



Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology

วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/index>

Wat Wang Tawan Tok Nakhon Si Thammarat, Thailand

pp. 1091-1106

บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรทางธุรกิจ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบ
ในการแข่งขันและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย*

THE RELATIONSHIP BETWEEN BUSINESS RESOURCES, COMPETITIVE
ADVANTAGE STRATEGIES AND IMPLEMENTATION OF THE BCG
ECONOMIC MODEL OF COMMUNITY ENTERPRISES
IN CHIANG RAI PROVINCE

กษิตศ ไชผาวัง¹

Kasidit Chaiphawang¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เชียงราย

¹Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University, Chiang Rai, Thailand

¹Corresponding author E-mail: kasidit.crru@crru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและความสัมพันธ์ของทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากคณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย จำนวน 2,472 กลุ่ม โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีผู้ตอบกลับมาทั้งสิ้น 418 คน ผลการศึกษาพบว่า บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (RBV) พบว่า บริบทด้านความมีคุณค่า ด้านความหายาก ด้านความยากในการลอกเลียนแบบ และด้านความสามารถในการจัดการทรัพยากรทั้งหมดอยู่ระดับมาก วิสาหกิจชุมชนมีการใช้กลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนและกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนกลยุทธ์มุ่งตลาดเฉพาะอยู่ในระดับมาก วิสาหกิจชุมชน

* Received 6 December 2022; Revised 29 December 2022; Accepted 30 December 2022

มีการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economy Model) ในภาพรวมและรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจชีวภาพ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนและด้านเศรษฐกิจสีเขียว ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้ง 3 ประเภท ทั้งกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 การเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทุกกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของวิสาหกิจชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ 0.01 เช่นเดียวกัน

คำสำคัญ: ทรัพยากรทางธุรกิจ, กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน , โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี

Abstract

This research article aims to study the nature and relationship of business resources based on the Resource Based View theory, competitive advantage Strategies and the implementation of BCG Economy model, it is a survey research. Data were collected from 2,472 committees and members of community enterprise in Chiang Rai province using online questionnaires. There was a total of 418 respondents. The nature of business resources of community enterprises according to the Resource-Based View theory (RBV) found that the context of value, rareness, imitation and organization is at a high level. They used cost leadership strategy and differentiation strategy at the highest level, as for the focus strategy was at a high level. Community enterprises operate according to the new economic development guideline (BCG Economy Model) in overview and in each aspect, consisting of: Bio economy, Circular economy and Green economy all are at a high level. The relationship of business resources is related to the three types of competitive advantage strategies at a statistical significance level of 0.01. The selection of all competitive advantage strategies correlated with the implementation of BCG Economy model in all aspects at a statistical significance level of 0.01 as well as all business resources.

Keywords: Business Resources, Competitive Strategies, BCG Economy Model

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แก่ประชาชนไทย รัฐบาลได้มีการส่งเสริมให้ประชาชนได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างสรรค์ธุรกิจในระดับชุมชน โดยเริ่มตั้งแต่การรวมตัวของคนในชุมชนเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือสินค้าโอท็อป ที่ได้มีจุดกำเนิดแนวคิดจากประเทศญี่ปุ่น เริ่มตั้งแต่สมัยนายกรัฐมนตรี พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตร และได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของสินค้าโอท็อปให้มีความเป็นมืออาชีพเพิ่มมากขึ้น สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเต็มรูปแบบพัฒนาสู่การเป็นวิสาหกิจชุมชน (สำนักงานพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2560) โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนต่างๆ ได้นำทรัพยากรภายในชุมชนของตนเองมาพัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์และประยุกต์เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจในระดับฐานรากของประเทศและจะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืนในภาพรวมของระบบเศรษฐกิจ โดยล่าสุดกรมส่งเสริมการเกษตรรายงานสถิติการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ณ วันที่ 30 กันยายน 2562 ว่า มีวิสาหกิจชุมชนได้รับอนุมัติจดทะเบียนทั่วประเทศรวมทั้งสิ้น 85,655 แห่ง และมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับอนุมัติจดทะเบียน 492 แห่ง (ธนาคารกรุงเทพ, 2563) แต่ไม่ว่าทุกวิสาหกิจชุมชนที่ก่อตั้งขึ้นจะประสบความสำเร็จเสมอไป บางวิสาหกิจชุมชนก็ไม่สามารถสร้างความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจได้ ซึ่งเกิดจากปัจจัยหลายประการเช่น อุปสรรคในด้านทรัพยากรมนุษย์และองค์ความรู้ หรือความสามารถด้านการตลาดที่เป็นอุปสรรคสำคัญของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (วชิรา ไผ่เจริญมงคล และจิราพร เชียงชนะ, 2565) ; (สนิทดเดช จินตนาและธีระพงษ์ ภูริปาณิก, 2562) นอกจากนี้ส่วนหนึ่งเกิดจากการเริ่มต้นธุรกิจที่ไม่ถูกต้อง วิเคราะห์ศักยภาพของทรัพยากรที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาเป็นสินค้าหรือบริการไม่ถูกต้อง ทำให้ได้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่ไม่ได้คุณภาพและมาตรฐานมาใช้ในการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ทำให้ได้การตอบรับที่จากตลาด รวมถึงการมีสินค้าที่ไม่หลากหลาย (นิภาพรณ เจนสันติกุล, 2561) ดังนั้นการจะทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพย่อมต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ทรัพยากรทางธุรกิจให้ถูกต้องและชัดเจนก่อนลงมือนำไปพัฒนาเป็นสินค้าและบริการต่อไป

แนวคิดที่สำคัญในการวิเคราะห์ทรัพยากรทางธุรกิจขององค์กร ได้แก่ ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource Based View) (Barney, J., 1991) ที่จะเป็นการพิจารณาคุณสมบัติของทรัพยากรต่างๆ ที่องค์กรมีเพื่อใช้ในการวางแผนกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์กร โดย Barney ได้แบ่งคุณสมบัติของทรัพยากรทางธุรกิจออกเป็น 1) ความมีคุณค่า (Valuable) 2) ความหายาก (Rareness) 3) ความยากในการลอกเลียนแบบ (Imitation) และ 4) ความสามารถในการจัดการและควบคุม (Organization) ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ทรัพยากรขององค์กรได้เรียบร้อยแล้ว ก็สามารถจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยองค์กรสามารถเลือกแนวทางการดำเนินกลยุทธ์แบบการเป็นผู้นำทาง

ด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างหรือการมุ่งตลาดเฉพาะ (Porter, M. E., 1985) เพื่อบรรลุเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจ โดยมุมมองฐานทรัพยากรมีอิทธิพลต่อกลยุทธ์ขององค์กรและยังส่งผลต่อผลประกอบการขององค์กรด้วยเช่นกัน (อาทิตยา นิมพาสี, 2563)

นอกจากการวิเคราะห์ทรัพยากรทางธุรกิจแล้ว ยังมีแนวทางการพัฒนาอื่นๆ ที่รัฐบาลพยายามส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้นำมาใช้ในการพัฒนา เพื่อยกระดับการพัฒนาประเทศในแนวทางที่เป็นสากล เช่น โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาที่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เติบโตแบบก้าวกระโดด กระจายโอกาส กระจายรายได้ และนำความมั่งคั่งไปสู่ชุมชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึง นำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง และมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืน ซึ่ง ประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ B- Bio Economy ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เชื่อมโยงกับ C- Circular Economy ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้ G- Green Economy ระบบเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมุ่งแก้ไขปัญหามลพิษเพื่อลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), 2563) เพื่อให้การพัฒนาทุกภาคส่วนของประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสร้างความยั่งยืนให้แก่สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ไปชั่วลูกชั่วหลาน

จังหวัดเชียงราย ปัจจุบันมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่รวมทั้งสิ้น 2,472 กลุ่ม (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) กระจายอยู่ใน 18 อำเภอ ซึ่งล้วนเป็นผลลัพธ์ของการส่งเสริมจากภาครัฐ ได้มีการดำเนินงานตามแนวทางการส่งเสริมของภาครัฐอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model มาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจตามที่รัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายไว้ ด้วยความศักยภาพในด้านพื้นที่ของจังหวัดเชียงรายที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีความหลากหลายทั้งด้านการเกษตร การท่องเที่ยว วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ในการมีทรัพยากรทางธุรกิจที่เป็นปัจจัยนำเข้าที่หลากหลายในการผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้แปรรูปผลผลิตทางการเกษตรทั้งลิ้นจี่ ลำไย สับปะรด หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสาน หรืองานหัตถกรรมต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามการมีทรัพยากรทางธุรกิจที่มีความโดดเด่น ก็ไม่ได้เป็นเครื่องรับรองความสำเร็จของการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนของจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังประสบปัญหาในการดำเนินงานหลายๆ ด้าน เช่น การกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันที่ไม่เหมาะสม ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น (มานิชย์ นวลสระและ

คณะ, 2564) ส่งผลให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดเชียงรายยังไม่สามารถให้ผลลัพธ์เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

ดังนั้นเพื่อศึกษาให้ทราบถึงข้อมูลในการขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาวิจัยบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจที่มีอยู่ว่ามีความสัมพันธ์กับการกำหนดกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ใช้อยู่ในปัจจุบันหรือไม่ รวมถึงการดำเนินงานทั้งหมดสามารถไปตอบสนองหรือสอดคล้องกับโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของรัฐบาลได้หรือไม่อย่างไร และมีแนวทางการดำเนินการส่งเสริมหรือสนับสนุนอย่างไรที่จะทำให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามแนวทางที่รัฐบาลกำหนดไว้ ทำให้เกิดความสำเร็จในการประกอบธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนและมีส่วนหนุนเสริมให้เกิดการพัฒนาประเทศไปพร้อมกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economy Model) ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจ กลยุทธ์ธุรกิจเพื่อการแข่งขันกับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economy Model) ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ประชากรในการศึกษาคครั้งนี้ เป็นคณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ทั้งสิ้น 2,472 กลุ่ม (ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, 2565) แต่เนื่องด้วยจำนวนของคณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งหมดเป็นประชากรที่ไม่ทราบขนาดที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคำนวณของ W.G.Cochran ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 369 คน (สัดส่วนของประชากร (P) เท่ากับ 0.40, ระดับความมั่นใจ (Z) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 เท่ากับ 1.96 และ สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (d) เท่ากับ 0.05)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ซึ่งพัฒนาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ตอนได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 4 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพในวิชาชีพชุมชน และประเภทของวิชาชีพชุมชน

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ทรัพยากรทางธุรกิจของวิชาชีพชุมชนตามแนวทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรของวิชาชีพชุมชนในจังหวัดเชียงรายตามแนวคิดของ (Barney, J., 1991) จำนวน 20 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบบ Likert scale คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตอนที่ 3 กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิชาชีพชุมชนในจังหวัดเชียงรายตามแนวคิดของ (Porter, M. E., 1985) จำนวน 15 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบบ Likert scale คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การดำเนินงานของตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy โมเดลของวิชาชีพชุมชนในจังหวัดเชียงราย เชียงราย ตามข้อมูลของ (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), 2563) จำนวน 15 ข้อ เป็นข้อคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แบบ Likert scale คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อยและน้อยที่สุด ตามลำดับ

โดยข้อคำถามเกี่ยวกับการวิเคราะห์ทรัพยากรธุรกิจ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี แปลค่าความหมายดังนี้ (เดิมศักดิ์ สุขวิบูลย์, 2552)

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

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยได้ร่างข้อคำถามในแบบสอบถาม และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 3 คน ในการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์เพื่อประเมินค่า IOC โดยข้อคำถามจะต้องมีคะแนนไม่น้อยกว่า 0.66 โดยค่า IOC ข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.66 และค่าเฉลี่ยรวมทุกข้อคำถามทั้งฉบับอยู่ที่ 0.91 และได้ทำการทดสอบเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกของกลุ่มวิชาชีพชุมชนในจังหวัดพะเยา รวมทั้งสิ้น 30 ฉบับ เพื่อหาความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามได้ผลลัพธ์ค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาคซ์ อัลฟา เท่ากับ 0.94 ก่อนจะได้แปลงแบบสอบถามดังกล่าวเป็นแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือไปยังหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ สำนักงานเกษตรจังหวัดเชียงราย สำนักงานพัฒนาจังหวัดเชียงราย ในการส่งแบบสอบถามอิเล็กทรอนิกส์ให้แก่คณะกรรมการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงรายในการตอบแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาทั้งสิ้น 418 ฉบับ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ผลข้อมูลการวิจัยจำแนกตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการศึกษาบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า เพื่อสร้างความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 การวิเคราะห์ผลข้อมูลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจ กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า โดยใช้สถิติค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณประกอบด้วย

4.2.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์รายคู่ ประกอบด้วย

- บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
- บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า
- กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า

4.2.2 การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ประกอบด้วย

- บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจ 4 ด้าน และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า
- กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 3 กลยุทธ์และการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจป๊อปปูล่า

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 418 คน เป็นเพศชายร้อยละ 37.6 และเพศหญิง ร้อยละ 62.4 มีอายุระหว่าง 30 - 40 ปี ร้อยละ 28.0 ส่วนใหญ่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชนร้อยละ 59.30 และเป็นวิสาหกิจชุมชนประเภทงานฝีมือและหัตถกรรมร้อยละ 37.80

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานบริบทของทรัพยากรธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (BRV)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
ความมีคุณค่า (Value)	4.16	.46	มาก
ความหายาก (Rareness)	3.83	.65	มาก
ความยากในการลอกเลียนแบบ (Imitation)	4.16	.54	มาก
ความสามารถในการจัดการทรัพยากร (Organization)	4.10	.56	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (RBV) พบว่า ทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ความมีคุณค่า (Value) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 ความหายาก (Rareness) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความยากในการลอกเลียนแบบ (Imitation) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 และความสามารถในการจัดการทรัพยากร (Organization) อยู่ระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ตารางที่ 2 กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	4.27	.46	มาก
กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง	4.31	.51	มาก
กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะ	3.95	.60	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership) อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation) อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะ (Niche Market) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economy)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ความหมาย
แนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy)	4.27	.46	มาก
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)	4.31	.51	มาก
แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)	3.95	.60	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า มีการดำเนินงานตามแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio Economy) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) อยู่ในระดับมาก 4.31 และ แนวคิดเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95

ตารางที่ 4 ค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย

บริบทของทรัพยากร	ผู้นำด้าน ต้นทุน	กลยุทธ์	
		การสร้างความแตกต่าง	การมุ่งตลาดเฉพาะ
ความมีคุณค่า	.503**	.633**	.730**
ความหายาก	.501**	.450**	.622**
ความยากในการลอกเลียนแบบ	.620**	.734**	.661**
ความสามารถในการจัดการ	.541**	.646**	.667**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ทุกบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรทั้งความมีคุณค่า ความหายาก ความยากในการลอกเลียนแบบ และความสามารถในการจัดการ มีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้ง 3 ประเภท ทั้งกลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง และการมุ่งตลาดเฉพาะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย

บริบทของทรัพยากร	โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี		
	เศรษฐกิจชีวภาพ	เศรษฐกิจหมุนเวียน	เศรษฐกิจสีเขียว
ความมีคุณค่า	.954**	.723**	.635**
ความหายาก	.589**	.947**	.714**

ตารางที่ 5 ค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

บริบทของทรัพยากร	โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี		
	เศรษฐกิจชีวภาพ	เศรษฐกิจหมุนเวียน	เศรษฐกิจสีเขียว
ความยากในการลอกเลียนแบบ	.704**	.678**	.683**
ความสามารถในการจัดการ	.678**	.542**	.525**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 5 พบว่า ทุกบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ทั้งความมีคุณค่า ความหายาก ความยากในการลอกเลียนแบบ และความสามารถในการจัดการ มีความสัมพันธ์กับโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีทั้ง 3 ด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจชีวภาพ ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน และด้านเศรษฐกิจสีเขียวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 6 ค่าความสัมพันธ์ของเพียร์สันระหว่างกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของวิสาหกิจชุมชน

กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน	โมเดลเศรษฐกิจบีซีจี		
	เศรษฐกิจชีวภาพ	เศรษฐกิจหมุนเวียน	เศรษฐกิจสีเขียว
การเป็นผู้นำด้านต้นทุน	.509**	.495**	.720**
การสร้างความแตกต่าง	.644**	.583**	.431**
การมุ่งตลาดเฉพาะ	.648**	.745**	.672**

** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

จากตารางที่ 6 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันกับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี (BCG Economy Model) พบว่า การเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทุกกลยุทธ์มีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของบริบทของทรัพยากรทางธุรกิจและการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t	p-value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่	.010	.047		.211	.833		
ความหายาก	.404	.010	.527	38.647	.000	.362	2.766
ความมีคุณค่า	.397	.018	.393	22.421	.000	.597	1.674

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t	P-value	Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
ความยากในการ ลอกเลียนแบบ	.152	.017	.162	8.883	.000	.333	3.007
ความสามารถในการจัดการ	.039	.015	.044	2.694	.007	.410	2.439
R=.977 R ² =.954 F= 2151.325 Adjusted R Square=.954 df=4 p value=<0.001							

ส่วนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีบีซีจีของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงราย พบว่า กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ในภาพรวมส่งผลต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีบีซีจีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงรายได้ร้อยละ 67.10 และมีค่าอำนาจการทำนายเท่ากับ .671 ($R^2=.671$) โดยกลยุทธ์ความเป็นผู้นำด้านต้นทุนจะส่งผลทางบวกต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีบีซีจี ที่ระดับ .256 และกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะจะส่งผลทางบวกที่ระดับ .578 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างไม่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีบีซีจี ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตัวแปรต้น	b	SE	Beta	t	p-value	Collinearity Statistics Tolerance VIF
ค่าคงที่	.558	.145		3.858	.000	
การเป็นผู้มีอำนาจตัดสินใจ	.279	.040	.256	6.967	.000	.589 1.699
การสร้างความคิดสร้างสรรค์	.076	.040	.076	1.884	.060	.484 2.064
การเรียนรู้เฉพาะเจาะจง	.487	.036	.578	13.591	.000	.439 2.276
R=.819 R ² =.671 F= 281.349 Adjusted R Square=.669 df=3 p value=<.001						

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาพบว่า บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงรายทั้งด้านความมีคุณค่า ความหายาก ความยากในการลอกเลียนแบบ และความสามารถในการจัดการทรัพยากร (Organization) อยู่ระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ความหายากของทรัพยากรจะมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด อันอาจเกิดจากวิสาหกิจชุมชนต่างๆ อยู่ในพื้นที่ทางภูมิศาสตร์เดียวกัน ทำให้มีทรัพยากรที่เหมือนหรือคล้ายกัน ส่งผลให้สินค้าที่ผลิตขึ้นมามีลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่มีความแตกต่าง ซึ่งเป็น 1 ในจุดอ่อนของสินค้าโอท็อปของไทย (MARKETING OOPSI, 2562) จึงทำให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดเชียงรายต้องใช้กลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่าง เพื่อขจัดปัญหาหรือจุดอ่อนของทรัพยากรทางธุรกิจของตนเอง เพื่อให้สามารถนำทรัพยากรที่ไม่แตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าหรือบริการที่มีความแตกต่าง ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในประเทศไทยที่มุ่งเน้นการใช้กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง เช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์ (ยุพารักษ์ ชัยเสนาและคณะ, 2565) หรือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดชุมพร (ชัยญานัก หล้าแหล่งและคณะ, 2561) เป็นต้น

การวิเคราะห์บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจกับกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านความยากในการลอกเลียนแบบมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์ธุรกิจด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน อย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากการที่วิสาหกิจชุมชนมีทรัพยากรที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในการควบคุมในเรื่องของต้นทุนในการผลิตสินค้าหรือบริการ หากคู่แข่งต้องการผลิตสินค้าโดยใช้ทรัพยากรแบบเดียวกัน ก็ไม่สามารถดำเนินการได้ หรือจำเป็นต้องจัดซื้อหรือจัดหาจากภายนอกกลุ่มทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ไม่สามารถแข่งขันกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของทรัพยากรเหล่านั้น ซึ่งการที่วิสาหกิจชุมชนสามารถควบคุมต้นทุนได้ก็เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรการที่ทรัพยากรทางธุรกิจมีความยากในการลอกเลียนแบบจะมีส่วนช่วยในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจได้ และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ศิริกร อโนริย์, 2564) ที่พบว่า ปัจจัยความได้เปรียบในการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุนส่งผลและกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่างส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี อย่างมีระดับนัยสำคัญ ซึ่งจากผลการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ก็ยังพบอีกว่า ทรัพยากรที่มีความยากในการลอกเลียนแบบมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับกลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของวิสาหกิจชุมชน การมีทรัพยากรที่ไม่สามารถหาสิ่งใดมาทดแทนหรือทำเลียนแบบมาได้ ย่อมทำให้วิสาหกิจชุมชนมีข้อได้เปรียบในการผลิตสินค้าหรือบริการที่คู่แข่งรายอื่นไม่สามารถดำเนินการได้ นอกจากนี้ยังหมายรวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่วิสาหกิจชุมชนได้นำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เป็นภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษเป็น

สิ่งที่สั่งสมมาเป็นเวลานานหลายชั่วคน จึงยากต่อการลอกเลียนแบบซึ่งนับว่าเป็นอีกปัจจัยความสำเร็จอีกประการของการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน (วิชญ์ บุญนิยมและกล้าณรงค์ สหิธโรด, 2562)

บริบทของควมมีคุณค่าของทรัพยากรทางธุรกิจที่มีความสัมพันธ์สูงกับกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะนั้น เป็นการนำทรัพยากรที่มีคุณค่าหรือมีเอกลักษณ์ไปพัฒนาเป็นสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม หรือ Niche Market เช่น กลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ หรือกลุ่มลูกค้าที่ให้ความสนใจต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะแตกต่างจากลูกค้าทั่วไป แต่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อและเต็มใจซื้อหากสินค้าหรือบริการเหล่านั้นตรงกับความต้องการของตนเอง ดังนั้นการที่วิสาหกิจชุมชนมีทรัพยากรที่มีคุณค่าและนำมาพัฒนาเพื่อนำเสนอให้แก่ของลูกค้าเฉพาะกลุ่มนี้นับว่าเป็นการดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจที่ถูกต้อง ทำให้เกิดความคุ้มค่าของทรัพยากรและไม่เกิดการเสียโอกาสทางธุรกิจ สามารถจำหน่ายสินค้าได้ในราคาที่สูงกว่าสินค้าอื่นๆ ในท้องตลาด และก็มีผู้ซื้อที่มีศักยภาพรองรับอยู่แล้ว มีตลาดที่แน่นอนในการจำหน่ายสินค้า ถึงแม้ว่ากลุ่มลูกค้าเฉพาะนี้จะมีขนาดเล็กแต่สามารถทำกำไรให้กับธุรกิจได้อย่างดี การดำเนินกิจกรรมทางการตลาดมีค่าใช้จ่ายและความรุนแรงในการแข่งขันน้อยกว่าตลาดมวลชน หรือ Mass Market (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2560)

การดำเนินกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน มีผลต่อการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ซึ่งสอดคล้องการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การหมุนเวียนนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะส่งผลให้ต้นทุนของการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนลดลง ทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้ เมื่อวิสาหกิจชุมชนได้มีการดำเนินงานในการบริหารต้นทุนให้มีประสิทธิภาพจะช่วยเพิ่มข้อได้เปรียบหรือขีดความสามารถในการแข่งขัน ป้องกันไม่ให้เกิดสงครามด้านราคา จากคู่แข่งรายอื่นๆ โอกาสในการซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น (ปรีดี นุกูลสมปรารถนา, 2563) นอกจากนี้ การดำเนินตามแนวทางพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ยังมีความสัมพันธ์กับกลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม หรือ Niche market เนื่องจากเป็นแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มุ่งแก้ไขปัญหามลพิษ เพื่อลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการของผู้นับถือเฉพาะกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม การสร้างความแตกต่างของสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้นการรักษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจะทำให้ผู้บริโภคที่มีความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมสามารถตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และเพื่อเป็นการสนับสนุนการปกป้องธรรมชาติ การสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมของตนเอง (สิริพัฒน์ญ ชินเศรษฐพงศ์, 2561) โดยผู้บริโภคจะยอมจ่ายในราคาที่เพิ่มสูงขึ้นเพื่อให้ได้สินค้าหรือบริการที่ตรงกับความต้องการของ

ตนเอง ทำให้วิสาหกิจชุมชนที่มีการใช้กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะสามารถจำหน่ายสินค้าของตนเองได้ ส่งผลให้มีรายได้อย่างต่อเนื่องและสร้างความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจต่อไป

ดังนั้นการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model ของประเทศโดยวิสาหกิจชุมชนควรเริ่มต้นจากการวิเคราะห์บริบทของทรัพยากรทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน เมื่อได้บริบทที่ชัดเจนแล้วควรเลือกกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีความสอดคล้องกับทรัพยากรที่จะถูกนำมาใช้ในการพัฒนาเป็นสินค้าหรือบริการ และวางเป้าหมายในการดำเนินตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีให้สอดคล้องกลยุทธ์ที่ได้เลือกมา เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ในการพัฒนาทั้งในส่วนของผลประกอบการของวิสาหกิจชุมชน การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตามเป้าหมายของรัฐบาลที่วางไว้และก่อให้เกิดความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ สามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและสร้างความยั่งยืนให้แก่ระบบเศรษฐกิจของประเทศอย่างแท้จริง

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากข้อค้นพบในการวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจีตามนโยบายของรัฐบาล จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชนสมควรดำเนินการ วิเคราะห์บริบทของทรัพยากรที่มีอยู่ให้ถูกต้อง ก่อนจะนำมาใช้ในการพัฒนาเป็นสินค้าหรือบริการ โดยเลือกใช้กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่เหมาะสมกับบริบทของทรัพยากรที่มีอยู่ และสินค้าหรือบริการที่จะถูกนำเสนอ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากรของวิสาหกิจชุมชน และเพื่อป้องกันการเสียโอกาสทางธุรกิจ หรือความไม่คุ้มค่าของการใช้ทรัพยากรของวิสาหกิจชุมชน และ การวางแผนการดำเนินงานตามโมเดลเศรษฐกิจบีซีจี หรือ BCG Economy Model ก็ควรออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทของทรัพยากรและกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่กิจการดำเนินการอยู่ เพื่อเป็นการหนุนเสริมซึ่งกันและกัน อันจะทำให้เกิดการพัฒนาทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศต่อเนื่องกันไป และเห็นผลของการพัฒนาที่ชัดเจน

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2560). กลยุทธ์ตลาดสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market). เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://bsc.dip.go.th/th/category/2017-10-27-07-51-56/2017-11-02-08-42-03>
- ชัยญานัก หล้าแหล่งและคณะ. (2561). การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับความได้เปรียบทางการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในพื้นที่ จังหวัดชุมพร. Veridian E-Journal, Silpakorn University, 11(2), 3347-3464.

- เต็มศักดิ์ สุขวิบูลย์. (2552). การพัฒนาเครื่องมือประเภตมาตรประมาณค่า(Rating Scale) ในงานวิจัย. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.ms.src.ku.ac.th/schedule/files/2553/Oct/1217086.doc>
- ธนาคารกรุงเทพ. (2563). วิสาหกิจชุมชน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/community-otop>
- นิภาพรรณ เจนสันติกุล. (2561). ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนพื้นที่จังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 ในบริบทประชาคมอาเซียน. วารสารมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 37(4), 78-87.
- ปรีดี นกุลสมปรารณา. (2563). กลยุทธ์ผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership Strategy). เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.popticles.com/business/cost-leadership-strategy/>
- มานิตย์ นวลสระและคณะ. (2564). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ระดับสากล จังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15(1), 119-134.
- ยุพาภรณ์ ชัยเสนาและคณะ. (2565). การพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการเพื่อสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้า บ้านกุดหว้า จังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 50(9), 50-65.
- ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2565). รายชื่อวิสาหกิจชุมชน/เครือข่ายวิสาหกิจชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 23 ธันวาคม 2565 จาก https://smce.doae.go.th/ProductCategory/SmceCategory.php?region_id=&province_id=57&hur_id=&key_word
- วชิรา ไผ่เจริญมงคล และจิราพร เชียงชนะ. (2565). การศึกษาปัจจัยแวดล้อมที่สนับสนุนการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชน. เรียกใช้เมื่อ 23 ธันวาคม 2565 จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/RCE65.pdf>
- วิชญ์ บุญนิยมและกล้าณรงค์ สทธีรอด. (2562). การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตรและสุโขทัย. วารสารมณีเชษฐาราม วัดจอมมณี, 2(1), 34-45.
- ศิวกร อนันริย์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน และความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตจังหวัดราชบุรี. ใน ดุษฎีนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สนิทเดช จินตนาและธีระพงษ์ ภูมิปาณิก. (2562). ปัญหา ข้อจำกัดและแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย. วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย, 12(3), 179-194.
- สำนักงานพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP). เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://district.cdd.go.th/bangpahan/services/>
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.). (2563). BCG Economy Model. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก https://www.nstda.or.th/home/knowledge_post/what-is-bcg-economy-model/
- สิริพัฒน์ ชินเศรษฐพงศ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค. ใน สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.
- MARKETING OOPS! (2562). 3 จุดอ่อน “OTOP ไทย” กับ 5 เคล็ดลับความสำเร็จ 20 แบรนด์ไทยไม่แพ้ชาติใดในโลก. เรียกใช้เมื่อ 30 ธันวาคม 2565 จาก <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/decoding-the-success-of-thai-local-brand/>
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage : creating and sustaining superior performance. New York: Macmillan.