก็ไม่สวยงาม แต่พอมีหน่วยงานหลายแห่งเข้ามา แนะนำเช่นสำนักงานเกษตร พัฒนาชุมชน หรือสถาบันการศึกษา ทำให้สมาชิกมีความเข้าใจมากขึ้น วิสาหกิจชุมชนมีรูปแบบมากขึ้นมีการพัฒนาสินค้าที่หลากหลาย และมีคุณภาพ ดูสวยงาม ทำให้ขาย ได้มากขึ้น” สัมภาษณ์สมคิด เอนกวงคินชัย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้างสูง อำเภอหนองใหญ่ จังหวัดชลบุรี ผู้ก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าแดง ตำบลห้างสูง เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2564

“ตะเคียนเตี้ยเมื่อก่อนเป็นชุมชนชาวสวนมะพร้าว มีมะพร้าวเยอะ ส่วนใหญ่ชาวสวนก็จะ เก็บผลมะพร้าว แล้วรอคนมารับซื้อไปส่งโรงงานกะทิ แต่พอการท่องเที่ยวชุมชนเกิด คนมาเที่ยวมาก ชาวบ้านรวมกลุ่มกันเป็นชมรมท่องเที่ยว และวิสาหกิจชุมชนได้พยายามคิดกิจกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขึ้นใหม่ มีการนำมะพร้าวมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอื่นเช่น น้ำมันมะพร้าว สบู่มะพร้าว ผลิตภัณฑ์ สุขภาพ และที่มีลักษณะเด่นคือกาแฟมะพร้าวที่ใช้กะทิมาแทนครีมที่ใส่กาแฟ มีโฮมสเตย์ อาหาร พื้นบ้าน ก็ได้รับค่านิยมมาก” สัมภาษณ์กลุ่ม ทรงวุฒิ ประกอบธรรม ประธานสภาเทศบาลตำบล ตะเคียนเตี้ย เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

“อ่างศิลาที่มีของดีหลายอย่าง เช่นครกหินอ่างศิลา น้ำตาลโตนด มะพร้าว และสิ่งที่มีมูลค่า สูงสุดคือ สมเด็จพระศรีสวรินทราบรมราชเทวี พระพันวัสสาอัยยิกาเจ้า ในพระบรมมหาราชวัง พระ จุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้พระราชทานอาชีพเสริมให้กับเจ้าบ้านเป็นหัตถกรรมผ้าทอมือให้กับชาวบ้าน จนชาวบ้านทอผ้าเป็นอาชีพหลัก ทุกครัวเรือนต้องมีเครื่องทอ ปัจจุบันหัตถกรรมได้เริ่มเลือนหายไป ช่างทอเหลือน้อยลง คนรุ่นใหม่ไม่สนใจ ผมจึงคิดว่าควรจะอนุรักษ์ไว้ไม่งั้นจะสูญหาย จึงส่งเสริมให้ พื้นฟูทางงบประมาณให้ช่างทอมาทอผ้าเพิ่ม มีการสอน และทำการตลาดให้ และนำผ้าทอทุกเกล้า ถวายพระเทพและพระองค์ทรงพระราชทานชื่อผ้าทอคุณย่าท่าน และเริ่มมีการสอนและผลิต ออกมา จำหน่าย และมีราคาแพงมาก เพราะเป็นงานฝีมือ.” สัมภาษณ์เกษม อินทโชติ อดีตกำนันตำบลบ้าน ปึก ผู้เริ่มก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ท้าวายม่อม เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2564

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านการตลาดของ
วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการผ่านเทคโนโลยีให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น	3.08	0.86	ปานกลาง	2
2. มีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำการตลาด	3.28	0.94	ปานกลาง	1
3. มีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โฆษณาทางทีวี วิทยู เป็นต้น	2.90	1.00	ปานกลาง	4
4. การตลาดจะนำเสนอความแตกต่างด้านคุณภาพและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และการบริการ	3.01	0.99	ปานกลาง	3
5. ใช้การตลาดระบบเครือข่าย (เฟรนไชท์) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า	2.54	1.16	น้อย	5
เฉลี่ย	2.96	0.99	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านการตลาด ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง 4 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 มีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.28 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 1 มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการบริการผ่านเทคโนโลยีให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ประเด็นข้อที่ 4 การตลาดจะนำเสนอความแตกต่างด้านคุณภาพและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และการบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.1 และประเด็นข้อที่ 3 มีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โฆษณาทางทีวี วิทยู เป็นต้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 ตามลำดับ และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย อีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 5 ใช้การตลาดระบบเครือข่าย (เฟรนไชท์) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.54

“วิสาหกิจชุมชนที่มีความยั่งยืน หมายถึงวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่องไม่ใช้วิสาหกิจชุมชนที่ตั้งขึ้นมาเฉพาะกิจตามนโยบายรัฐ ส่วนใหญ่แล้วจะมีการปรับตัวให้ทันกับ

กระแสทั้งด้านความนิยมของลูกค้า หรือเทคโนโลยี ผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนปัจจุบันค่อนข้างจะมีความรู้ เป็นคนรุ่นอายุประมาณ ลัก 30-40 จะมีความเข้าใจเรื่องการตลาด และเทคโนโลยี ก็จะทำให้การตลาดเชิงรุกผ่านและระบบออนไลน์ หรือผ่านเครือข่าย ไลน์ เฟสบุ๊ก ทำให้สินค้าหรือชื่อเสียงของวิสาหกิจชุมชนขยายได้มากขึ้น” สัมภาษณ์อนุรัตน์ อนันทนาธร นักวิชาการผู้สนใจวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2564

“สถาบันการศึกษาหลายแห่ง เดียวนี้สนใจเรื่องวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น บางแห่งส่งอาจารย์มาอยู่เลย บางแห่งส่งนักศึกษาเข้ามาฝึกงาน บางแห่งลงมาใช้พื้นที่ทำวิจัย ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการทั้งด้านการพัฒนาการผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หรือการทำตลาดแบบสมัยใหม่ เช่นการสร้างเนื้อเรื่อง การทำยูทูบ หรือการทำสื่อผ่านโซเชียล ทำให้คนรู้จักวิสาหกิจชุมชนและจุดเด่นของชุมชนมาก สินค้าหรือกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชนก็จะมีลูกค้ามากขึ้น ชาวบ้านมีรายได้มากขึ้น” สัมภาษณ์กลุ่ม ทรงวุฒิ ประกอบธรรม ประธานสภาเทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย เมื่อวันที่ 2 พฤษภาคม 2564

“คนรุ่นใหม่เดี๋ยวนี้หันกลับมาชุมชน มาหาอาชีพดั้งเดิมของบรรพบุรุษ แล้วมาพัฒนาปรับปรุงให้เข้ากับยุคใหม่ และใช้การตลาดแบบใหม่ เช่น ร้านกาแฟ หรือโฮมเตย์ การท่องเที่ยวชุมชน และทำการตลาดผ่านเน็ตเวิร์ค ข้อได้เปรียบคือคนรุ่นใหม่ สามารถทำการตลาดได้ตรงและบางคนพูดภาษาอังกฤษได้ ทำให้ชุมชนไม่ใช่แค่รู้จักภายในประเทศและออกไปสู่ต่างประเทศ สินค้าชุมชนหลายชนิดมีออเดอร์จากต่างประเทศที่ผู้ซื้อไม่เคยมาประเทศไทย” สัมภาษณ์ อนุรัตน์ อนันทนาธร นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญด้านวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2564

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. มีการออกแบบกระบวนการในการจัดการที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ	3.23	1.15	ปานกลาง	3
2. นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้	2.69	0.95	ปานกลาง	4
3. มีการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ	3.52	0.97	มาก	1
4. มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	3.29	1.15	ปานกลาง	2
เฉลี่ย	3.18	1.06	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการ ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ประเด็น คือประเด็นข้อที่ 3 มีการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางอีก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 4 มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.29 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 1 มีการออกแบบกระบวนการในการจัดการที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 และประเด็นข้อที่ 2 นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69 ตามลำดับ

“มหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยหลายแห่ง เดียวนี้สนใจและมาช่วยเหลือวิสาหกิจชุมชน บางแห่งส่งอาจารย์มาอยู่เลย บางแห่งส่งนักศึกษาามาฝึกงาน บางแห่งลงมาใช้พื้นที่ทำวิจัย นอกจากนี้องค์กรพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) มาส่งเสริมและแนะนำด้านวิชาการ ทำให้วิสาหกิจชุมชนได้รับการถ่ายทอดความรู้ทางวิชาการโดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการผลิต เช่นการสำรวจตลาด การวางแผนการผลิต การจัดการวัตถุดิบ การทำระบบบัญชี การสร้างเครือข่าย ทำให้วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งสามารถผลิตสินค้าขายได้ตลอดทั้งปีเพราะมีการจัดการวัตถุดิบที่ดี เช่นชุมชนปัจจุบันนอกจากมะพร้าว แล้วยังขยายต่อไปกิจกรรมอื่นเช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การทำกิจกรรมเช่น ชีจกรยาย การผลิตสินค้าชุมชน โฮมสเตย์ นอกจากนี้ยังส่งส่งตะเียนเตี้ยเข้าแข่งรางวัลและรายได้รางวัลการท่องเที่ยวชุมชนดีเด่น” สัมภาษณ์วันดี ประกอบธรรม เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านร้อยเสา และประธานส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตะเคียนเตี้ย เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564

“ชุมชนสวนสน ตำบลเพ อำเภอเมืองจังหวัดระยอง ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพประมงพื้นบ้าน เมื่อก่อนจับปลามาได้ก็ขายกันข้างทาง ของเหลือก็แจกจ่ายกัน เน่าเสียทิ้งไป หรือตากแดดไว้กินกันเอง แต่ปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งมาวิจัยและสอนหรือการจ้ดระบบการผลิตที่ถูกต้องเอาเครื่องมืออุปกรณ์มาช่วยทำให้การผลิตมีหลากหลายขึ้นสามารถแปรรูปได้มากขึ้น ลดการสูญเสียชาวบ้านมีรายได้มากขึ้นและมีสินค้าขายได้ทั้งปี เช่น กะปิจากเคย หรืออาหารทะเลแปรรูปอบแห้ง” สัมภาษณ์ นางสาวปริญญช จันทเดิม 16 กันยายน 2564

“ในชุมชนเห็นคนรุ่นพ่อ แม่ทำประมงชายฝั่ง ทำงานหนักแต่รายได้น้อย เพราะถนัดแต่ทำปู หาลา แต่ไม่ถนัดเรื่องการขาย ส่วนใหญ่จับมาก็ขายให้พ่อค้าคนกลาง ราคาถูกลง พอจบมาไม่ยอมไปทำงานโรงงาน หรือบริษัทกลับมาอยู่บ้าน แรกๆก็ไม่ทำอะไรทำ มีอาจารย์มาแนะนำว่าทำไมไม่ลองหันกลับมาองอาชีพของครอบครัว ไม่ต้องทำงานหนักเหมือนพ่อแม่แต่ ใช้การจัดการที่เรียนมาเพิ่มมูลค่าของสินค้าที่พ่อแม่หามา เลยสนใจ ปัจจุบันชักชวนให้ชาวบ้านรวมกันเป็นกลุ่มและทำกะปิ

ชุมชน และพยายามจะทำหมึกแดงเดียวออกมาอีก ใช้ชื่อ "หอมทะเล" สามารถขายได้มากขึ้น กำลังจะจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน" สัมภาษณ์ปริยานุช จันทเดิม คนรุ่นใหม่ลูกหลานชาวประมง สวนสน ตำบลบ้านเพ จังหวัดระยอง เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2564

"จริงๆแล้ว ในชุมชนชาวบ้านมีการผลิตสินค้ามาขายกันอยู่แล้วเช่นอาหาร ของกินของใช้ แต่ทำกันง่ายๆขายกันเองกินกันเอง ตลาดมันเลยแคบ พอช่วงหลังรัฐบาลให้ความสนใจกับชุมชน มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มีหน่วยงานหลายแห่งเข้ามาช่วยมาพัฒนาสินค้า พัฒนาผลิตภัณฑ์ ช่วยการตลาด ทำให้มีการผลิตสินค้าใหม่ๆที่น่าสนใจ และมีคุณภาพมากขึ้น" สัมภาษณ์ธนาชาติ ผ่องใส ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 6 ตำบลหนองข่างคอก อำเภเมือง จังหวัดชลบุรี กรรมการวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกฝรั่ง หนองข่างคอก เมื่อวันที่ 26 กันยายน 2564

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านพฤติกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. สมาชิกมีการร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์	3.35	1.21	ปานกลาง	4
2. ผู้นำกลุ่มฯ มีการสนับสนุนทางความคิดทางนวัตกรรมแก่สมาชิก	3.75	0.92	มาก	1
3. มีการนำความคิดทางนวัตกรรมของสมาชิกกลุ่มฯไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน	3.49	1.04	มาก	2
4. กลุ่มของท่านมุ่งเน้นให้ลองใช้วิธีการทำงานแบบใหม่ที่สมาชิกเสนออยู่เสมอ	3.49	1.17	มาก	3
เฉลี่ย	3.52	1.09	มาก	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านพฤติกรรม ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 ผู้นำกลุ่มฯ มีการสนับสนุนทางความคิดทางนวัตกรรมแก่สมาชิก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 3 มีการนำความคิดทางนวัตกรรมของสมาชิกกลุ่มฯไป

ประยุกต์ใช้กับการทำงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 และประเด็นข้อที่ 4 กลุ่มของท่านมุ่งเน้นให้ลองใช้วิธีการทำงานแบบใหม่ที่สมาชิกเสนออยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 ตามลำดับ

และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 1 สมาชิกมีการร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.35

“ การจัดการวิสาหกิจชุมชน สิ่งหนึ่งที่พบคือ กลุ่มชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและมีการดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง ระบบการจัดการจะเป็นแบบการให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นและมีความรับผิดชอบร่วมกัน จะสร้างบรรยากาศการทำงานร่วมกันที่ดี แต่หลายวิสาหกิจชุมชนที่ล้มเหลวส่วนใหญ่แล้วจะ ผู้นำส่วนใหญ่จะผูกขาดการตัดสินใจไว้กับตัวเองหรือเฉพาะกลุ่ม เช่น เป็นภรรยากำนัน ภรรยาผู้ใหญ่บ้าน สมาชิกก็เป็นเครือข่ายลูกน้อง คนตัดสินใจเป็นแต่ประธาน วิสาหกิจชุมชนเป็นลักษณะเฉพาะกิจตั้งตามนโยบายของหน่วยงานรัฐ เมื่อหน่วยงานรัฐไม่สนับสนุนก็จะหยุดกิจการไป” สัมภาษณ์ อนุรัตน์ อนันนทนาธร นักวิชาการผู้สนใจวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2564

“ผมเป็นคนต่างถิ่นแต่มาอยู่ตะเคียนเตี้ยเกือบ 20 ปี ก็เห็นชาวบ้านทำสวนมะพร้าวเก็บลูกมะพร้าวขาย แต่หลังๆนี้เริ่มมีคนมาเที่ยวในชุมชนมากขึ้นเห็นชาวบ้านย้ายรวมกลุ่มกันทำท่องเที่ยวชุมชน ผมจบปริญญาตรีด้านการเกษตรจากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมีความรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ทางอาหาร เลยได้รับการชักชวนให้มาร่วมด้วยผมจึงจัดตั้งวิสาหกิจชุมชน “คนรักส้มพร้าว” และเป็นประธาน นำความรู้ที่เคยเรียนมาใช้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์มะพร้าว ทำกิจกรรมชี้จักรยานชมสวนมะพร้าว และวิสาหกิจชุมชนเป็นหนึ่งในเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนของตำบลตะเคียนเตี้ย” สัมภาษณ์กลุ่มสาขาโรจน์ โรจนสกุลพาณิชย์ ประธานวิสาหกิจชุมชน คนรักส้มพร้าวตะเคียนเตี้ย สัมภาษณ์กลุ่มเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ของ
วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผน ธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน	2.90	1.08	ปานกลาง	3
2. มีการกำหนดเป้าหมายธุรกิจทั้ง การตลาด ยอดขาย ปริมาณการผลิต และต้นทุนวัตถุดิบ และผลประกอบการ ล่วงหน้า	2.97	1.07	ปานกลาง	2
3. มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนิน กิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทัน สถานการณ์	3.07	1.15	ปานกลาง	1
4. มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้าง ความได้เปรียบในการแข่งขัน	2.89	1.13	ปานกลาง	4
เฉลี่ย	2.96	1.11	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.7 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 3 มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.07 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 2 มีการกำหนดเป้าหมายธุรกิจทั้ง การตลาด ยอดขาย ปริมาณการผลิต และต้นทุนวัตถุดิบ และผลประกอบการ ล่วงหน้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.97 ประเด็นข้อที่ 1 มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.90 และประเด็นข้อที่ 4 มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

“ตะเคียนเตี้ย มีกลุ่มหลายกลุ่ม เช่นชมรมการท่องเที่ยวชุมชน ตะเคียนเตี้ย มีคุณวันดี บ้านร้อยเสา เป็นประธาน วิสาหกิจชุมชนคนรักมะพร้าว มีคุณสาโรจน์ เป็นประธาน โฮมสเตย์ของ ป่ากรองทอง และสวนฟ้าใสของคุณไอโกะ แต่ละกลุ่มมีการจัดการกันเอง แต่ทำงานแบบเครือข่าย และมีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกัน มีการส่งต่อกิจกรรม ส่งต่อลูกค้าทำให้เราสามารถขยายลูกค้าได้มากขึ้นและชุมชนมีกิจกรรมมากขึ้น” สัมภาษณ์กลุ่ม กรองทอง แสงนภากุล เลขานุการชมรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตะเคียนเตี้ย สัมภาษณ์กลุ่ม เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

“วิสาหกิจชุมชนเกาะกอก ตำบลเนินพระ จังหวัดระยอง เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีเครือข่ายจำนวนมาก เมื่อปี 2562 สำนักงานพัฒนาชุมชนได้มาเป็นพี่เลี้ยง จัดทำโครงการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ และได้รับงบประมาณจากกองทุนโรงไฟฟ้ามาสนับสนุนครุภัณฑ์การทำนาและการแปรรูปข้าว เป็นเงิน 4.75 ล้านบาท นอกจากนี้เรามีเครือข่ายภาคเอกชนที่เป็นโรงงานรอบชุมชน ที่เข้ามาช่วย เรามีแผนธุรกิจจะแปรรูปข้าวสารให้เป็น Snack bar ตรา “Rice Me“ ขายในร้านกาแฟเมซอน ปัจจุบันมีวางขายไปหลายร้าน เราตั้งเป้าหมายการจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเครือข่ายให้ได้ ยอด 10 ล้านบาท ภายในปี 2565” สัมภาษณ์สำราญ ทิพย์บรรพต ประธานวิสาหกิจชุมชนบ้านเกาะกอก เมื่อวันที่ 11 พฤศจิกายน 2564

“ตำบลห้างสูงเรามีกลุ่มชุมชนหลายกลุ่ม เช่นกลุ่มออมทรัพย์ตำบลห้างสูง มีเงินหมุนเวียน 500 ล้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าแดง เวลาเราทำแผนเราจะมาประชุมร่วมกันรวมทั้งองค์การบริหารส่วนตำบลที่ผมเป็นนายกด้วย ทำให้เราสามารถขยายกิจการออกไปได้หลากหลาย เช่น มีบิ๊มน้ำมัน มีร้านค้าชุมชน มีกลุ่มอาชีพ มีกลุ่มออมทรัพย์ รวมถึงมีกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน ที่เราขยายกิจกรรมเพราะเราให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ทุกคนมีหน้าที่และมีความรับผิดชอบและเราเปิดรับคำแนะนำจากภายนอกเสมอ” สัมภาษณ์สมคิด เอนกวิคินชัย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้างสูงผู้ก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าแดงตำบลห้างสูง 8 ตุลาคม 2564

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในภาพรวม (n = 342)

การจัดการเชิงนวัตกรรม	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	3.46	1.01	มาก	2
2. ด้านการตลาด	2.96	0.99	ปานกลาง	4
3. ด้านกระบวนการ	3.18	1.06	ปานกลาง	3
4. ด้านพฤติกรรม	3.52	1.09	มาก	1
5. ด้านกลยุทธ์	2.96	1.11	ปานกลาง	5
เฉลี่ย	3.21	1.05	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ

และมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 รองลงมาคือ ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และด้านกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

“ การตลาดแบบสมัยใหม่ ช่วยได้มาก เช่นการสร้างเนื้อเรื่อง การทำยูทูปท์ หรือการทำสื่อผ่านโซเชียล มีส่วนสำคัญ ทำให้คนรู้จักชุมชน รู้จักกิจกรรมของชุมชนมากขึ้น ชาวบ้านมีรายได้มากขึ้นจากการขายสินค้าและบริการ ปัจจุบันตลาดออนไลน์สมาชิกทำเป็นแล้ว มีการถ่ายรูปและแชร์ไปในกลุ่มต่างๆ ทำให้ตลาดเราขยายใหญ่ขึ้นคนรู้จักตะเคียนเตี้ยมากขึ้น” สัมภาษณ์วันดี ประกอบธรรม ประธานชมชมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านตะเคียนเตี้ย เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

“ได้กลุ่มใหม่เดี๋ยวนี้อเข้ามาทำงานในกลุ่มชุมชนและวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น ส่วนใหญ่แล้วจะมีความรู้ด้านเทคโนโลยีดี และมีความรู้สมัยใหม่ทำให้การจัดการของเรามีรูปแบบที่ดีขึ้น เช่น ทำระบบบัญชีใหม่ การทำตลาดออนไลน์ การจัดทำสต็อกสินค้า และคนรุ่นใหม่กล้าคิดกล้าพูด เมื่อทำแล้วมีรายได้พอๆกับการทำงานในเมืองก็จะอยู่ที่ชุมชนทำให้ชุมชนมีชีวิตชีวา มีกิจกรรมมากขึ้น เมื่อก่อนมีแต่คนแก่ กับเด็ก” สัมภาษณ์สมคิด เอนกวิคินชัย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลห้างสูงผู้ก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าแดงตำบลห้างสูง 8 ตุลาคม 2564

2.4 ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุน ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ความสามารถในการลดต้นทุนวัตถุดิบโดยไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้า	3.27	0.98	ปานกลาง	2
2. ความสามารถในการทำให้เกิดของเสียในกระบวนการผลิตลดลง	3.70	0.85	มาก	1
3. ความสามารถในการขายสินค้าในราคาถูกกว่าคู่แข่ง	2.89	1.17	ปานกลาง	4
4. ความสามารถในการลดค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ หรือจ้างสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์	2.92	1.11	ปานกลาง	3
เฉลี่ย	3.20	1.03	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการลดต้นทุน ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 2 ความสามารถในการทำให้เกิดของเสียในกระบวนการผลิตลดลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70

และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ประเด็นข้อที่ 1 ความสามารถในการลดต้นทุนวัตถุดิบโดยไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 4 ความสามารถในการลดค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ หรือจ้างสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และประเด็นข้อที่ 3 ความสามารถในการขายสินค้าในราคาถูกกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

“หัวใจสำคัญของการบริหารวิสาหกิจชุมชนคือเรื่องความสามารถประธานหรือผู้นำที่จะมีความรู้ทักษะด้านการจัดการหรือเคยมีประสบการณ์ทางการบริหารอย่างอื่นมาก่อนเช่นบริษัทเอกชนหรือเป็นเจ้าของกิจการ กิจการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประสบความสำเร็จ แต่ถ้าประธานไม่เคยทำธุรกิจ หรือไม่มีประสบการณ์ วิสาหกิจชุมชนอาจจะตั้งได้ตามการส่งเสริมของหน่วยงานรัฐและก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ยาวนานเมื่อใดที่รับไม่สนับสนุน วิสาหกิจชุมชนก็ต้องล้มไป” สัมภาษณ์สุพัตรา ก้าประดิษฐ์ นักวิชาการด้านการจัดการชุมชน เมื่อวันที่ 22 ตุลาคม 2562

“การรวมกลุ่มและการทำการตลาดร่วมกัน ทำให้เราลดต้นทุนเห็นได้ชัดเลยเรื่องการตลาดเราประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนออกไป แต่ประโยชน์ที่ได้คือกลุ่มต่างๆเช่นวิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพ ร้านอาหาร ที่พักโฮมสเตย์ และมีอีกมากมาย การจัดการแบบร่วมกันจะช่วยลดต้นทุนแน่นอน และสามารถขยายต่อประโยชน์ได้ในวงกว้าง” สัมภาษณ์วันดี ประกอบธรรม ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านร้อยเสา ตำบลตะเคียนเตี้ย เมื่อ 2 พฤศจิกายน 2564

“คนส่วนใหญ่จะรู้จักผลิตภัณฑ์ชุมชนในชื่อฝรั่งหนองข้างคอก ในช่วงเก็บเกี่ยวผลผลิตออกมากเกินความต้องการที่เหลือจะเน่า เสียหาย แต่ในเวลานอกฤดูผลผลิตไม่มีขาดโอกาสอีก แต่พอเราเรียนรู้การวางแผนการปลูก และมีการนำเทคโนโลยีมาช่วย ทำให้ผลผลิตในฤดูที่เหลือแปรรูปเป็นน้ำฝรั่งเพิ่มผลิตภัณฑ์เพิ่มโอกาส และทางกลุ่มเองได้จัดกิจกรรมร่วมกับหน่วยงานรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เราขายสินค้าได้มากขึ้น” สัมภาษณ์ นายธนชาติ ผ่องใส ผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 6 ตำบลหนองข้างคอก สมาชิกวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตฝรั่งหนองข้างคอก เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2564

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้าง
ความแตกต่าง ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย
(n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. สินค้ามีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด	3.51	0.98	มาก	1
2. สินค้าของกลุ่มเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นวงกว้าง	3.40	1.06	ปานกลาง	2
3. กลุ่มของท่านมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง	3.10	1.12	มาก	3
4. ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์	3.08	1.20	ปานกลาง	4
เฉลี่ย	3.27	1.09	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างความแตกต่าง ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 1 สินค้ามีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51

และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 สินค้าของกลุ่มเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นวงกว้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.40 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 3 กลุ่มของท่านมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 และประเด็นข้อที่ 4 ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 ตามลำดับ

“สินค้าชุมชน หรือกิจกรรมของวิสาหกิจชุมชน จะมีเหมือนๆ กันหรือคล้ายกัน แต่ความสามารถในการดำรงอยู่ของวิสาหกิจชุมชนคือการสร้างอัตลักษณ์ และคุณภาพของสินค้านวัตกรรมเป็นสิ่งที่สามารถช่วยได้ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งตัวสินค้าและรูปแบบ รวมถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนจะต้องสร้างความแตกต่างหรือมีลักษณะเด่น รวมถึงการตลาดต้องโดนใจ จึงจะสามารถแข่งขันได้” สัมภาษณ์สุพัตรา แก้วประดิษฐ์ ผู้เชี่ยวชาญเรื่องชุมชน เมื่อ 22 ตุลาคม 2564

“เด็กหนุ่มๆ สาวๆ สนใจท่องเที่ยวชุมชน เด็กในชุมชนที่เรียนจบกลับมาเห็นเราทำกิจกรรมการท่องเที่ยว การตลาดแบบเดิมๆ ก็เข้ามาปรับเปลี่ยนถ้ายรูป แต่งเรื่อง ทำให้ให้น่าสนใจและเอาลงเฟสบุ๊ค เอามาให้เราดูเราก็ว่าดีนะไม่ต้องเหนื่อยไม่ต้องเสียเงินโฆษณา คนรู้จักมากขึ้น ที่วิมาถ่ายทำหน่วยงานรัฐด้านการท่องเที่ยวเข้ามา บางทีมีเด็กหนุ่มสาว มาเที่ยวและถือกล้องโทรศัพท์มาถ่ายมากุ้ยกับเรา และเอาไปลงยูทูปท์ หรือลงเฟสบุ๊คบ้าง ทำให้คนรู้จักชุมชนและจุดเด่นของชุมชนมากขึ้น” สัมภาษณ์กลุ่ม กรองทอง แสงนากุล เลขานุการชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตะเคียนเตี้ย สัมภาษณ์กลุ่ม เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

“ตะเคียนเตี้ยเป็นชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรมด้านวัฒนธรรมจากองค์กรพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และได้รับรางวัลแหล่งท่องเที่ยวดีเด่น กินกริของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย” สัมภาษณ์วันดี ประกอบธรรม ประธานชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านร้อยเสา ตำบลตะเคียนเตี้ย เมื่อ 2 พฤศจิกายน 2564

ตารางที่ 4.11 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านความยืดหยุ่น ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. มีความสามารถในการตอบสนอง				
กลุ่มเป้าหมายมากกว่าคู่แข่ง	3.01	1.15	ปานกลาง	2
2. ความสามารถในการปรับตัวของสมาชิกต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม	2.89	1.07	ปานกลาง	3
3. ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ				
สินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค	3.32	0.93	ปานกลาง	1
เฉลี่ย	3.18	1.05	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.11 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านความยืดหยุ่น ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ทั้ง 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 3 ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 1 มีความสามารถในการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายมากกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.01 และประเด็นข้อที่ 2 ความสามารถในการปรับตัวของสมาชิกต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.89 ตามลำดับ

“แต่ก่อนฉันเองไม่มีความรู้อะไรหรอก แต่มีชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของคุณวันดี วิสาหกิจชุมชนของคุณสาโรจน์ เทศบาลโดยนายกเจริญ ประกอบธรรม ให้คำแนะนำช่วยเหลือ ทำงานร่วมกัน แนะนำกัน ให้เอาบ้านมาทำโฮมสเตย์รับนักท่องเที่ยว ทำให้เรามีอาชีพมีรายได้เพิ่ม ทำให้ไปเรียนรู้ไป จากเมื่อก่อนไม่รู้เรื่องบริการ เราก็ต้องเรียนรู้ และพยายามปรับเปลี่ยนตัวเองให้ทันสมัยเสมอ และฟังข้อคิดเห็นจากลูกค้ามาปรับปรุง ” สัมภาษณ์กลุ่มพะเยาว์ มุ่งหาทรัพย์ 2 พฤศจิกายน 2564

“ฟ้าทอคุณย่าท่าน เป็นงานฝีมือ การออกแบบลายผ้าใช้ความปราณีต และต้องใช้เวลา ทอนาน ราคาจึงแพง นานๆจะขายได้สักเพื่อนแต่มีอาจารย์จากวิทยาลัยอาชีวะมาช่วยออกแบบใช้

เทคโนโลยีช่วยทำให้ลดระยะเวลาลง และมีเทคนิคใหม่ๆที่อาจารย์มาแนะนำ ทำให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกมา เช่น เอามาตัดทำชุดเสื้อผ้า หรือกระเป๋า ทำให้ราคาถูกลง คนสามารถซื้อได้ และมีเอกลักษณ์โดดเด่นสินค้าจึงขายได้มากขึ้น” สัมภาษณ์นางสาวพัชชาพันธ์ อินทโชติ เลขานุการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ท้าวายม่อม ตำบลบ้านปึก เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2564

ตารางที่ 4.12 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย (n = 342)

ประเด็น	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. กลุ่มฯของท่านมีสินค้าที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง	3.43	0.97	มาก	3
2. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าที่รวดเร็ว	3.53	0.95	มาก	1
3. การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด	3.21	1.07	ปานกลาง	4
4. การมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร	3.51	1.18	มาก	2
เฉลี่ย	3.42	1.04	มาก	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า วิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ประเด็น โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ประเด็นข้อที่ 2 กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าที่รวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 รองลงมาคือประเด็นข้อที่ 4 การมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และประเด็นข้อที่ 1 กลุ่มฯของท่านมีสินค้าที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 ตามลำดับ

และมีประเด็นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 1 ประเด็น คือ ประเด็นข้อที่ 3 การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21

“เดิมทางชมรมท่องเที่ยวเข้าทำเรื่องท่องเที่ยว แล้วมีนักท่องเที่ยวมาเค้ชอบบรรยากาศ แต่ไม่มีบ้านพัก มีคนแนะนำแนะนำว่าให้เอาบ้านทำโฮมสเตย์ให้แขกพัก ทำอาหารให้เค้กิน แต่ตอนหลังๆลูกหลานมาพัฒนาพัฒนาต่อ ก็มีการสร้างเพิ่มเพราะมีคนต้องการเพิ่ม เค้บอกว่าของเรามาพักแล้วสบายเหมือนอยู่บ้านอยู่กับครอบครัว เราพยายามทำให้เค้เหมือนญาติทำอาหารให้กินโดยเน้นอาหารพื้นบ้าน รสชาติความอร่อย ทำเหมือนให้ลูกหลานกิน เห็นเค้กินอยู่มีความสุข เราก็มี่มีความสุข” สัมภาษณ์พะเยา มุ่งหาทรัพย์ ผู้ประกอบการโฮมสเตย์ตะเคียนเตี้ย เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2564

“เราพยายามจะอนุรักษ์สายผ้า และวิธีการทอ รวมถึงการใช้เครื่องมือแบบเก่า การออกแบบลายผ้ามีการปรับให้ทันสมัยบ้างเพื่อจับตลาดคนรุ่นใหม่ ทำให้เราสามารถสร้างเอกลักษณ์และความสวยงามเฉพาะ เช่น ผ้าทออ่างศิลา เมื่อก่อนจะมีแต่ผ้าทอ ผืนใหญ่ราคาแพง เพราะงานฝีมือ” สัมภาษณ์นางสาวพัชราพันธ์ อินทโชติ เลขานุการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอนุรักษ์ทอ ยายม่อม ตำบลบ้านปึก เมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2564

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในภาพรวม (n = 342)

การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ด้านการลดต้นทุน	3.20	1.03	ปานกลาง	3
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.27	1.09	ปานกลาง	2
3. ด้านมีความยืดหยุ่น	3.18	1.05	ปานกลาง	4
4. ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์	3.42	1.04	มาก	1
เฉลี่ย	3.25	1.05	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42

และมีรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ด้านการสร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 รองลงมาคือ ด้านการลดต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และด้านมีความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

2.5 ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาครั้งนี้มีสมมติฐานการวิจัย คือ การจัดการเชิงนวัตกรรม ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ด้านการตลาด 3) ด้านกระบวนการทำงาน 4) ด้านพฤติกรรม และ 5) ด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยมีผลการทดสอบสมมติฐานดังนี้

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนที่ได้จากความถดถอยพหุคูณของการจัดการเชิงนวัตกรรมที่มีอิทธิพลกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

	SS	DF	MS	F	Sig.
Regression	131.502	5	26.300	369.054	.000*
Residual	23.945	336	.071		
Total	155.446	341			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า การจัดการเชิงนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.15 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients				Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
(ค่าคงที่)	.776	.067			11.586	.000		
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	.036	.035	.048		1.032	.303	.215	4.660
2. ด้านการตลาด	.058	.033	.072		1.729	.085	.265	3.775
3. ด้านกระบวนการ	.395	.055	.530		7.206	.000*	.085	11.809
4. ด้านพฤติกรรม	.063	.035	.095		1.824	.069	.170	5.890
5. ด้านกลยุทธ์	.236	.021	.362		11.138	.000*	.435	2.301
R = .920, R ² = .846, Adjusted R Square = .844, Durbin-Watson = 2.055								

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.15 พบว่า จากค่า Tolerance แต่ละค่าไม่เกินกว่า 1 และ ค่า VIF แต่ละค่าไม่เกินกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity (Myers, 1990)

โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .920 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 84.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .844$

สมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนดิบ สามารถเขียนได้ดังนี้

\hat{Y} (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) = .776 + .395 (ด้านกระบวนการ) + .236 (ด้านกลยุทธ์)

สามารถพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนมาตรฐาน สามารถเขียนได้ดังนี้

$$Z (\text{ความได้เปรียบทางการแข่งขัน}) = .530 (\text{ด้านกระบวนการ}) + .362 (\text{ด้านกลยุทธ์})$$

โดยสามารถอธิบายอิทธิพลของตัวแปรได้ตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการ เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .530 หน่วย

2. การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .362 หน่วย

ดังนั้นสรุปได้ว่ามีตัวแปรการจัดการเชิงนวัตกรรม 2 ตัวแปรได้แก่ ด้านกระบวนการ และด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลทางบวกกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

เพื่อการการอธิบายผลการศึกษาความมีอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ถดถอยพหุ โดยจำแนกเป็นรายข้อของแต่ละปัจจัย เพื่อให้เห็นความมีอิทธิพลของแต่ละปัจจัยให้มีความละเอียดมากยิ่งขึ้น ดังตารางที่ 4.16 – 4.17

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของของการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการที่มีต่อ
ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจ
ภาคตะวันออกของประเทศไทย

Model	Unstandardized		Standardize	t	Sig.
	Coefficients		d		
	B	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)				20.83	
	1.219	.058		8	.000*
1. มีการออกแบบกระบวนการในการ จัดการที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ	-.010	.022	-.018	-.468	.640
2. นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบ ควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้	.444	.019	.628	7	.000*
23.66					
3. มีการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ อยู่ เสมอ	-.013	.028	-.019	-.464	.643
4. มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ	.279	.024	.476	6	.000*
R = .916, R ² = .839, Adjusted R Square = .837, Durbin-Watson = 1.654, F = 437.852, Sig. = .000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4-16 พบว่า จากค่า Tolerance แต่ละค่าไม่เกินกว่า 1 และ ค่า VIF แต่ละค่าไม่เกินกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่ทำให้เกิดปัญหา Multi Collinearity (Myers, 1990)

โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .916 และสามารถร่วมกัน

พยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 83.9 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .837$

สมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนดิบ สามารถเขียนได้ดังนี้

\hat{Y} (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) = 1.219 + .444 (การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้) + .279 (มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ)

สามารถพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนมาตรฐาน สามารถเขียนได้ดังนี้

Z (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) = .628 (การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้) + .476 (มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ)

โดยสามารถอธิบายอิทธิพลของตัวแปรได้ตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้ เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .628 หน่วย

2. มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .476 หน่วย

ดังนั้นสรุปได้ว่ามีตัวแปรการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ 2 ตัวแปรได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้ และ 2) มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ มีอิทธิพลทางบวกกับระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.17 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของของการจัดการเชิงนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ที่มีต่อความ
ได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของ
ประเทศไทย

Model	Unstandardized		Standardize	t	Sig.
	Coefficients		d		
	B	Std. Error	Beta		
(ค่าคงที่)				23.99	
	2.002	.083		7	.000*
1. มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน วางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของ ตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน	.139	.059	.224	2.376	.018*
2. มีการกำหนดเป้าหมายธุรกิจทั้ง การตลาด ยอดขาย ปริมาณการผลิต และต้นทุนวัตถุดิบ และผลประกอบการ ล่วงหน้า	-.029	.059	-.046	-.485	.628
3. มีการทบทวนแผนธุรกิจและการ ดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ ให้ทันสถานการณ์	.138	.052	.235	2.655	.008*
4. มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	.176	.049	.295	3.626	.000*
R = .666, R ² = .444, Adjusted R Square = .437, Durbin-Watson = 1.943, F = 67.151, Sig. = .000*					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 พบว่า จากค่า Tolerance แต่ละค่าไม่เกินกว่า 1 และ ค่า VIF แต่ละค่าไม่
เกินกว่า 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง จึงไม่ทำให้เกิดปัญหา Multi Collinearity
(Myers, 1990)

โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวร่วมกันมีความสัมพันธ์กับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น .666 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 44.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ $\pm .437$

สมการพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนดิบ สามารถเขียนได้ดังนี้

\hat{Y} (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) = 2.002 + .176 (มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน) + .139 (มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน) + .138 (มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์)

สามารถพยากรณ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยใช้คะแนนมาตรฐาน สามารถเขียนได้ดังนี้

Z (ความได้เปรียบทางการแข่งขัน) = .295 (มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน) + .235 (มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์) + .224 (มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน)

โดยสามารถอธิบายอิทธิพลของตัวแปรได้ตามลำดับความสำคัญดังนี้

1. มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .295 หน่วย

2. มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์ เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .235 หน่วย

3. มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน เพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วย จึงทำให้ระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย เพิ่มขึ้น .224 หน่วย

ดังนั้น สรุปได้ว่ามีตัวแปรการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ 3 ตัวแปรได้แก่ 1) มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 2) มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์ และ 3) มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อน

วางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน มีอิทธิพลทางบวกกับระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

ตารางที่ 4.18 สรุปสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 2 การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านการตลาด มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 3 การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 4 การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านพฤติกรรม มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย	ไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานที่ 5 การจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย	เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

“เดิมอาชีพชุมชนเราคือทำสวน ปลูกฝรั่ง ซึ่งมีหลายครอบครัวเป็นญาติพี่น้องกัน เมื่อก่อนปลูกกันเองขายกันเอง ของเหลือเ็น่าเสีย พอดอนหลัง รวมกลุ่มกันเป็นผู้ปลูกฝรั่งหนองข้างคอก ต่อมาสำนักงานการเกษตรมาแนะนำให้จัดเป็นวิสาหกิจชุมชน เพื่อสามารถรับการสนับสนุนจากรัฐได้ ซึ่งจุดแข็งของเราคือเราเริ่มต้นด้วยตนเองพึ่งตนเอง แต่เราเปิดรับความรู้และคำแนะนำจากภายนอก และเรามีการปรับการจัดการเช่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือการตลาด รวมผลผลิตส่งออกขายตลาดภายนอก ปัจจุบันนอกจากขายผลฝรั่งยังมีน้ำฝรั่งและผลิตภัณฑ์ตัวอื่นอีก” สัมภาษณ์ ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ 5 ตำบลหนองข้างคอก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2564

“วิสาหกิจชุมชนที่มีความก้าวหน้า ส่วนใหญ่แล้วจะมีประธานต้องเก่ง มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจ รู้จักบริหารการเงินและการตลาดและที่สำคัญต้องความเสียสละ มุ่งมั่นและมีเครือข่ายที่จะสามารถขยายต่อกิจการได้ “ สัมภาษณ์สมคิด เอนกวิศิษฐ์ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลห้างสูง ผู้เชี่ยวชาญเรื่องการจัดการชุมชน สัมภาษณ์วันที่ 21 กันยายน 2564

“หัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนคือเรื่องการจัดการ หากประธานหรือผู้นำมีความรู้ทักษะด้านการจัดการแล้วส่วนใหญ่จะประสบความสำเร็จ แต่ถ้าประธานเป็นชาวบ้านทั่วไปไม่เคยทำธุรกิจ หรือไม่มีประสบการณ์ วิสาหกิจชุมชนอาจจะตั้งได้ตามการส่งเสริมของหน่วยงานรัฐและก็ไม่สามารถดำเนินธุรกิจได้ยาวนานเมื่อใดที่รับไม่สนับสนุน วิสาหกิจชุมชนก็ต้องล้มไป” สัมภาษณ์นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร อำเภอพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2562

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ

- 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย
- 3) เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน(Mixed-method design) ระหว่างเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สำหรับวิธีการเชิงปริมาณมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า ได้แก่ สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จำนวน 342 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผ่านการทดสอบคุณภาพ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content validity) และการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยแบบสอบถามได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 1) ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2) ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยทางธุรกิจ
- 3) ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรมในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
- 4) ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและตัวแปรเชิงอนุมาน ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ในการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way Analysis of Variance) และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณเชิงเส้นตรง (Multiple linear regression analysis) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ การทำนาย (Coefficient of Determination : R²) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับวิธีการเชิงคุณภาพ นั้นผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากบุคคลที่สำคัญ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประธานวิสาหกิจชุมชนที่บริหารกิจการและมีความยั่งยืน และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นายสมเกียรติ กิจเจริญไชย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตมะม่วงส่งออกพนมสารคาม จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 6 คน ได้แก่ นายสาโรจน์ โรจน์สกุลพาณิชย์ ประธานวิสาหกิจชุมชนคนรักมะพร้าวตำบลตะเคียนเตี้ย นางสาวพิชชานัน อินทโชติ เลขาธิการวิสาหกิจกลุ่มอนุรักษ์ท้าวายม่อม ตำบลบ้านปึก อังคร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสนับสนุนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้แก่กลุ่มที่เป็นผู้บริหารวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกที่อยู่ในระดับก้าวหน้า 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง จำนวน 3 ท่าน โดยการวิเคราะห์ข้อมูล จะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร วิธีการวิเคราะห์จะเป็นไปตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) คือพรรณนาข้อมูลในปรากฏการณ์ หรือรูปธรรม และวิเคราะห์ตีความข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางที่เหมาะสมสำหรับที่ภาครัฐควรใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาความได้เปรียบทางการแข่งขัน รวมทั้งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลของวิสาหกิจชุมชน ภาคตะวันออกของประเทศไทย

1. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

1) **ข้อมูลทั่วไปของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม** จำนวน 342 คน พบว่า สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 61.11 โดยมีอายุ 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.34 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72.81 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 51.17 ส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง) คิดเป็นร้อยละ 41.81 มีระยะเวลาในการทำงานกับวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้ 2 – 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.86 และมีสถานะในวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้คือเป็นประธาน/รองประธาน คิดเป็นร้อยละ 56.43

2) **ปัจจัยองค์กรของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม** จำนวน 342 คน พบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะของวิสาหกิจชุมชน คือ ชั้นพื้นฐาน คิดเป็นร้อยละ 71.05 เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทการเกษตรแปรรูป คิดเป็นร้อยละ 21.93 มีลักษณะของวิสาหกิจชุมชนแบบไม่ได้เป็นนิติบุคคล คิดเป็นร้อยละ 84.21 ระยะเวลาการดำเนินกิจการ 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.08 ส่วนใหญ่มีจำนวนเงินลงทุนไม่เกิน 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.35 โดยมีแหล่งเงินทุนหลักที่ใช้ดำเนินการกิจการจากเงินทุนจากการร่วมลงทุนของสมาชิก คิดเป็นร้อยละ 78.36 และส่วนใหญ่มีสมาชิกจำนวนมากกว่า 30 คน คิดเป็นร้อยละ 47.66

3) การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน ได้แก่ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.52 และด้านผลิตภัณฑ์และบริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ตามลำดับ และมีด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 รองลงมาคือ ด้านการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 และด้านกลยุทธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.96 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยสูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน แสดงผลดังตารางที่ 5.1

ตารางที่ 5.1 แสดงอันดับผลของการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน

ประเด็น	สูงที่สุด	ต่ำที่สุด
1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าอยู่เสมอ	ความทันสมัยของผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชน
2. ด้านการตลาด	การมีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำการตลาด	ใช้การตลาดระบบเครือข่าย (เฟรนไชท์) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า
3. ด้านกระบวนการ	มีการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ	นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้
4. ด้านพฤติกรรม	ผู้นำกลุ่มฯ มีการสนับสนุนทางความคิดทางนวัตกรรมแก่สมาชิก	การร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ของสมาชิก
5. ด้านกลยุทธ์	มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์	มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

4) ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25 เมื่อ

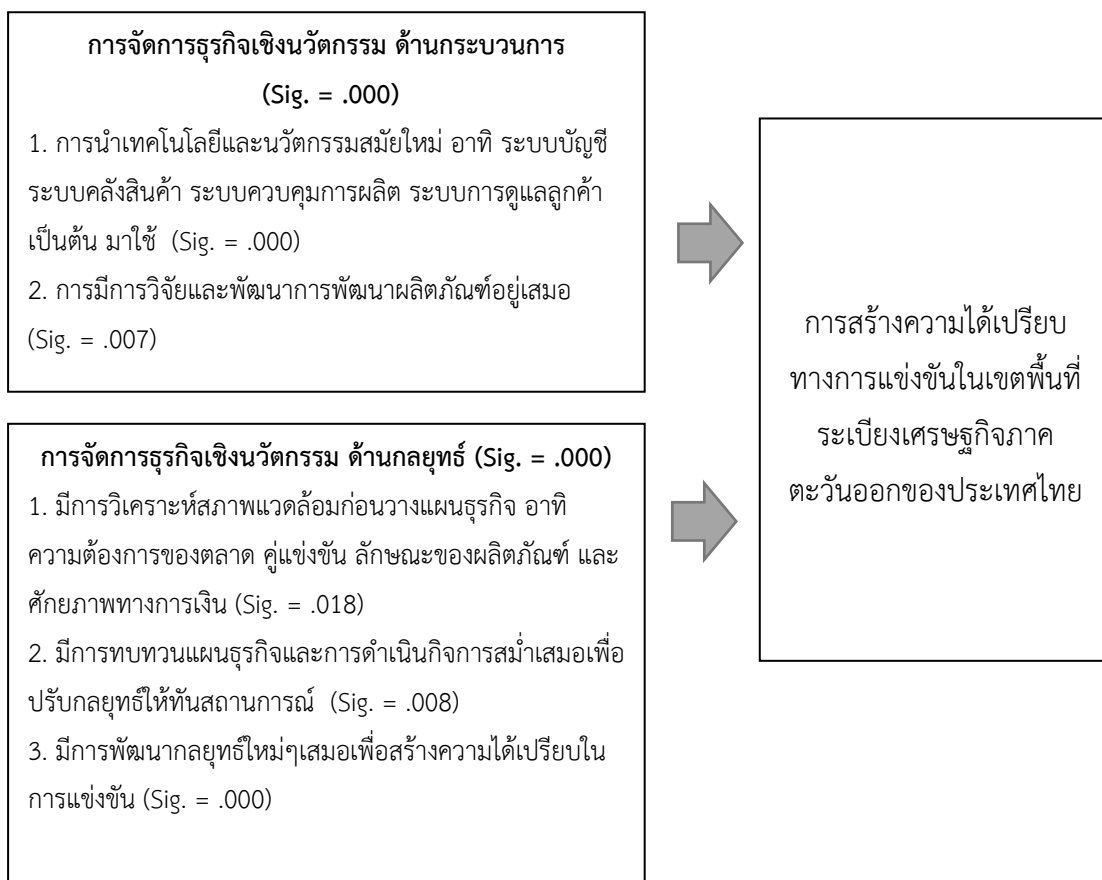
พิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 และมีรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ด้านการสร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.27 รองลงมาคือ ด้านการลดต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.20 และด้านมีความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยของความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน แสดงผลดังตารางที่ 5.2

ตารางที่ 5.2 แสดงอันดับผลของความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สูงสุด และต่ำสุดของแต่ละด้าน

ประเด็น	สูงที่สุด	ต่ำที่สุด
1. ด้านการลดต้นทุน	ความสามารถในการทำให้เกิดของเสียในกระบวนการผลิตลดลง	ความสามารถในการขายสินค้าในราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	สินค้ามีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด	ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์
3. ด้านมีความยืดหยุ่น	ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภค	ความสามารถในการปรับตัวของสมาชิกต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม
4. ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์	มีกระบวนการผลิตสินค้าที่รวดเร็ว	การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด

5) การศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรมที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีการจัดการธุรกิจเชิงนวัตกรรม 2 ตัวแปรได้แก่ ด้านกระบวนการ และด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 84.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยสรุปได้เป็นโมเดลดังภาพที่ 5.1



ภาพที่ 5.1 อิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และผลที่ได้จากการทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่องการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย สามารถอภิปรายผลและอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

การอภิปรายผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

จากการศึกษานั้นพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรม โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางซึ่งก็เป็นไปตามการคาดการณ์ของผู้วิจัย เนื่องจากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ก็พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยนั้นมีปัญหาเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจอยู่แล้ว โดยที่วาสนา คำไทย (2561) กล่าวว่า ได้กล่าวว่า

ความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์และบริการที่เพิ่มขึ้นอีกทั้งความต้องการของตลาดและผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถใหม่ ๆ หรือความสามารถในการบริหารจัดการที่แตกต่างกันไปเพื่อพัฒนานวัตกรรมให้ประสบความสำเร็จ และสามารถรักษาความได้เปรียบในการแข่งขันของ ตนเอาไว้ผ่านประสิทธิภาพของการสร้างสรรค์ นวัตกรรมอันเป็นผลของการใช้ประโยชน์จากสิ่งใหม่ที่ถูกพัฒนาขึ้น โดยที่การจัดการเชิงนวัตกรรมนั้น มีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งวัชรพันธ์ ผาสุข (2557) ได้กล่าวว่าการจะทำให้องค์กร ประสบความสำเร็จจากการนำเอาการจัดการเชิงนวัตกรรมเข้ามาใช้นั้นได้นั้นองค์กรจำเป็นต้องมี อาศัยความรู้ ทักษะและประสบการณ์ของผู้บริหาร ซึ่งจะต้องพยายามที่จะคิดค้น หรือสร้างสรรค์ วิธีการจัดการใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นอย่างใดก็ตาม วิธีการและเทคนิค หรือแนวคิดใหม่ในการทำงานที่มี ลักษณะเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้ เป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์

โดยผลการศึกษาที่มีความไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา สัตโยภาส (2557) ได้ ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม กลุ่มล้านนาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ ภาวะการประกอบ ความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมกลยุทธ์ธุรกิจและความได้เปรียบใน การแข่งขัน ในระดับค่อนข้างมาก

การอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิง นวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยอง เศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า มีการจัดการธุรกิจเชิงนวัตกรรม 2 ตัวแปรได้แก่ ด้าน กระบวนการ และด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขต พื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ซึ่งสามารถร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 84.6 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสอดคล้องกับแนวความคิดของ Smits (2002) ที่ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมนั้นคือสิ่งใหม่หรือสิ่งที่ปรับปรุงจากของเดิมและสามารถสร้าง ความสำเร็จในเชิงพาณิชย์หรือทำให้เกิดมูลค่าที่ได้จากการพัฒนาการจัดการใหม่ ๆ นั้น นอกจากนั้น ไมเคิล อี พอร์ตเตอร์ (Michael E Proter) นักวิชาการที่มีชื่อเสียงด้านองค์การและการจัดการ สมัยใหม่ ได้กล่าวถึงความจำเป็นที่จะต้องมียุทธวิธีว่านวัตกรรมเป็นการก้าวไปจากความมั่งคั่งใน ปัจจุบันอีกก้าวหนึ่ง และนวัตกรรมจะเป็นสิ่งที่ผลักดันให้มีการเติบโตของผลิตภัณฑ์ในระยะยาวและ สร้างความสามารถในการแข่งขันในอนาคต จากความสอดคล้องดังกล่าวนี้สามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรม นั้นนอกจากการผลักดันของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในระดับมหภาคและระดับจุลภาค แล้ว การแข่งขันเชิงธุรกิจก็เป็นอีกปัจจัยในการสร้างหรือก่อให้เกิดนวัตกรรมได้เพราะการสร้าง

นวัตกรรมถือได้ว่าเป็นจุดแข็ง และเป็นโอกาสขององค์กรที่จะสร้างความได้เปรียบ เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในพันธกิจเดียวกันไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่แสวงหาผลกำไรหรือองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร จึงสามารถยืนยันผลการศึกษาค้นคว้าว่าการจัดการธุรกิจเชิงนวัตกรรมนั้น มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน

โดยผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา สัตโยภาส (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบความสามารถทางการตลาด นวัตกรรม และกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มล้านนาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นวัตกรรมมีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุวัต สงสม (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมในภาพรวมนั้นมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมของวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เมื่อพิจารณารายละเอียดในตัวแปรย่อยนั้นพบว่า การจัดการธุรกิจเชิงนวัตกรรมทางด้านกระบวนการ จะพบถึงตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้ และการมีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ โดยสอดคล้องกับแนวคิดของวัชรพันธ์ ผาสุข (2557) ที่กล่าวว่า ความสามารถทางนวัตกรรมได้มีการศึกษามาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน เนื่องจากเป็นความสามารถขององค์กรในการคิดค้นสิ่งใหม่ และได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่กำหนดเพื่อให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ (Process Innovativeness) นั้นเกี่ยวข้องกับการปรับปรุงหรือสร้างสรรค์กระบวนการในการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานให้สูงขึ้น รวมถึงแนวคิดการบริหารงานและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ โดยผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุวัต สงสม (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกระบวนการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมของวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การจัดการธุรกิจเชิงนวัตกรรมทางด้านกลยุทธ์ จะพบถึงตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนิน

กิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์ และมีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยวัชรพันธ์ ผาสุข (2557) ได้กล่าวว่าการที่องค์การกำหนดยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานขององค์การจะต้องสอดคล้องกันและสนับสนุนให้เกิดนวัตกรรมขององค์การองค์การมีระบบหรือกระบวนการทดลองความผิดพลาด ความล้มเหลว ความเสี่ยงในการตัดสินใจใด ๆ อย่างเป็นระบบผ่านเทคนิคต่างๆ นั้นจะทำให้องค์กรอยู่รอดและประสบความสำเร็จในระยะยาว โดยผลการศึกษามีความสอดคล้องกับงานวิจัยของอนุวัต สงสม (2562) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่า ความสามารถทางนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันในภาพรวมของวิสาหกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และยังมีผลสอดคล้องกับงานวิจัยของพนิดา สัตโยภาส (2557) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มล้านนาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ธุรกิจ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลในข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่าข้อมูลที่ค้นพบในการศึกษานี้มีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาเกือบทั้งหมดว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีการจัดการเชิงนวัตกรรมไม่มากนัก ทั้ง ๆ ที่ผ่านมากกว่า 5 ของแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (16) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก (พ.ศ. 2561 - 2580) ยังไม่สามารถยกระดับและขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมในระดับเศรษฐกิจฐานรากเป็นโจทย์ที่สำคัญยิ่งของหน่วยงานภาครัฐที่ต้องเร่งพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

3. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยตรง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด, สำนักงานเกษตรอำเภอ, สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเชิงนโยบายที่สำคัญ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการวางแผนนโยบายในส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทางด้านการจัดการเชิงนวัตกรรมในสามประเด็นหลัก คือ

ด้านกระบวนการผลิตเชิงนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพ การปรับตัวต่อการทำการตลาดยุคใหม่ และการส่งเสริมการจัดทำแผนกลยุทธ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2. หน่วยงานภาครัฐควรมุ่งยกระดับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยด้วยการส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถลดต้นทุนของการผลิตสินค้า พัฒนาความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าชุมชนในพื้นที่ภาคตะวันออกให้เหมาะสมกับพื้นที่ และการส่งเสริมให้สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมได้

3.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ จากการศึกษาที่พบปัญหาเกี่ยวกับการคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ ๆ และความไม่ทันสมัยของผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการในรูปแบบใหม่ ๆ น่าสนใจเป็นที่ต้องการของตลาด อาทิ สินค้าเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ สินค้าสำหรับผู้สูงอายุ อาหารเพื่อสุขภาพ สินค้าแบบออร์แกนิก ฯลฯ ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่อยู่ในกระแสปัจจุบัน

2. ด้านการตลาด จากการศึกษาที่พบปัญหาเกี่ยวกับการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย และใช้การตลาดระบบเครือข่าย (เฟรนไชท์) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าจึงทำให้ยอดขายไม่มีความเติบโต ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ทางการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงกระบวนการทำการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ และพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคความปกติใหม่ (New normal) โดยจัดให้มีโครงการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านจัดการการตลาดเชิงนวัตกรรม โครงการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการในการทำการตลาดระบบเครือข่ายหรือตัวแทนจำหน่ายเพื่อการกระตุ้นยอดขาย ฯลฯ

3. ด้านกระบวนการ จากการศึกษาที่พบปัญหาเกี่ยวกับนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาใช้ในการผลิต รวมถึงการออกแบบกระบวนการในการจัดการที่ยังไม่ทันสมัยและไม่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการส่งเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตที่มีประสิทธิภาพ เช่น หลักการไคเซน (Kaizen) การผลิตแบบลีน (Lean) การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) ระบบการผลิตทางการเกษตรให้ปลอดวัสดุเหลือใช้ (Zero waste agriculture) เพื่อเป็นการเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการส่งเสริมการบริหารจัดการวัตถุดิบเพื่อการจัดการต้นทุน และการวางแผนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ

4. ด้านพฤติกรรม จากการศึกษาที่พบปัญหาเกี่ยวกับการร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์ และการที่ผู้บริหารไม่มีลองใช้วิธีการทำงานแบบใหม่ที่สมาชิกเสนอ จึงนำไปสู่กระบวนการจัดการที่ไม่มีความใหม่ ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการส่งเสริมกระบวนการที่

ผู้บริหารกลุ่มๆ ให้มีวิสัยทัศน์ต่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม และควรมีการพัฒนาทั้งผู้บริหารและสมาชิกกลุ่มๆ มีการมุ่งเน้นให้ลองใช้วิธีการทำงานแบบใหม่ที่สมาชิกเสนออยู่เสมอเนื่องจากผู้ผลิตจะรู้ถึงปัญหานั้น ๆ อยู่เสมอ รวมถึงมีการมีการร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์

5. ด้านกลยุทธ์ จากการศึกษาที่พบปัญหาเกี่ยวกับ การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ และการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆ เสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการทำแผนกลยุทธ์เพื่อการจัดการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ และมีกระบวนการวางแผนทางธุรกิจอย่างเป็นระบบ

4. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

หลังจากที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่องการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

4.1 จากการศึกษาที่พบว่าการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกระบวนการนั้นมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความต่อเนื่องจากการศึกษาผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนากระบวนการผลิตเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

4.2 จากการศึกษาที่พบว่าการจัดการเชิงนวัตกรรม ด้านกลยุทธ์นั้นมีอิทธิพลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อความต่อเนื่องจากการศึกษาผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรมีการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนาการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

4.3 จากการศึกษาที่พบว่ามีสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ที่มีความยืดหยุ่นในการปรับตัวต่อสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกไม่ค่อยได้ในศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาเกี่ยวกับ การปรับตัวต่อการพัฒนานวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกของประเทศไทย

บรรณานุกรม

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2548). พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548. เข้าถึงได้จาก

https://www.moac.go.th/law_agri-preview-391991791824.

กรมส่งเสริมการเกษตร. (2548). ระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ว่าด้วยการรับจดทะเบียน

และการเพิกถอนทะเบียนวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548. เข้าถึงได้จาก

<https://www.doae.go.th/aboutlist.php?Id=L0huK2k3THo2dVphU0Y2SWk5QUxxQT09>

กรีติ ยศยิ่งยง. (2552). องค์การแห่งนวัตกรรม แนวคิดและกระบวนการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่ง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กฤษฎี จารุดำรงศักดิ์. (2560). การประเมินผลความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร

พัฒนา ตำบลบ้านแลง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต,

สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม, คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร

ศาสตร.

จินตนา กาญจนวิสุทธ์. (2558). เส้นทางวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพัฒนาอาชีพและการพึ่งตนเอง.

กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ ภาควิชาอาชีวศึกษา.

ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของ

วิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา. รายงานการวิจัย. สงขลา: ภาควิชาสารัตถศึกษา

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

นันทมน ธีระกุล และทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์. (2548). กระบวนการพึ่งตนเองของชุมชนเกษตรสู่ OVOP

และบทเรียนสำหรับ OTOP ไทย. ใน เอกสารประกอบการบรรยายในงานประชุมและสัมมนา

วิชาการประจำปี 2548, ศูนย์วิจัยเพื่อเพิ่มผลผลิตทางเกษตร คณะเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 23-24 กันยายน 2548 ณ โรงแรมดิเอ็มเพรส จ.เชียงใหม่, 85-96. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พนิดา สัตย์โยธา. (2557). “ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะการประกอบความสามารถทางการตลาด นวัตกรรมและกลยุทธ์ธุรกิจที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มล้านนาของประเทศไทย”, *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*. ปีที่ 9, ฉบับที่ 2, หน้า 44-67.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการณ์. (2554). *เศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โทเทิลแอนด์เซ็ส คอมมูนิเคชั่น.

ภาณุ ลิ้มมานนท์. (2546). *กลยุทธ์การจัดการนวัตกรรมทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ : บริษัท ควอลิตี้ ครีเอชั่น.

รัชฎาพร พุทซาคำ. (2551). *การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการสหกรณ์ออมทรัพย์ทหารศรีสองรัก จำกัด*. ปริญญาานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

วรากรณ์ สามโกเศศ. (2552). *เงินต่อเงิน*. กรุงเทพฯ : อมรินทร์ HOW-TO.

วัชรพันธ์ ผาสุก. (2557). “การมุ่งเน้นตลาดและการมุ่งเน้นการเรียนรู้ในการพัฒนาความสามารถทางนวัตกรรม และผลการดำเนินงานของธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดกลาง”, *วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน*. 21(2), 102-126.

วชิรวัชร งามละม่อม. (2553). *ทฤษฎีการมีส่วนร่วม*. ปทุมธานี: สถาบันวิชาการไทยวิจัยพัฒนาการจัดการ TRDM.

วาสนา คำไทย. (2561). “ผลกระทบของการรับรู้ตราวัตกรรมการสร้างสรรค์ และการมุ่งเน้นการแข่งขันที่มีต่อประสิทธิภาพการสร้างสรรค์นวัตกรรมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย”, *วารสารการจัดการสมัยใหม่*. ปีที่ 16, ฉบับที่ 2, หน้า 149 – 160.

สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (2559). *คู่มือการพัฒนาาระบบเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ: กระทรวง
การพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.

เสรี พงศ์พิศ. (2546). *แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาไทย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.).

สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ. (2549). พระบิดาแห่งนวัตกรรมไทย: นวัตกรรมเทิดพระเกียรติ
โครงการแก่งดิน 5 ตุลาคม วันนวัตกรรมแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ.

สำนักพัฒนาเกษตร. (2554). พระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน. เข้าถึงได้จาก

<http://www.farmdev.doae.go.th>.

สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2555). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน
(SMCE). เข้าถึงได้จาก <https://smce.doae.go.th/smce1/index.php?result=6>.

อารยา อิงไพบูลย์กิจ. (2559). “ปัจจัยเหตุและผลของขีดความสามารถเชิงพลวัตของวิสาหกิจขนาด
กลางและขนาดย่อมธุรกิจการขนส่ง ในประเทศไทย. การประยุกต์หลักการจัดการธุรกิจตาม
หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุรินทร์”, *วารสารวิชาการและ
วิจัย มทร.พระนคร*. ฉบับพิเศษ, หน้า 12-19.

อนูรัตน์ อนันทนาธร. (2562). *การจัดการความมั่นคงของวิสาหกิจชุมชน ตามแนวคิดปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง*. ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

_____. (2560). “การประเมินผลการนำนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนไปสู่การปฏิบัติ”,

วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์. ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 (2020): มกราคม - มีนาคม 2563.

- อนูวัต สงสม. (2562). “ผลของความสามารถทางนวัตกรรมที่มีต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน สำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดสงขลา”, *Veridian E-Journal, Silpakorn University Humanities, Social Sciences and arts*. ปีที่ 12, ฉบับที่ 3, หน้า 821 – 835.
- Betje, P. (1998). *Technological Change in the Modern Economy: Basic Topics and New Developments*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Drucker, P. F. (1993). *Post-Capitalist Society*. NY: Butterworth Heineman
- DTI. (2004). *Succeeding Through Innovation, Creating Competitive Advantage Through Innovation: A Guide for Small and Medium Sized Businesses*. London: Department of Trade and Industry.
- Evan, W.M. (1966). “Organizational Lag”, *Human Organization*. Vol.25, (spring), pp. 51-53.
- Freeman, C. & Soete, L. (1997). *The Economics of Industrial Innovation*. (3rd ed). London: Continuum.
- Ferraresi, et al. (2012). “Knowledge management and strategic orientation: Leveraging innovativeness and performance”, *Journal of Knowledge Management*. 16(5):688-701.
- Gopalakrishnan, S. & Bierly, P. (1997). *Organizational Innovation and Strategic Choices: A Knowledge Based View*. Academy of Management Best Paper Proceedings.
- Herkema, S. (2003). “A Complex Adaptive Perspective on Learning within Innovation Projects”, *The Learning Organization*. Vol. 10, no. 6, pp. 340- 346.

- Hiroyuki Adachi. (2003). "A search model of two-sided matching under on transferable utility", *Journal of Economic Theory* 2003. vol. 113, issue 2, 182-198.
- Jump, N. (1978). *Psychometric Theory*. (2nd ed.). New York: McGraw Hill.
- Koontz, H. (1998). *Management*. New York : McGraw –Hill
- Lemon, M. & Sahota, P. S. (2003). "Organizational Culture as a Knowledge Repository for Increased Innovation Capacity". *Technovation*.
- Mukai and Fujikura. (2013). *One village one product: evaluations and lessons learnt from OVOP aid projects*. Available on https://www.researchgate.net/publication/275062202_One_village_one_product_evaluations_and_lessons_learned_from_OVOP_aid_projects.
- Porter, M. (2012). *The Essential Guide to Competition and Strategy*. New York: Harvard Business Press.
- Rahab, R. (2012). "The Role of Market Orientation and Learning Orientation in Improving Innovativeness and Performance of Small and Medium Enterprises", *Asian Social Science*. 8(1):134-145
- Schilling, M.A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. (2nd ed). NY: McGraw-Hill Education
- Smits, R. (2002). "Innovation studies in the 21 th century: Questions from a user's Perspective". *Technological Forecasting & Social Change*. Vol. 69, no. 2, pp. 861-883.

Tushman, M. & Nadler, D. (1986). *Organizing for Innovation*. California Management Review, 28, 74-92.

Utterback, J.M. (2004). "The dynamics of Innovation", *Educause Review*. Vol. 39, no. 1, pp.42.

Wang and Ahmed. (2004). "The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis", *European Journal of Innovation Management*, 7 (4), 303-313.

Yamane T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. (3rd EdX. New York. Harper and Row Publications.



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง

การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก ของประเทศไทย

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย และเพื่อศึกษาอิทธิพลของการจัดการเชิงนวัตกรรม ที่มีต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย โดยผลที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทยแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แบบสอบถามนี้ไม่มีคำตอบถูกหรือผิด ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการศึกษา ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้ โดยผลของการตอบจะไม่กระทบใด ๆ กับท่านทั้งสิ้น และทางผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับคำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด และกรอกข้อความ
ในช่องว่างที่ท่านเห็นสมควรเพียงข้อเดียว

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

ไม่เกิน 30 ปี

31 – 40 ปี

41 – 50 ปี

51 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ไม่เกิน 15,000 บาท

15,001 - 20,000 บาท

20,001 - 25,000 บาท

25,001 – 30,000 บาท

มากกว่า 30,000 บาท

5. อาชีพฐาน (อาชีพประจำปัจจุบัน)

แม่บ้าน/พ่อบ้าน

เกษตรกร (เพาะปลูก เลี้ยงสัตว์ ประมง)

ข้าราชการ/เจ้าหน้าที่รัฐ

พนักงานบริษัทเอกชน

เจ้าของกิจการส่วนตัว

รับจ้างทั่วไป

อื่นๆ ระบุ

6. ระยะเวลาในการทำงาน กับวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้

น้อยกว่า 2 ปี

2 – 4 ปี

5 – 7 ปี

8 – 10 ปี

มากกว่า 10 ปี

7. สถานะในวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้

- ประธาน/รองประธาน กรรมการบริหาร
 สมาชิก (ไม่เกี่ยวข้องกับการบริหาร)

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. สถานะของวิสาหกิจชุมชนของท่าน

- ชั้นพื้นฐาน ชั้นก้าวหน้า

2. ประเภทวิสาหกิจชุมชน

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> การเกษตร | <input type="checkbox"/> การเกษตรอินทรีย์ |
| <input type="checkbox"/> การเกษตรแปรรูป | <input type="checkbox"/> อาหาร |
| <input type="checkbox"/> หัตถกรรม | <input type="checkbox"/> เลี้ยงสัตว์ |
| <input type="checkbox"/> ปุ๋ย | <input type="checkbox"/> อาหารสัตว์ |
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เสริมความงาม | <input type="checkbox"/> ท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> ออมทรัพย์ | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ |

3. ลักษณะการดำเนินวิสาหกิจชุมชน

- เป็นนิติบุคคล ไม่ได้เป็นนิติบุคคล

4. ระยะเวลาในการดำเนินวิสาหกิจชุมชนของท่าน

- | | |
|--|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 1 ปี | <input type="checkbox"/> 2 – 4 ปี |
| <input type="checkbox"/> 5 – 7 ปี | <input type="checkbox"/> 8 – 10 ปี |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 10 ปี | |

5. จำนวนเงินลงทุนของวิสาหกิจชุมชนของท่าน

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ไม่เกิน 50,000 บาท | <input type="checkbox"/> 50,001 – 100,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 100,001– 150,000 บาท | <input type="checkbox"/> 150,001 – 200,000 บาท |

- 200,001 – 250,000 บาท 250,001 – 300,000 บาท
 300,001 บาทขึ้นไป

6. แหล่งเงินทุน (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- เงินทุนตัวเอง
 เงินสนับสนุนจากรัฐบาล
 เงินกู้ยืม จาก
 ธนาคาร การจํานำ-จําเอง กับสถาบันการเงิน
 อื่น ๆ โปรดระบุ

7. วิสาหกิจชุมชนของท่านมีจำนวนสมาชิกทั้งกี่คน

- 7 – 10 คน 11 – 15 คน
 16 – 20 คน 21 – 25 คน
 26 - 30 คน มากกว่า 30 คน

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

ประเด็น	ระดับการจัดการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1. ผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจชุมชนท่านมีความทันสมัย					
2. มีการปรับปรุงและพัฒนาสินค้าด้วยนวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าอยู่เสมอ					
3. มีการคิดค้นและผลิตสินค้าใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
4. มีการส่งเสริมสมาชิกคิดและประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เสมอ					

ประเด็น	ระดับการจัดการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
นวัตกรรมด้านการตลาด					
1. มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการผ่านเทคโนโลยีให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น					
2. มีที่ปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการทำการตลาด					
3. มีการทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย เช่น สื่อออนไลน์ โฆษณาทางทีวี วิทยู เป็นต้น					
4. การตลาดจะนำเสนอความแตกต่างด้านคุณภาพ และนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์และบริการ					
5. ใช้การตลาดระบบเครือข่าย (เฟรนไชท์) เพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้า					
นวัตกรรมด้านกระบวนการ					
1. มีการออกแบบกระบวนการในการจัดการที่ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ					
2. นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ อาทิ ระบบบัญชี ระบบคลังสินค้า ระบบควบคุมการผลิต ระบบการดูแลลูกค้า เป็นต้น มาใช้					
3. มีการคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ ๆ อยู่เสมอ					
4. มีการวิจัยและพัฒนาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ					
นวัตกรรมด้านพฤติกรรม					
1. สมาชิกมีการร่วมเสนอแนวทางในการทำงานที่แปลกใหม่และสร้างสรรค์					
นวัตกรรมด้านพฤติกรรม (ต่อ)					
2. ผู้นำกลุ่มฯ มีการสนับสนุนทางความคิดทางนวัตกรรมแก่สมาชิก					
3. มีการนำความคิดทางนวัตกรรมของสมาชิกกลุ่มฯ ไปประยุกต์ใช้กับการทำงาน					
4. กลุ่มของท่านมุ่งเน้นให้ลองใช้วิธีการทำงานแบบใหม่					

ประเด็น	ระดับการจัดการ				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ที่สมาชิกเสนออยู่เสมอ					
นวัตกรรมด้านกลยุทธ์					
1. มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนวางแผนธุรกิจ อาทิ ความต้องการของตลาด คู่แข่งขัน ลักษณะของผลิตภัณฑ์ และศักยภาพทางการเงิน					
2. มีการกำหนดเป้าหมายธุรกิจทั้ง การตลาด ยอดขาย ปริมาณการผลิต และต้นทุนวัตถุดิบ และผลประกอบการ ล่วงหน้า					
3. มีการทบทวนแผนธุรกิจและการดำเนินกิจการสม่ำเสมอเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ทันสถานการณ์					
4. มีการพัฒนากลยุทธ์ใหม่ๆเสมอเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน					

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกของประเทศไทย

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านการลดต้นทุน					
1. ความสามารถในการลดต้นทุนวัตถุดิบโดยไม่กระทบต่อคุณภาพของสินค้า					
2. ความสามารถในการทำให้เกิดของเสียในกระบวนการผลิตลดลง					
3. ความสามารถในการขายสินค้าในราคาถูกลงกว่าคู่แข่ง					
4. ลดค่าใช้จ่ายในการจัดทำสื่อ หรือจ้างสื่อเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์					
ด้านการสร้างความแตกต่าง					

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
1. สินค้ามีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด					
2. สินค้าของกลุ่มเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับจากลูกค้าเป็นวงกว้าง					
3. กลุ่มของท่านมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง					
4. ภาพลักษณ์ของตราสินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์					
ด้านมีความยืดหยุ่น					
1. มีความสามารถในการตอบสนองกลุ่มเป้าหมายมากกว่าคู่แข่ง					
2. ความสามารถในการปรับตัวของสมาชิกต่อการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม					
3. ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าให้เป็นที่ไปตามความต้องการของผู้บริโภค					
ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์					
1. กลุ่มฯของท่านมีสินค้าที่มีคุณภาพเหนือกว่าคู่แข่ง					
2. กลุ่มฯของท่านมีกระบวนการผลิตสินค้าที่รวดเร็ว					
3. การเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาด					
4. การมีสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนใคร					

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

คำถามเกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย

1. นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. นวัตกรรมด้านการตลาด

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. นวัตกรรมด้านกระบวนการ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. นวัตกรรมด้านพฤติกรรม

.....

.....

.....
.....

4. ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านอย่างยิ่งที่สละเวลาตอบแบบสอบถามฉบับนี้