



การศึกษาความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

สนิทดเดช จินตนา^{1*} สุพิศ บุญลาภ² ชัยมงคล สุพรหมอินทร์³

A Study of Capability to Create Competitive Advantages of Community Enterprises in Pathumthani Province

Sanitdech Jintana^{1*} Supit Boonlab² Chaimongkhon Supromin³

Received 13/03/2022

Revised 18/09/2022

Accepted 08/12/2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี และ 2) ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-method design) ระหว่างเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย คือ ประธานและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเผชิญความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านจำนวนและการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพ จำนวน 283 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) และสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานภาครัฐ นักวิชาการที่เกี่ยวข้อง และประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในระดับก้าวหน้า จำนวน 16 ราย เครื่องมือการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง รองลงมา คือ ด้านมีความยืดหยุ่น และด้านการสร้างนวัตกรรม และการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และมีรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 1 ด้าน คือ ด้านการลดต้นทุน 2. ปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ด้านการลดต้นทุน

^{1*} คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: sanitdech_j@rmutt.ac.th

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: supit_b@rmutt.ac.th

³ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

Email: chaimongkhon_s@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: sanitdech_j@rmutt.ac.th



เนื่องจากมีชื่อเสียงในกระบวนการผลิต ต้นทุนแรงงานและวัตถุดิบสูงขึ้น ด้านการสร้างความแตกต่างพบว่า สินค้าไม่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันในตลาด และกลุ่มวิสาหกิจไม่สามารถผลิตสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ การไม่สามารถปรับตัวเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกและขาดการพัฒนากระบวนการผลิตที่มีมาตรฐานเหนือคู่แข่ง

คำสำคัญ: ความได้เปรียบทางการแข่งขัน ศักยภาพสภาพแวดล้อม วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The aim for this research were to: (1) explore the capability to create competitive advantages of community enterprises in Pathum Thani Province, and (2) investigate the problems and obstacles in developing competitive advantages of community enterprises in Pathum Thani Province. This research was a mix-method study. The sample size of research was 283 presidents and vice presidents in community enterprises of Pathum Thani Province, which have encountered the significant change in both number and effective management. The stratified random sampling was used in this study. Also, sixteen samples including governmental officials, academics and the presidents of progressive community enterprises were interviewed. The instrument used in this study were a questionnaire and an in-depth interview. Statistics used in data analysis composed of frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results showed that (1) most of the community entrepreneurs in Pathum Thani Province had a high level of overall competitive advantages. When considering each aspect, the high level of three aspects included differentiation, flexibility, and innovation, respectively; meanwhile the low – cost leadership aspect was at a moderate level; (2) problems and obstacles in developing the competitive advantage of community enterprises in Pathum Thani province were firstly cost reduction as there was an increase of waste in the production process, and higher labor and raw materials costs. In terms of differentiation, it was found that the product was not outstanding and different from other products in the market and they were unable to create a product that meet consumers' needs. Lastly, they had inability to adapt to changes in the external environment and lack of development of production processes with higher standards than their competitors.

Keywords: competitive advantage, environmental potential, community enterprises

บทนำ

ในโลกยุคที่เรียกกันว่า VUCA World คือ โลกที่มีองค์ประกอบ 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) Volatility 2) Uncertainty 3) Complexity and 4) Ambiguity นั้นทำให้สภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจในปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนไม่แน่นอน ส่งผลให้การแก้ไขปัญหาย่อยๆ อาจเกิดปัญหาย่อยๆ (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), 2562) ปัจจัยดังกล่าว นั้นเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นธุรกิจชุมชน ต้องเร่งปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานให้ทันต่อสถานการณ์ เพราะสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่มีผลกระทบต่อการค้าเนกิจการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สร้างความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่งในตลาดเดิม (Kuratko and Hodgetts, 2004) สำหรับองค์กรจะเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้นองค์กรต้องไม่หยุดนิ่งต้องมีการพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจต้องอาศัยขั้นเชิงในการบริหารที่เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออาศัยความรวดเร็วในการปรับตัวให้ทันต่อภาวะการณ์แข่งขันที่เกิดขึ้น ผ่านการใช้กลยุทธ์ในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (Porter, 2012)

เมื่อศึกษาจากธุรกิจต่าง ๆ ของโลกนั้นจะพบว่าแม้แต่องค์กรใหญ่ระดับโลกหลายแห่งนั้นยังมีความจำเป็นที่ต้องทำการสร้างความสามารถทางการแข่งขันเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ รัฐบาลไทยจึงตระหนักถึงความจำเป็นดังกล่าวโดยเฉพาะกับกลุ่มเศรษฐกิจฐานรากซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศจึงมีการกำหนดนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นการดำเนินเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม รวมถึงแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ผ่านยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (The national strategy on competitiveness enhancement) โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศโดยสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ ซึ่งเน้นการพัฒนาส่งเสริมการเกษตร การบริการ และภาคอุตสาหกรรมแบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถทางการแข่งขัน เช่นเดียวกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาคเกษตรกรรมและชุมชน จากประเทศที่มีรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงมีความมั่นคงและยั่งยืน สังคม อยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข จึงมียุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน และ “การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน” ที่เป็นเศรษฐกิจระดับฐานรากให้มีความเข้มแข็ง และเน้นการพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม ก็ได้มีการมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมและการนำมาใช้เป็นปัจจัยขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกมิติเพื่อยกระดับศักยภาพของประเทศในทุกด้าน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

แต่จากรายงานสถานการณ์ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ทำให้ทราบว่าประเทศไทยยังขาดการเตรียมความพร้อมเพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและรองรับการแข่งขันที่เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจในอนาคต โดยขาดทั้งฐานความรู้ ความตระหนัก ข้อมูลข่าวสาร บุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน และปัจจัยเอื้อต่าง ๆ ส่งผลให้ยังล้าหลังประเทศที่ประสบความสำเร็จด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการ จากรายงานการจัดอันดับความสามารถทางการแข่งขันนานาชาติในภาพรวมประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 28 โดยด้านประสิทธิภาพของเศรษฐกิจ (Economic Performance) และสมรรถนะของภาคธุรกิจ (Business Efficiency) นั้นอยู่ในอันดับที่ 21 ส่วนด้านความสามารถด้านนวัตกรรมจัดอันดับประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 50 ตามหลังประเทศสมาชิกกลุ่มอาเซียน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย (International Institute for Management Development, 2021) เช่นเดียวกับรายงานดัชนีนวัตกรรมโลก จัดอันดับความสามารถด้านนวัตกรรมภาพรวมประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 44 ตามหลังสิงคโปร์ มาเลเซีย และเวียดนามประเทศไทยจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับ



การพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมให้มากขึ้น เพราะเป็นพื้นฐานความสามารถทางการแข่งขันที่สำคัญ (The Global Innovation Index: GI, 2020)

วิสาหกิจชุมชน (community enterprise) คือกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิต สินค้า การให้บริการหรือกิจการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2548) แต่ทว่าการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนมีการเติบโตอย่างช้า ๆ โดยหากพิจารณาถึงการบริหารจัดการที่ดีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นสามารถวิเคราะห์ได้จากรายงานวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับดีเด่นของกรมส่งเสริมการเกษตรที่มีการประเมินผลทุกปี ซึ่งเป็นการประเมินจากการกำหนดทิศทางของวิสาหกิจชุมชน การวางแผนดำเนินงาน การดำเนินงานด้านการตลาด การวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน การบริหารสมาชิก เป็นต้น นั้นมีสถิติที่ลดลงอย่างน่ากังวล โดยจากสถิติพบว่าในจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนทั่วประเทศ ในปี 2564 มีจำนวน 97,489 ราย มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับดีเด่นเพียง 84 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.08 และยิ่งไปกว่านั้นสถิติยังลดลงมาเหลือ 33 กลุ่ม ในปีพ.ศ. 2564 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.03 ของวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2564) สถิติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนนั้นไม่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก และยิ่งเมื่อเจอกับปัญหาวิกฤตอย่างการแพร่ระบาดของโควิด-19 รวมถึงความท้าทายจากสภาพแวดล้อมจากภายนอกด้านอื่น ๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย และเทคโนโลยีนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ทั่วประเทศแทบไม่สามารถปรับตัวกับสถานการณ์ได้ จนทำให้ความสามารถในการบริหารจัดการลดประสิทธิภาพลงไปอย่างมาก

ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจชุมชนคือ การผลิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาด อีกทั้งไม่รู้วิธีการนำทุนภูมิปัญญา และทุนต่าง ๆ ในชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง เนื่องจากการจัดการความรู้เพื่อนำไปสู่การต่อยอดภูมิปัญญาด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ยังมีข้อจำกัด ทำให้การยกระดับความสามารถในวิชาชีพไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าโดยใช้เอกลักษณ์ไทยหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของสินค้าไทยยังมีน้อยและมีเฉพาะผู้ผลิตในวงจำกัด ขาดการออกแบบและการมีตราสินค้าที่เป็นของไทย ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบางส่วนยังขาดความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้ได้รับความรู้ และส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค นวัตกรรมสำหรับวิสาหกิจชุมชนเป็นการคิดนอกกรอบอันนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดประโยชน์ด้านสังคมและเศรษฐกิจของประเทศ การรับรู้ถึงนวัตกรรมต่าง ๆ ทั้งการผลิต การจัดการ และการทำการตลาด รวมทั้งการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอันเป็นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน (อภิสิทธิ์ชัย ธรรมวิมุติ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2560)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ถึงความสำคัญของการศึกษาและสำรวจความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทย รวมไปถึงนโยบายที่สำคัญของประเทศไม่ว่าจะเป็นแผนยุทธศาสตร์ นโยบายประเทศไทย 4.0 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (16) ประเด็น เศรษฐกิจฐานราก (พ.ศ. 2561 - 2580) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) นั้นมุ่งส่งเสริมความสามารถทางการแข่งขันของเศรษฐกิจประเทศ ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าวเป็นอย่างดี ดังนั้นเพื่อเป็นการศึกษาเพื่อทบทวนประสิทธิภาพของการนำเอานโยบายไปสู่การปฏิบัติงานวิจัยครั้งนี้จึงต้องการทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี” เพื่อเป็นการทบทวนถึงการนำแผนมาสู่การปฏิบัติว่าเกิด ผลลัพธ์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มากน้อยเพียงใด เพื่อได้เอาผลการวิจัยไปปรับปรุงพัฒนา และเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี
- 2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้เลือกใช้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของพอตเตอร์ (Porter, 2012) ได้นำเสนอแนวคิดยุทธศาสตร์การแข่งขันหรือ Competitive Strategy ที่ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการทำธุรกิจที่จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีความเข้าใจเป็นอย่างดีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและคู่แข่งตลอดเวลา โดยกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันพอตเตอร์ได้กำหนดไว้ 5 ประการ ได้แก่

- 1) การลดต้นทุนทางการจัดการ (Low – Cost Leadership) หากธุรกิจมีต้นทุนที่ต่ำไม่ว่าจะเป็นต้นทุนวัตถุดิบ แรงงาน หรือ อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบในการแข่งขันจากความแตกต่างระหว่างราคาผลิตภัณฑ์/บริการ กับต้นทุนที่มากกว่าคู่แข่ง

- 2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) ธุรกิจควรมีการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์/ บริการให้เป็นเอกลักษณ์ขององค์กร อาจจะเป็นความแตกต่างในกระบวนการทำงานขององค์กร หรือสินค้าและบริการที่มีคุณค่าในมุมมองของผู้ซื้อ/ ผู้บริโภค

- 3) มีความยืดหยุ่น (Flexibility) ธุรกิจควรมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค อาทิ ความรวดเร็วในการตอบสนอง การปรับต้นทุน การปรับราคา รูปแบบการขาย ฯลฯ

- 4) สร้างนวัตกรรม (Innovation) การสร้างนวัตกรรมในการผลิตหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้เกิดขึ้น รวมทั้งการปรับปรุงของเก่าให้ดีขึ้น นั้นจะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยจะนำมาหลักการขององค์ประกอบที่มีผลต่อกระบวนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ 1) การลดต้นทุนทางการจัดการ (Low – Cost Leadership) 2) การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) 3) การมีความยืดหยุ่น (Flexibility) และ 4) สร้างนวัตกรรม (Innovation)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยนั้นได้มีนักวิชาการได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจในประเทศไทยได้มากมาย อาทิ ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และ บุญทวรรณ วิงวอน (2563) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ที่ได้รับการประเมินในระดับดีให้ความสำคัญต่อภาวะการเป็นผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาด้านนวัตกรรม ด้านการบูรณาการองค์ความรู้ และด้านผลการดำเนินงาน โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก ในงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ สมศรี, บงกชกร หงส์สาม และนภาพรธรรม เนตรประดิษฐ์ (2560) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขัน นั้นมีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องการควบคุม ประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิกกลุ่มเป็นอย่างดี ส่วนด้านการมุ่งเน้นการตลาด พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องมีการตอบสนองต่อการแข่งขันด้านธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ส่วนด้านนวัตกรรมพบว่า มีระดับการความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สำหรับด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ใน



เรื่องการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์หรือรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และด้านกลยุทธ์ธุรกิจ พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องเน้นการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่งและการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

สำหรับงานวิจัยในต่างประเทศที่น่าสนใจ อาทิ งานวิจัยของ Quaye and Mensah (2019) ที่พบว่า ความสามารถทางการตลาด ได้แก่ ทรัพยากรทางการตลาดและความสามารถทางการตลาด และกิจกรรมทางการตลาดที่เป็นนวัตกรรมใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ทรัพยากรทางกายภาพอาจส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการตลาด แต่การผสมผสานทรัพยากรทางกายภาพต่าง ๆ ทั้งสินค้า บุคลากร ราคา ช่องทางการจำหน่าย เข้ากับความสามารถทางการตลาดแบบพลวัตนั้น ทำให้เกิดความยั่งยืนในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงอย่างปัจจุบัน และในงานวิจัยของ Udriyah and Azam (2019) พบว่า ความได้เปรียบทางการแข่งขัน มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน ส่วนการมุ่งเน้นการตลาด และนวัตกรรม นั้นมีอิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศมาเลเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วิธีการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed-method design) ระหว่างเชิงปริมาณ (Quatitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสำรวจครั้งนี้ ได้แก่ ประธานและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 283 คน โดยระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือเดือนมีนาคม - พฤษภาคม พ.ศ. 2564 เป็นระยะเวลา 2 เดือน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราประมาณค่าความคิดเห็น 5 ระดับ ซึ่งผ่านการทดสอบคุณภาพ โดยตรวจสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา (Content validity) และการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ .953

ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลหลักสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth) ในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 1) นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปทุมธานี จำนวน 1 คน 2) เกษตรอำเภอ จำนวน 3 คน 3) พัฒนาชุมชนอำเภอ จำนวน 3 คน 4) เจ้าพนักงานชุมชนในองค์กรปกครองท้องถิ่น จำนวน 3 คน 5) ผู้อำนวยการกองการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม องค์การบริหารส่วนตำบลคลองหก จำนวน 1 คน 6) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 คน และ 7) นักวิชาการด้านการพัฒนาชุมชน จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 16 คน

พื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่ จังหวัดปทุมธานี เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานีมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากปัญหาความไม่ยั่งยืนโดยสาเหตุหลักเกิดจากการบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพเป็นเมืองของจังหวัดปทุมธานีทำให้สังคมมีความเปลี่ยนแปลงไปลดศักยภาพในการรวมกลุ่ม

นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากบุคลากรของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และนักวิชาการด้านการพัฒนารัฐวิสาหกิจชุมชน จำนวน 16 คน โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interviews)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ส่วนข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการพรรณนาข้อมูลในปรากฏการณ์ หรือรูปธรรม และวิเคราะห์ตีความข้อมูลเพื่อสร้างข้อสรุปเกี่ยวกับแนวทางในพัฒนาการจัดการเชิงนวัตกรรม และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แก่วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ให้ข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 283 คน พบว่า ประธานและรองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทการเกษตร คิดเป็นร้อยละ 26.50 โดยมากมีจำนวนสมาชิก 7 - 10 คน คิดเป็นร้อยละ 40.64 มีระยะเวลาที่ดำเนินกิจการ 2 - 4 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.22 รายได้ต่อปีไม่เกิน 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 62.90 มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลักโดยการขายผ่านหน้าร้าน คิดเป็นร้อยละ 44.88 และมีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นกลุ่มผู้บริโภคภายในชุมชน/อำเภอ คิดเป็นร้อยละ 79.51

2. ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

ความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมาคือด้านมีความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ตามลำดับ และมีรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 1 ด้าน คือ ด้านการลดต้นทุน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 (ตารางที่ 1)

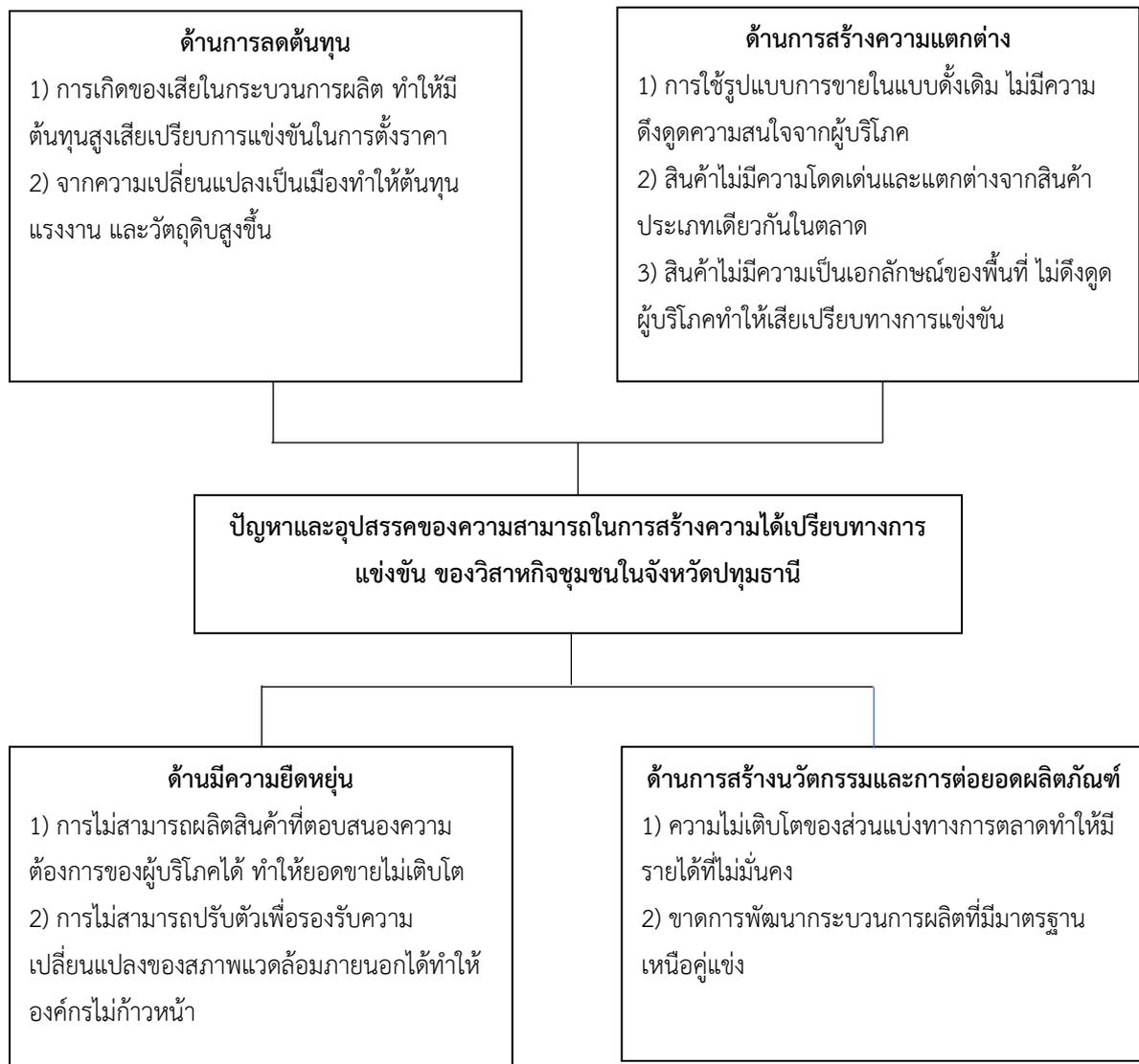
ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี (n = 283)

ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน	\bar{X}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
1. ด้านการลดต้นทุน	3.39	1.03	ปานกลาง	4
2. ด้านการสร้างความแตกต่าง	3.79	0.95	มาก	1
3. ด้านมีความยืดหยุ่น	3.70	0.96	มาก	2
4. ด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์	3.65	0.86	มาก	3
เฉลี่ย	3.63	0.95	มาก	-



3. ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน

โดยจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 16 ท่าน นั้นพบว่า วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี มีปัญหาและอุปสรรคของการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคของการสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขัน ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี

ที่มา : จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์จากผู้วิจัย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการศึกษานี้พบว่า ความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดปทุมธานี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมนั้นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมาก 3 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างความแตกต่าง รองลงมาคือด้านมีความยืดหยุ่น และด้านการสร้างนวัตกรรมและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ และมีรายด้านที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อีก 1 ด้าน คือ ด้านการลดต้นทุน โดยผลการศึกษานี้ก็มีความสอดคล้องตามการพัฒนาของประเทศไทย ทั้งนโยบายประเทศไทย 4.0 ที่มุ่งเน้นการดำเนินเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม รวมถึงแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ผ่านยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (The National Strategy on Competitiveness Enhancement) โดยมีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศโดยสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ ซึ่งเน้นการพัฒนาส่งเสริมการเกษตร การบริการ และภาคอุตสาหกรรมแบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งรวมถึงการสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการในการพัฒนาระบบการจัดการให้เกิดเป็นนวัตกรรมการทำงานใหม่ ๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) จึงทำให้ผลการศึกษาศามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

โดยเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องก็พบว่ามีความสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ งานวิจัยของขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และบุญทวรรณ วิงวอน (2563) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบนที่ได้รับการประเมินในระดับดีให้ความสำคัญต่อภาวะการเป็นผู้ประกอบการ มากที่สุด รองลงมาด้านนวัตกรรม ด้านการบูรณาการองค์ความรู้ และด้านผลการดำเนินงาน โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยวัฒน์ สมศรี และคณะ (2560) พบว่า ความสามารถทางการแข่งขัน นั้นมีระดับความสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องการควบคุม ประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิกกลุ่มเป็นอย่างดี ส่วนด้านการมุ่งเน้นการตลาด พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องมีการตอบสนองต่อการแข่งขันด้านธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว ส่วนด้านนวัตกรรมพบว่า มีระดับการความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม สำหรับด้านการมีส่วนร่วม พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด ในเรื่องการมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์หรือรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของ และด้านกลยุทธ์ธุรกิจ พบว่า มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุดในเรื่องเน้นการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างจากคู่แข่งและการปรับกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Quaye and Mensah (2019) ที่พบว่า ความสามารถทางการตลาด ช่วยเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขัน ทรัพยากรทางกายภาพอาจส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางการตลาด แต่การผสมผสานทรัพยากรทางกายภาพต่าง ๆ ทั้งสินค้า บุคลากร ราคา ช่องทางการจำหน่าย เข้ากับความสามารถทางการตลาดแบบพลวัตนั้นทำให้เกิดความยั่งยืนในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงอย่างปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน โดยตรง ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัด สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเชิงนโยบายที่สำคัญดังนี้

1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ควรสร้างความชัดเจนในทิศทาง สร้างแผนการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีแนวทางการดำเนินการและเป้าหมายของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีศักยภาพในการจัดการเชิงนวัตกรรมได้ในทุก



มิติไม่ว่าจะเป็นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด กระบวนการผลิต และด้านการทำแผนกลยุทธ์ ด้วยการพัฒนาบุคลากรภาครัฐมีความเชี่ยวชาญในการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการเชิงนวัตกรรม รวมถึงมีการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่วิสาหกิจชุมชน

2) ด้านทรัพยากรทางการบริหาร และศักยภาพของหน่วยภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในส่วนกลาง ควรมีการส่งเสริมทรัพยากรทางการบริหาร ในระดับภูมิภาคและส่วนท้องถิ่น ให้มีงบประมาณและบุคลากรสำหรับการจัดโครงการในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างเพียงพอ

3) ด้านการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ควรมีการถ่ายทอดนโยบายเกี่ยวกับพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้ผู้ปฏิบัติงานความเข้าใจเพียงพอในเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากด้วยนวัตกรรมดิจิทัลตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี นโยบายไทยแลนด์ 4.0 และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นเศรษฐกิจฐานราก (พ.ศ. 2561 - 2580) รวมถึงการส่งเสริมการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสำนักงานเกษตร สำนักงานพัฒนาชุมชน รวมถึงสำนักงานพาณิชย์ สำนักงานอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาฝีมือแรงงาน ซึ่งสามารถนำเอาศักยภาพของแต่ละหน่วยงานมารวมกันพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการจัดการเชิงนวัตกรรมและมีความสามารถทางการแข่งขันได้

รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร. (2564). *จำนวนวิสาหกิจชุมชน*. สืบค้น 17 มกราคม 2564, จาก http://smce.doae.go.th/smce1/report/select_report_smce.php?report_id=17
- ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และบุญทวารณ วิงวอน. (2563). อิทธิพลของภาวะการเป็นผู้ประกอบการ การบูรณาการองค์ความรู้ และนวัตกรรมที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน. *วารสารศิลปการจัดการ*, 4(2), 308 – 324.
- ชัยวัฒน์ สมศรี บงกชกร หงส์สาม และนภววรรณ เนตรประดิษฐ์. (2560). อิทธิพลของกลยุทธ์ธุรกิจ นวัตกรรม การมีส่วนร่วม การมุ่งเน้นการตลาด ที่มีต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดลำปาง. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 11(3), 161 – 173.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2548). *ระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ว่าด้วยการรับจดทะเบียนและการเพิกถอนทะเบียนวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.๒๕๔๘*. สืบค้น 17 มกราคม 2564, จาก https://www.moac.go.th/law_agri-files-391091791893
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี*. สืบค้น 17 ธันวาคม 2563, จาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_Plan_Oct2018.pdf
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (2562). *การจัดการสู่องค์กรนวัตกรรม*. สืบค้น 17 ธันวาคม 2563, จาก https://creation.smartcatalogue.com/public/products/user_000756/00002211/pdf/200921140602-0000002211.pdf
- อภิรักษ์ณ์ ธรรมวิมุตติ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560). ทุนมนุษยเชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 10(1), 1572 – 1589.

- International Institute for Management Development. (2021). *World Competitiveness Ranking*. Retrieved on January 14, 2021, from <https://www.imd.org/centers/world-competitiveness-center/rankings/world-competitiveness/>
- Kuratko, D. F. & Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice*. Mason, OH: South-Western Publishers.
- Porter, M. E. (2012). *Competitive Advantage: Enduring Ideas and New Opportunities*. Retrieved on January 14, 2021, from https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/2012-0622---Rotman_Strategy_Presentation_9e4fa66e-fdbb-47dd-b03f-861f5bdc7f70.pdf
- Quaye, D., & Mensah, I. (2019). Marketing innovation and sustainable competitive advantage of manufacturing SMEs in Ghana. *Management Decision*, 57(7), pp. 1535-1553.
- The Global Innovation Index. (2020). *The Interactive Database of the Gii 2020 Indicators*. Retrieved on January 14, 2021, from <https://www.globalinnovationindex.org/analysis-indicator>
- Udriyah, U., Tham, J & Azam, S. (2019). The effects of market orientation and innovation on competitive advantage and business performance of textile SMEs. *Management Science Letters*, 9(9), 1419-1428.