

**กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)
ในจังหวัดนครศรีธรรมราช**
**Management Strategies for Enhancing the Growth of Community Enterprises in One Tambon One
Product Project (OTOP) in Nakhon Si Thammarat Province**

สุวรรณณี โภชารณ¹, วไลพร สุขสมภักดิ์, สุภาพร ไชยรัตน์, บุสรินทร์ คุนิอาจ, โปยมพร รักษาชล, สุภาพร ขุนทอง, กัญญา พันแปรจิตต์
¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 109 ม.2 ต.ถ้ำใหญ่ อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช
โทร.075-773221 E-mail : supochakorn001@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้าง ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช” มีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาาระดับของการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และศึกษาคุณลักษณะของธุรกิจที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเพื่อศึกษาปัจจัย กลยุทธ์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่ม ที่มีบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555 จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 170 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับกลยุทธ์ที่วิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการที่วิสาหกิจชุมชนนำมาใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพ รองลงมา คือ กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการจัดการ และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ส่วนกลยุทธ์ที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศตามลำดับ

2. วิสาหกิจชุมชนที่มีคุณลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ลักษณะรูปแบบของวิสาหกิจ ระยะเวลาการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนสมาชิก และประเภทของกิจการ แตกต่างกัน จะมีความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน นั้นหมายความว่า ไม่ว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะมี ลักษณะรูปแบบของวิสาหกิจ ระยะเวลาการประกอบการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนสมาชิก และประเภทของกิจการเป็นอย่างไร ก็จะไม่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

3. ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ส่วนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งหมายความว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการ ด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: กลยุทธ์, วิสาหกิจชุมชน, ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objectives of this study were to investigate strategic levels of management used by community enterprises in One Tambon One Product project (OTOP), and to examine effect of business characteristics on the growth of community enterprises in One Tambon One Product project. It also aimed to discover factors of management strategies affecting the growth of community enterprises in One Tambon One Product project. The target group was community entrepreneurs in One Tambon One Product project in Nakhon Si Thammarat province. The purposive random sampling was applied to 170 groups of community entrepreneurs selected in the top list of One Tambon One Product of Nakhon Si Thammarat in 2012. A questionnaire was used as the research instrument. The statistical treatments included frequency, percentage, mean and standard deviation. The differences among means were estimated by t-test, one-way analysis of variance, and Pearson's Product Moment Coefficient Correlations. The results reveal that:

1. The strategic level used by the community enterprise for the growth of their business in overall was the medium level. When considering each individual item, the most frequent used strategy was quality management strategy, followed by marketing strategy, management strategy, and innovation strategy. The least frequent used was information technology strategy.

2. Community enterprises having different business characteristics, i.e. styles of community enterprise, length of business operation, registered capital, the number of business members, and types of business showed no significant differences in their growths. In other words, styles of community enterprise, length of business operation, registered capital, the number of business members, and types of business are not the key factors influencing the growth of community enterprises.

3. The results indicate that management strategies in the aspects of management, marketing, and quality management were significantly correlated with the growth of community enterprises. Strategies in terms of

innovation and information technology had no association with the growth of community enterprises. In other words, management strategies in the areas of management, marketing, and quality management are the key factors influencing the growth of community enterprises.

Keywords: Strategy, Small and Micro Community Enterprise, The growth of community enterprise

1. บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) หรือที่เรียกกันว่า โอท็อป (OTOP) เป็นอีกโครงการหนึ่งในวิสาหกิจชุมชนที่รัฐบาลได้จัดตั้งขึ้น เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่น สืบสานวัฒนธรรม และสังคม เพื่อการยกระดับรายได้และประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนริเริ่มทำธุรกิจ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมายของการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของประชากรซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของสังคมและประเทศ โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้การสนับสนุนช่วยเหลือ แต่ถึงกระนั้นก็ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ก็ยังมีปัญหาอยู่มากมาย จนกระทั่งบางโครงการ ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้ [1]

จากข้อมูลกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ไว้ว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม OTOP ยังมีคุณภาพต่ำ ไม่สม่ำเสมอ และมีรูปแบบเดิม ๆ ไม่ทันสมัย และไม่สามารถผลิตสินค้าได้ตามจำนวนที่ลูกค้าต้องการในปริมาณมาก ๆ ระยะเวลาในการส่งมอบไม่แน่นอน มีแรงงานเข้าออกอยู่ตลอดเวลา ทำให้ไม่มีทักษะและความชำนาญในการผลิตสินค้า ส่วนปัญหาด้านการตลาดพบว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ยังขาดความรู้ ข้อมูลข่าวสาร และมีการผลิตไม่ต่อเนื่อง ทำให้มีสินค้าไม่เพียงพอในการจำหน่าย ไม่มีแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน นอกจากนี้รัฐบาลจะจัดสถานที่ให้ไปจำหน่าย ในงานแสดงสินค้าของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) [2],[3],[4],[5]

จากประเด็นปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ สรุปได้ว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น จึงเป็นแรงจูงใจให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อทราบถึงคุณลักษณะของธุรกิจ ระดับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการบริหารจัดการและนำไปใช้ในการแก้ปัญหา และสามารถดำเนินการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน สามารถผลิตสินค้าได้ตรงกับความต้องการของลูกค้า และมีความสามารถทางการแข่งขันได้ และนอกจากนี้ผลงานวิจัยที่ได้ยังสามารถเป็นประโยชน์สำหรับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนได้นำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

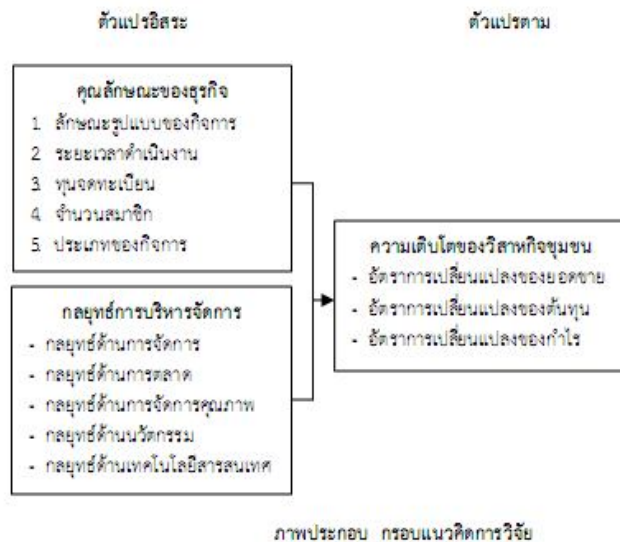
2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับของการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

2. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของธุรกิจที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3. เพื่อศึกษาปัจจัย กลยุทธ์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัยและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



4. วิธีดำเนินงาน

4.1 ประชากร คือ กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ลงทะเบียนไว้จำนวน 561 ราย [6]

4.2 กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งเจาะจงเลือกกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่ม OTOP ที่มีบัญชีรายชื่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2555 จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 170 กลุ่ม

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลคุณลักษณะของธุรกิจ ตอนที่ 2 การวัดระดับการใช้กลยุทธ์ในการสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน และ ตอนที่ 3 แบบสอบถาม ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยนำข้อมูลในส่วนของคุณลักษณะของธุรกิจ โดยการหาค่าเฉลี่ยและร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับการวัดระดับการใช้กลยุทธ์ในการสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน และ ข้อมูลเกี่ยวกับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน มาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อหาค่าความแตกต่าง ของข้อมูลในการวัดค่าการกระจายข้อมูล

4.5.2. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 1 วิสาหกิจชุมชนที่มีคุณลักษณะของธุรกิจแตกต่างกัน จะมีความเติบโต แตกต่างกัน โดยทดสอบความแตกต่าง

ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยใช้สูตรการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA)

4.5.3. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน ข้อที่ 2 กลยุทธ์การบริหารจัดการ มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัว

4.6 สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติเชิงอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้สถิติทดสอบการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน

5. ผลการศึกษา/การทดลอง

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงบรรยาย เพื่ออธิบายถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชน ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช มีลักษณะเป็นวิสาหกิจชุมชนประกอบกิจการในรูปแบบเครือข่าย คิดเป็นร้อยละ 67.10 รองลงมาคือ เป็นวิสาหกิจชุมชนที่ประกอบกิจการเดี่ยว คิดเป็นร้อยละ 32.90 ระยะเวลาในการประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ มีระยะเวลาในการประกอบกิจการ 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.10 ส่วนใหญ่ มีทุนจดทะเบียนต่ำกว่า 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.20 มีจำนวนสมาชิก 50 – 100 คน คิดเป็นร้อยละ 44.10 ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจชุมชนประเภท ของใช้ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 40.00

1.2 ระดับของการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ระดับกลยุทธ์ที่วิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อสร้างความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.10 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการที่วิสาหกิจชุมชนนำมาใช้มากที่สุดคือกลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพ รองลงมา คือ กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการจัดการ และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ส่วนกลยุทธ์ที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ตามลำดับ ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละด้านดังต่อไปนี้

กลยุทธ์ด้านการจัดการ พบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.26 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้มากที่สุดคือมีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนกลยุทธ์ด้านการจัดการที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ ด้าน มีการจ้างภายนอกทำงานแทน ถ้าหากสามารถดำเนินงานในบางส่วนได้ดีกว่า และประหยัดกว่า

กลยุทธ์ด้านการตลาด พบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้มากที่สุดคือมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ส่วนกลยุทธ์ด้านการตลาดที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ ด้านการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการนำส่ง เคลื่อนย้ายสินค้า

กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพ พบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.54 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้มากที่สุดคือมีการมุ่งเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต ส่วนกลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ ด้านการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม พบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.18 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้มากที่สุดคือมีการส่งพนักงานไปศึกษาอบรมเพิ่มเติม เพื่อดูแลปรับปรุงเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ สูงขึ้น ส่วนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ผ่านสื่อหลาย ประเภท รวมทั้งผ่านหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความต้องการในสินค้า

กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.13 เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้มากที่สุดคือมีการดำเนินการให้การติดต่อลูกค้า เช่น สั่งซื้อ การรับคำสั่งซื้อ มีการมุ่งเน้นให้ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้น้อยที่สุดคือ ด้านการลงทุนในด้านเครือข่ายสารสนเทศภายในกลุ่ม OTOP ที่เหมาะสมกับการใช้งานของพนักงาน และลูกค้า

1.3 ข้อมูลเกี่ยวกับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

จากการศึกษา พบว่า ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อยโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.49 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความเติบโตด้านอัตราการเปลี่ยนแปลงของยอดขาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ความเติบโตด้านอัตราการเปลี่ยนแปลงของกำไร และความเติบโตที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านอัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติอ้างอิง เพื่อทดสอบสมมติฐาน และสรุปผลอ้างอิงไปยังประชากรโดยการนำเสนอผลการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ลักษณะรูปแบบของวิสาหกิจ ระยะเวลาการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนสมาชิก และประเภทของกิจการ แตกต่างกัน มีความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน แตกต่างกัน

ผลการทดสอบโดยใช้สถิติทดสอบ One – Way ANOVA พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีคุณลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ลักษณะรูปแบบของวิสาหกิจ ระยะเวลาการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนสมาชิก และประเภทของกิจการ แตกต่างกัน จะมีความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 กลยุทธ์การบริหารจัดการมีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง กลยุทธ์การบริหารจัดการกับ ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สถิติทดสอบสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) พบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการจัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ส่วนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน

6. การอภิปรายผล

1. ระดับของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพ พบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพที่นำมาใช้มากที่สุดคือมีการมุ่งเน้นคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิต ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เจริญชัย พรไพเราะ [7] ที่ทำการศึกษารายชื่อ กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การจัดการคุณภาพ ที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในระดับมาก ประกอบด้วย การมุ่งเน้นคุณภาพ การปรับปรุงกระบวนการ และการวัดผลงานการจักระบบคุณภาพ โดยภาพรวม นักกลยุทธ์การจัดการคุณภาพมาใช้เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในระดับมาก ซึ่งจากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่าวิสาหกิจชุมชนได้ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ด้านการจัดการคุณภาพเป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้เป็นเพราะการจัดการคุณภาพจัดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญขององค์กรเพื่อให้ธุรกิจเกิดความแตกต่าง สามารถลดต้นทุนค่าใช้จ่าย และสามารถตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้การปรับปรุงคุณภาพช่วยให้สามารถเพิ่มยอดขาย และลดต้นทุนขององค์กร ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มผลกำไรซึ่งท้ายที่สุด แล้ว หากองค์กรสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็ว ผลผลิตสินค้าในปริมาณที่มากเพื่อให้เกิดความประหยัด รวมทั้งสร้างชื่อเสียงจากการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพแล้วจะช่วยให้ยอดขายขององค์กรเพิ่มขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lemmink Jos, kasper Hams [8] ที่มีแนวคิดว่าการปรับปรุงคุณภาพเป็นเครื่องมือสำคัญของธุรกิจ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับธุรกิจอื่น ๆ และส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของส่วนแบ่งทางการตลาด อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Ahuja [9] ที่กล่าวว่า ระบบการจัดการจัดการคุณภาพเป็นระบบที่ทำให้สินค้ามีคุณภาพ และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

กลยุทธ์ด้านการตลาด พบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการตลาดที่นำมาใช้มากที่สุดคือมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรนพ พุกกะพันธ์ [10] ที่กล่าวว่า ปัจจุบันธุรกิจมีการแข่งขันสูงและองค์กรธุรกิจต่างสามารถเสนอขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง ดังนั้นธุรกิจจะต้องมีแนวคิดในการพัฒนา

กระบวนการทำงานเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มได้ ถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และพัฒนาความสามารถของธุรกิจขึ้นมาโดยใช้แนวคิดทางการตลาดหรือส่วนประสมทางการตลาดเป็นประเด็นในการดำเนินกิจการ ทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Audhesh K. Paswan, Charles Blankson, Francisco dugman [11] ที่กล่าวว่า กลยุทธ์ทางการตลาด มีความสำคัญสำหรับการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ โดยจะต้องดำเนินการด้านการตลาดในเชิงรุก และต้องเป็นผู้นำด้านต้นทุน สามารถสร้างความพิเศษและความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อความสามารถทางการแข่งขันในยุคการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Sethi, Rajech [12] ที่กล่าวว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อความสำเร็จและความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ แต่ทีมงานที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ ย่อมจะส่งผลต่อกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้

กลยุทธ์ด้านการจัดการ พบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านการจัดการที่นำมาใช้มากที่สุดคือมีนโยบายในการให้บริการลูกค้าอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ขวภาพร ไชยศรี [13] ซึ่งทำการศึกษารายชื่อ กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาซ้อง ตำบลห้วยส้ม อำเภอกุระติง จังหวัดเลย ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยสนับสนุนความสำเร็จของกลุ่มขึ้นอยู่กับความสามารถในการวางแผน การนำ การควบคุม ในการผลิต ความสามารถบริหารจัดการสมาชิก ส่วนการพัฒนาคุณภาพขึ้นอยู่กับ การมีเครือข่าย สนับสนุนด้านวัตถุดิบ ตลาดและการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ ปัจจัยอื่นที่สำคัญยิ่ง ได้แก่ ความสามัคคีและเสียสละของสมาชิก มีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนงบประมาณ วัสดุและอุปกรณ์ มี การกำหนดหน้าที่และระเบียบกฎเกณฑ์ที่ชัดเจน และสนับสนุนแนวความคิดของ Hur Jung, Riyanto Yo hanes B. [14] ที่มีแนวคิดว่าการมอบหมายหน้าที่ให้กับพนักงาน มีความเชื่อมโยงกับความสามารถในการแข่งขันและความสามารถในการทำกำไรของกิจการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Myrna, John W. [15] ที่มีแนวคิดว่าการมอบหมายงาน เป็นกุญแจสำคัญของการเพิ่มประสิทธิภาพของพนักงาน

กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม พบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า กลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่นำมาใช้มากที่สุดคือมีการส่งพนักงานไปศึกษาอบรมเพิ่มเติม เพื่อดูแลปรับปรุงเทคนิคการผลิตที่มีประสิทธิภาพ สูงขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เจริญชัย พรไพเราะ [7] ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างความเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ทางนวัตกรรมที่กลุ่มตัวอย่างนำมาใช้เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในระดับมากที่สุดคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ส่วนกลยุทธ์ทางนวัตกรรมที่นำมาใช้ในระดับปานกลาง ประกอบด้วย กระบวนการพาณิชย์ การวิจัยและการพัฒนา การถ่ายทอดและความร่วมมือทางเทคโนโลยี และการปรับปรุงเทคนิคการผลิต ซึ่งจากผลการวิจัยโดยภาพรวมพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำกลยุทธ์ทางนวัตกรรมมาใช้เพื่อการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนอยู่ในระดับปานกลาง

ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจชุมชนเป็นการดำเนินธุรกิจ
ในลักษณะของลักษณะการรวมกลุ่มของคนในชุมชน ซึ่งอาจจะยังไม่
เห็นถึงความสำคัญด้านนวัตกรรม ทั้งที่จริงแล้วกลยุทธ์นวัตกรรมถือเป็น
กลยุทธ์ที่สำคัญในการแข่งขันของธุรกิจ ดังแนวความคิดของ Low
Swi Pheng ,Pen Ke-Wei [16] ที่มีแนวคิดว่าการจัดการคุณภาพเป็น
อาวุธสำคัญของการแข่งขันในตลาดโลก ทั้งนี้การรักษาคุณภาพของ
ผลิตภัณฑ์ทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาวได้ โดย
วัดจากส่วนแบ่งทางการตลาดและการทำกำไรที่สูงขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า
นวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน [17]

กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า กลยุทธ์ด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำมาใช้เพื่อการเติบโตของ
วิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า กล
ยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่นำมาใช้มากที่สุดคือมีการดำเนินการ
ให้การติดต่อกับลูกค้า เช่น สั่งซื้อ การรับคำสั่งซื้อ มีการมุ่งเน้นให้ใช้
ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเจริญชัย
พรไพเราะพร ที่ศึกษาวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้าง
ความเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของ
ประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่กลุ่ม
ตัวอย่างนำมาใช้เพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ในระดับน้อย คือ
การใช้ระบบ E – commerce การลงทุนในเทคโนโลยีสารสนเทศ และ
การใช้ระบบ E – business ซึ่งโดยภาพรวมแล้ววิสาหกิจชุมชนยังนำ
กลยุทธ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่า
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีสารสนเทศค่อนข้าง
น้อย ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญในด้าน
เทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งหากวิสาหกิจชุมชนให้ความสำคัญกับการใช้
เทคโนโลยีสารสนเทศให้เพิ่มมากขึ้นและสามารถประยุกต์เทคโนโลยี
สารสนเทศในองค์การ ก็จะส่งผลให้บุคลากรมีคุณภาพเพิ่มขึ้นทำให้
กลุ่มสามารถสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว กว่าคู่แข่ง
ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างและธำรงรักษาความสามารถในการแข่งขันของ
ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Fujun Lai xiand
Zhao,Qiang wang [18] ที่กล่าวว่า การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศมี
ผลต่อการได้เปรียบในการแข่งขันของ บริษัท หากองค์การมี
ความสามารถในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสูงก็จะส่งผลต่อความได้เปรียบ
ในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจำเป็นที่จะต้องบูรณาการ
เทคโนโลยีสารสนเทศกับกลยุทธ์ของธุรกิจ และสนับสนุนแนวคิดของ
Chai – Hung Yeh, Gwo – duang Lee, Jung-Chi Pai [19] ที่มี
แนวคิดว่า ชีตความสามารถของระบบสารสนเทศ มีความสำคัญอย่าง
ยิ่งกับคุณภาพของการดำเนินงานด้านกลยุทธ์การจัดการเทคโนโลยี
สารสนเทศ และส่งผลต่อการปฏิบัติงานของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์

2. คุณลักษณะของธุรกิจที่ส่งผลต่อความเติบโตของ วิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

วิสาหกิจชุมชนที่มีคุณลักษณะของธุรกิจ ได้แก่ ลักษณะ
รูปแบบของวิสาหกิจ ระยะเวลาการประกอบกิจการ ทุนจดทะเบียน
ของกิจการ จำนวนสมาชิก และประเภทของกิจการ แตกต่างกัน จะมี
ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ไม่แตกต่างกัน นั่นหมายความว่า ไม่ว่า
ผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะมี ลักษณะรูปแบบของวิสาหกิจ
ระยะเวลาการประกอบการ ทุนจดทะเบียนของกิจการ จำนวนสมาชิก
และประเภทของกิจการเป็นอย่างไร ก็จะไม่ส่งผลต่อความเติบโตของ
วิสาหกิจชุมชนแต่อย่างใด ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ
นันท์นภัส พงศ์โกลคินสถิต [20] ที่ศึกษาเรื่องการบริหารจัดการของ

ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปางผล
การศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการบริหาร
จัดการวิสาหกิจชุมชนในอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง จำแนกตาม
ปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งในภาพรวม และเป็นรายด้านพบว่า ผู้ประกอบการ
ที่มีระยะเวลาที่เข้าเป็นสมาชิก และมีประเภทของวิสาหกิจชุมชน
แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนใน
อำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง โดยภาพรวม และรายด้านไม่
แตกต่างกัน

3. กลยุทธ์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความเติบโตของ วิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านการ
จัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับ
ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน ส่วนกลยุทธ์ด้านนวัตกรรม และกล
ยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีความสัมพันธ์กับความเติบโตของ
วิสาหกิจชุมชน ซึ่งหมายความว่า กลยุทธ์การบริหารจัดการ ด้านการ
จัดการ ด้านการตลาด และด้านการจัดการคุณภาพ เป็นปัจจัยที่ส่งผล
ต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชน โดยผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ
งานวิจัยของ เจริญชัย พรไพเราะพร ซึ่งทำการศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การ
ดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ไทยในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย” ที่พบว่ากลยุทธ์การจัดการ
คุณภาพ กลยุทธ์การบริหารจัดการ และกลยุทธ์การตลาด มี
ความสัมพันธ์ทางบวกกับการเติบโตของอุตสาหกรรมใหม่ไทยในภาค
ตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเติบโตของ
อุตสาหกรรมใหม่ไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทาง
สถิติที่ระดับ 0.05

จากผลการศึกษา อาจกล่าวได้ว่า หากวิสาหกิจชุมชนใน
โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) มีการเติบโตในทิศทางที่ดี
ขึ้น จะขึ้นอยู่กับการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่ดี
อันได้แก่ กลยุทธ์ด้านการจัดการ กลยุทธ์ด้านการตลาด และกลยุทธ์
ด้านการจัดการคุณภาพ และหากผู้ประกอบการสามารถนำกลยุทธ์การ
บริหารจัดการมาใช้ในวิสาหกิจชุมชนมากขึ้น ก็จะส่งผลให้วิสาหกิจ
ชุมชนมีความเติบโตในทางที่ดีขึ้นได้ นอกจากนี้การที่จะประกอบ
กิจการวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้นั้น กลุ่มต้องมีการ
พัฒนา ปรับปรุง หรือหาแนวทางหรือเทคนิคใหม่ ๆ หรือยุทธวิธีที่ดี
ที่สุด ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของตนเองให้ดีที่สุด เพราะ การ
ประกอบวิสาหกิจชุมชน จะต้องมีความรู้ความเข้าใจและต้องการพัฒนา
ผลผลิตให้มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการหรือสร้างความพึงพอใจให้กับ
ผู้บริโภค ซึ่งเพื่อสามารถพัฒนาหรือวางแผน การผลิต การตลาดได้ดีก็
ย่อมสามารถแข่งขันกับธุรกิจอื่นๆ ได้ เพราะวิสาหกิจชุมชนนี้ มีทั้ง
ระดับครอบครัวในเรื่องการแปรรูป ในระดับชุมชนเป็นการขยายผลไป
ยังเพื่อน ๆ ภายในชุมชนได้ รวมทั้ง มีเครือข่ายในการผลิตเพื่อการพึ่งพา
ตนเอง และต้องการให้สามารถนำทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตได้
ด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นความจำเป็นขั้นพื้นฐานของผู้ประกอบการ
วิสาหกิจชุมชนก็ย่อมมีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

7. ข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

7.1.1 ควรมีการพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
ในด้านกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อสร้างบุคลากรที่มีความรู้
และทักษะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งเป็นกลยุทธ์

ที่ผู้ประกอบการนำมาใช้น้อยที่สุด เนื่องจากขาดบุคลากรที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญ

7.1.2 ควรมีการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแต่ละประเภทเพื่อพัฒนาให้เหมาะสมกับความต้องการของตลาดและผู้บริโภค มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง และโดดเด่น อยู่เสมอ โดยจะต้องให้ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงความสำคัญของการนำกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมมาใช้ เพราะจากผลการวิจัย กลุ่มผู้ประกอบการยังนำกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมมาใช้ค่อนข้างน้อย

7.1.3 หน่วยงานภาครัฐควรเป็นศูนย์กลางในการส่งเสริมความสามัคคีและการช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน และความร่วมมือทางวิชาการ เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานไม่ว่าในด้านคุณภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการพัฒนาการตลาด

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

7.2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความต้องการหรือความพึงพอใจของตลาดและกลุ่มเป้าหมายใน การขยายบริการหรือวิสาหกิจให้กว้างขวางและเจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

7.2.2 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต่อ วิธีการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบาล อันจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการนำมาใช้วางแผนการพัฒนาต่อไป

7.2.3 ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะกลยุทธ์การบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอื่น ๆ โดยศึกษาในลักษณะเปรียบเทียบระหว่างวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชน และข้อมูลทางคุณลักษณะอื่นๆ

7.2.4 ควรสนับสนุนการศึกษาวิจัยเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานกิจการวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์การดำเนินงานออกมามี ประสิทธิภาพและเป็นที่ต้องการลูกค้า

8. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้มุ่งศึกษา “กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้าง ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีวัตถุประสงค์ เพื่อ ศึกษาระดับของการใช้กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และศึกษาคุณลักษณะของธุรกิจที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อีกทั้งเพื่อศึกษาปัจจัย กลยุทธ์การบริหารจัดการที่ส่งผลต่อความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจที่จะศึกษาถึง “กลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้าง ความเติบโตของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในจังหวัดนครศรีธรรมราช” และสามารถนำผลการวิจัยมาพัฒนาและปรับปรุงแล้วกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในประเทศไทยต่อไป รวมถึงเพื่อผู้บริหารองค์กรวิสาหกิจชุมชนสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการให้สอดคล้องกับบริบทเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

9. การอ้างอิง

- [1] โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์,กรมส่งเสริมการส่งออก.(2546).กระทรวงพาณิชย์.
- [2] ทศนาวลัย พรหมเสน.(2547).แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์การตลาด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหมแพรวา จ.กาฬสินธุ์.วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะศึกษาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [3] อรรถพล อุสายพันธ์และคณะ.(2546).รูปแบบการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ศูนย์หัตถกรรมทอผ้าจก ตำบลรางบัว อำเภอจอมบึง จังหวัดราชบุรี.คณะวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- [4] สมแก้ว รุ่งโรจน์เกรียงไกรและคณะ.(2547).การจัดการของวิสาหกิจชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในภาคใต้.คณะวิทยาการจัดการ.มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- [5] สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น,กรมการค้าภายใน (2548).กระทรวงพาณิชย์.
- [6] สำนักงานพัฒนาชุมชนนครศรีธรรมราช,กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.(2555). รายงานผลการจดทะเบียนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ประจำปี
- [7] เจริญชัย พรไพโรเพชร.(2552).กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจเพื่อการเติบโตของอุตสาหกรรมไหมไทยในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย.ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต.บริหารธุรกิจ.มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- [8] Lemmink Jos, kasper Hams .(1994).European Journal of Maketing 28.12
- [9] Ahuja .(2012).Inderpreet Singh; International Journal of Business Performance Management.
- [10] พรนพ พุกกะพันธ์.(2544).จริยธรรมทางธุรกิจ.โรงพิมพ์จามจุรีโปรดักชั่น.กรุงเทพฯ.
- [11] Paswan AK. Blankson C. Dugman F. (2011). Relationalism in marketing channels and marketing Strategy. European Journal of Marketing.Vol 45(3);311-333
- [12] Sethi Rajesh .(2000).Journal of Maketing.64.2 : 1-14
- [13] ชฎาพร ไชยศรี.(2552).กลยุทธ์การพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชน แม่บ้านเกษตรกรบ้านผาซ้อ ตำบลห้วยส้ม อำเภอกุระดิง จังหวัดเลย.วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
- [14] Hur Jung, Riyanto Yo hanes.Journal of Economics and Management Strategy 21.3. (2012):707
- [15] Myrra, John W.(2010).Employment Relations Today.37.1 : 51
- [16] Low swi Pheng, Pen Ke-Wei.(1996).Quality and TQM.choorg Y.Lu, Xiamu Zhou.(2000).pp.876-899

- [17] Greenwood Dorothea G.(2010). University of Maryland University College,
- [18] Fujun Lai xiand Zhao,Qiang Wang .(2006).The impact of information technology on the Competitive advantage of Logistics firms in china, Industrial Management and Data System Vol.106.Iss: 9, pp1249-1271
- [19] Chai – Hung Yeh, Gwo – duang Lee, Jung-Chi Pai (2012) “How information system capability offects e- business information technology Strategy implement action. An empirical Study in laiwin” Business Process Management Journal, Vol.18 Iss : 2, pp 197-218
- [20] นันทน์ภัส พงศ์โกคินสถิต.(2552).การบริหารจัดการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองลำปาง จังหวัดลำปาง.วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์.มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร