

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก
Factors Influencing Strengthening Community Enterprises,
Nakhon Nayok Province

รัชญา โสภณอภิกุล¹, สโรชนี ศิริวัฒนา² และ รัชฎา ฟองธนกิจ³
Ratchaya Sopolapikul¹, Srochinee Siri Wattana² and Rachada Fongtanakit³

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand
Corresponding Author, Email: srochinee.si@ssru.ac.th²

Received: 2024-11-18; Revised: 2025-08-09; Accepted: 2025-10-01

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของทักษะความเป็นผู้นำ การจัดการความรู้ นวัตกรรมองค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก รวม 340 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีการสุ่มตัวเลขจากบัญชีสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า ทักษะความเป็นผู้นำ มีอิทธิพลโดยรวมต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการความรู้ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมองค์กร ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเฉพาะอิทธิพลทางตรงพบว่า การจัดการความรู้ อิทธิพลทางตรงต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะความเป็นผู้นำ ความได้เปรียบในการแข่งขัน และนวัตกรรมองค์กร ตามลำดับ ผลของการวิจัยนี้ วิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก สามารถนำข้อค้นพบไปใช้เป็นข้อมูลในการบริหารจัดการ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนของตน

คำสำคัญ: ความเข้มแข็ง, วิสาหกิจชุมชน, ความเป็นผู้นำ

Abstract

This research aims to study the influence of leadership skills, knowledge management, organizational innovation, and competitive advantage on the strength of community enterprises in Nakhon Nayok province. This quantitative research utilized a sample of 340 community enterprise members in Nakhon Nayok province. The sample size was determined using the criterion of 20 times the number of observed variables. Simple random sampling was employed using number randomization from the community enterprise membership registry. Data was collected through questionnaires and analyzed using structural equation modeling. The research findings revealed that leadership skills had the highest total influence on community enterprise strength, followed by knowledge management, competitive advantage, and organizational innovation, respectively. When considering only direct effects, knowledge management had the highest direct influence on community enterprise strength, followed by leadership skills, competitive advantage, and organizational innovation,



respectively. The results of this research can be applied by community enterprises nationwide, particularly those in Nakhon Nayok province, as management information to strengthen their community enterprises.

Keywords: Strength, Community Enterprise, Leadership

บทนำ

วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การประกอบการขนาดเล็กและขนาดจิ๋ว เพื่อจัดการทุนของชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อการพึ่งพาตนเอง และเน้นความพอเพียงในครอบครัวและชุมชน ทุนในที่นี้ไม่ได้หมายถึงแต่เพียงเงิน แต่รวมถึงทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม ให้เกิดประสิทธิภาพและยั่งยืน ยังประโยชน์ให้ชุมชนผู้เป็นเจ้าของวิสาหกิจนั้นเป็นหลัก (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548)

วิสาหกิจชุมชน เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับอาชีพ และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน วิสาหกิจชุมชนจึงเป็นกลุ่มของกิจกรรมที่มีรูปแบบที่หลากหลาย แต่เชื่อมโยงและเกื้อกูลกันไม่ว่าจะเป็นการผลิตสินค้า และกิจกรรมด้านบริการ (พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2548) ดังนี้ 1) การผลิตสินค้า (1.1) เป็นการแปรรูปหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตรที่เป็นอาชีพหลักของคนในชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิตทางการเกษตร (1.2) การทำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรและภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อการพึ่งตนเองหรือเพิ่มรายได้ และ (1.3) การทำสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทดแทนการซื้อจากภายนอกเพื่อลดรายจ่ายและตอบสนองการพึ่งตนเองของชุมชน และ 2) กิจกรรมด้านบริการ เป็นกิจกรรมที่ดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวก และสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับสมาชิกและชุมชน กิจกรรมด้านบริการจึงมีได้หลายรูปแบบ เช่น (2.1) การบริการด้านการเงินและการสะสมทุน (2.2) การบริการด้านการตลาด เช่น ร้านค้าชุมชน ตลาดนัดชุมชน (2.3) การบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น โฮมสเตย์ สปา นวดแผนไทย (2.4) การบริการที่เป็นการสร้างรายได้ การอำนวยความสะดวกหรือแก้ปัญหาให้กับอาชีพหลัก ทั้งนี้ กิจกรรมวิสาหกิจชุมชนของแต่ละชุมชนหรือแต่ละท้องถิ่นอาจต่างกันไปขึ้นกับอาชีพหลัก สภาพแวดล้อม ทรัพยากรหรือความหลากหลายทางชีวภาพ ภูมิสังคม และภูมิปัญญาที่สั่งสมกันมา วิสาหกิจชุมชนจึงมีความสำคัญต่อท้องถิ่น และประเทศ เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นเศรษฐกิจฐานรากโดยรวมของประเทศ (กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2557)

วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ได้มีการดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 โดยเริ่มการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา และจากการสำรวจเมื่อปี พ.ศ. 2554 พบว่าวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก มีจำนวน 352 แห่ง มีจำนวนสมาชิก 5,200 คน (ถาวร ชูพล, 2554) ขณะที่ปัจจุบันจากข้อมูลของกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร (2567) ได้สรุปจำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจดทะเบียนแล้ว (ข้อมูลเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2567) พบว่าวิสาหกิจชุมชนทั้งประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 82,888 แห่ง มีสมาชิก 1,445,773 คน เป็นประเภทการผลิตสินค้าจำนวน 111,871 แห่ง และประเภทการให้บริการ จำนวน 14,750 แห่ง (วิสาหกิจชุมชนสามารถประกอบกิจการได้มากกว่าหนึ่งประเภทกิจการ) เมื่อพิจารณาเฉพาะจังหวัดนครนายก พบว่า มีจำนวนวิสาหกิจชุมชน 347 แห่ง แบ่งเป็น ประเภทการผลิตสินค้า จำนวน 259 แห่ง และประเภทการให้บริการ จำนวน 15 แห่ง มีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 3,822 คน จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า วิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก ยังขาดความเข้มแข็ง เมื่อพิจารณาจาก จำนวนวิสาหกิจชุมชน และจำนวนสมาชิกที่ลดลง

นอกจากนี้ ข้อมูลจากสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) (2567) พบว่าจังหวัดนครนายก มีวิสาหกิจชุมชนที่ถูกประเมินศักยภาพทั้งหมด 241 แห่ง มีศักยภาพระดับดี 102 แห่ง ระดับปานกลาง 104 แห่ง และระดับที่ต้องปรับปรุง 35 แห่ง จะเห็นได้ว่ามากกว่าครึ่งหนึ่งของวิสาหกิจในจังหวัดทั้งหมดยังอยู่ในระดับปานกลาง และต้องปรับปรุง จึงเป็นประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่จะทำให้วิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครนายก ยกระดับขึ้นมา และสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลของทักษะความเป็นผู้นำ การจัดการความรู้ นวัตกรรมองค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีทักษะความเป็นผู้นำ

ภาวะผู้นำ หมายถึง ความมีอิทธิพล (influencing) และความสามารถในการจูงใจ (motivating) บุคคล หรือกลุ่มบุคคล (House, 1999) ตลอดจนสามารถชักนำให้บุคคลอื่นกระทำการใด ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่องค์กรกำหนดไว้ได้ (Yukl, 2013) ภาวะผู้นำจึงเป็นทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรม รวมถึงพันธกิจ เป้าหมายและแผนการดำเนินงานขององค์กร ทักษะของผู้นำ จึงหมายถึง การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เต็มไปด้วยความยุ่งยากซับซ้อนจากการจัดการองค์กร ซึ่งผู้นำที่มีทักษะจะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ในทางกลับกัน ผู้บริหารที่ขาดทักษะความเป็นผู้นำจะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญที่กั้นขวางระหว่างองค์กรกับการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ (Gilley, Gilley, & McMilan, 2009) อุปสรรคดังกล่าว รวมถึง การขาดทักษะในการสื่อสาร การไร้ซึ่งความสามารถในการจูงใจให้ผู้อื่นเปลี่ยนแปลงตาม หรือ ความล้มเหลวในการบริหารจัดการผลตอบแทนแก่พนักงาน (Burke, & Noumair, 2015; Kotter, 1996) ดังนั้น ภาวะผู้นำเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในทุกองค์กร ไม่ว่าจะมีความเล็กหรือใหญ่ ทักษะความเป็นผู้นำจึงมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเข้มแข็งขององค์กรในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการเงิน ด้านการตลาด และการจัดการ รวมถึงการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้

นิยามการจัดการความรู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลาย คือ นิยามของ Nonaka, Toyama, & Konno (2000) ที่กล่าวว่า การจัดการความรู้ คือ กระบวนการในสร้างความรู้ใหม่อย่างต่อเนื่อง จากการก้าวข้ามผ่านขอบเขตความรู้เดิมของตนเองไปสู่บริบทใหม่ ๆ มุมมองใหม่ และองค์ความรู้ใหม่ โดย Nonaka, & Takeuchi (1995) แบ่งความรู้ออกเป็น 2 รูปแบบคือ tacit knowledge และ explicit knowledge

ตัวแบบ SECI Process (Nonaka, et al., 2000) อธิบายการเปลี่ยนรูปแบบของความรู้ซึ่งเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปตลอดเวลา ความรู้แบ่งเป็น 2 แบบคือ ความรู้ที่แฝงในตัวบุคคล (tacit knowledge) และความรู้ชัดแจ้ง (explicit knowledge) ความรู้สองแบบนี้มีการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลในองค์กรและเผยแพร่ต่อไปในสังคม Nonaka, & Takeuchi (1995) ได้จำแนก การจัดการความรู้ออกเป็น 4 องค์ประกอบได้แก่ 1) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (socialization) 2) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (externalization) 3) การรวบรวมความรู้ (combination) และ 4) การผนึกฝังความรู้ (internalization) เรียกว่า SECI model ซึ่งเป็นตัวแบบที่ใช้อธิบายกระบวนการเปลี่ยนแปลงแนวคิดที่ฝังลึกอยู่ในตัวคน (tacit knowledge) มาเป็นความรู้ที่ชัดแจ้ง (explicit knowledge) จนสามารถถ่ายทอดระหว่างกันได้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมองค์กร



นวัตกรรม หมายถึง การเปลี่ยนอย่างมีนัยสำคัญที่ช่วยพัฒนาคุณภาพการบริการ กระบวนการผลิต หรือ แม้แต่สร้างสรรค์คุณค่าใหม่ ๆ ให้กับองค์กร และช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำพองค์กรไปยังแนวทางใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมได้ หากพิจารณาจากบริบทของวิสาหกิจชุมชนจะพบว่า นวัตกรรมมีความเกี่ยวข้องอย่างมากกับการเจริญเติบโตและความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากนวัตกรรมมีส่วนสำคัญในการพัฒนาประสิทธิภาพ ผลผลิต และคุณภาพขององค์กร ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมจึงมีอยู่ในทุกธุรกิจไม่ว่าจะเป็น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย หรือแม้แต่องค์กรของรัฐบาล (Kerr, & Gagliardi, 2003) องค์กรใดที่ไร้ซึ่งนวัตกรรมย่อมไม่สามารถเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง และล่มสลายในที่สุด นวัตกรรมจึงเป็นได้ทั้งสิ่งประดิษฐ์หรือแนวคิดที่ช่วยจัดการ และนำพาชีวิตของพนักงาน รวมถึงองค์กรให้ไปในทิศทางที่ดีขึ้น (Barari, 2015)

Kusiak (2009) อธิบายว่า นวัตกรรม หมายถึง กระบวนการที่มุ่งเป้าเพื่อการพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ความรู้ กระบวนการ หรือบริการใหม่ ๆ โดยอาศัยความรู้ที่มีอยู่หรือความรู้ใหม่เป็นพื้นฐาน (new or even existing knowledge) ในส่วนของนักวิชาการไทย ระบุว่า นวัตกรรมมี 3 รูปแบบ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (product innovation) คือ การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงสินค้าใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณสมบัติในการใช้งาน วิธีใช้งาน หรือยืดอายุการใช้งาน/การเก็บรักษา 2) นวัตกรรมกระบวนการ (process innovation) คือ การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการใช้วัตถุดิบ ระยะเวลา ในการผลิต อัตราการสูญเสีย หรือการปล่อยของเสียจากการผลิต และ 3) นวัตกรรมบริการ (service innovation) คือ การนำนวัตกรรมมาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบและขั้นตอนการให้บริการ เพื่อบริการที่ตรงกับความต้องการลูกค้า โดยเน้นการอำนวยความสะดวก และความรวดเร็วในการเข้ารับบริการ (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2559)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความได้เปรียบในการแข่งขัน

การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นเกิดขึ้นจากการที่องค์กรหนึ่งสร้างความเหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นในตลาดเพื่อรักษาตำแหน่งทางการตลาดของตน (McGinnis, & Vallopra, 1999) Tracey, Vonderembse, & Lim (1999) นิยามว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน คือ สิ่งที่องค์กรสร้างสรรค์ เพื่อให้ยังสามารถรักษาตำแหน่งทางการตลาดที่เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่น ในอีกมุมหนึ่ง ความได้เปรียบในการแข่งขันหมายถึง ความพยายามในการปรับรูปแบบขององค์กรธุรกิจด้วยการสร้างความแตกต่างเพื่อการแข่งขันภายใต้สมรรถนะหลักขององค์กรธุรกิจ (Li, Ragunathan, Ragunathan, & Rao, 2006)

Kotler, & Keller (2016) อธิบายไว้ว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถในการทำงานบางอย่างหรือหลายอย่างที่คู่แข่งไม่สามารถทำตาม หรือไม่มีทางทำตามได้อย่างเด็ดขาด ความได้เปรียบในการแข่งขันจึงกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลให้องค์กรสามารถก้าวผ่านคู่แข่งรายอื่น ๆ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเหนือกว่าให้กับลูกค้าได้ (offers greater value to customers) ทั้งจากการตั้งราคาต่ำ (lower prices) หรือนำเสนอผลประโยชน์ที่เหนือกว่าราคาให้กับลูกค้า (Kotler, & Armstrong, 2014) นักวิชาการบางท่าน (Connor, 2003; Wheel Wright, 1984) มีความเห็นว่า ความได้เปรียบในการแข่งขันนั้นแบ่งออกเป็น 4 แนวทาง ได้แก่ การบริการจัดการราคาและต้นทุน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ความรวดเร็วในการส่งมอบสินค้า และความยืดหยุ่นในการผลิต อย่างไรก็ตาม การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันถือเป็นเรื่องยากในการตัดสินใจของฝ่ายบริหาร เนื่องจากการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเกิดจากการบริหารจัดการราคาและต้นทุน คุณภาพของผลิตภัณฑ์ การส่งมอบสินค้าที่ทันท่วงที และความยืดหยุ่นในการผลิต (Tracey, et al., 1999)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชน และทำให้วิสาหกิจชุมชน ประสบความสำเร็จ ซึ่งความสำเร็จขององค์กร หรือธุรกิจนั้นหมายถึงความสามารถที่จะบรรลุเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ได้กำหนดไว้ (Ngwangwama, Ungerer, & Morrison, 2013) กล่าวได้ว่า ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน หรือความสำเร็จขององค์กร หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์วิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้องค์กรได้รับผลลัพธ์ที่น่าพอใจ (Van Praag, 2003; Marom & Lussier, 2014) อย่างไรก็ตาม แนวทางการปฏิบัติที่ได้รับความนิยมคือ การชี้วัดความสำเร็จขององค์กรจากประสิทธิภาพของการดำเนินงาน (Wang & Wang, 2012) อย่างไรก็ตาม Venkatraman & Ramamnujam (1986) เสนอว่า การวัดประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรนั้น สามารถประเมินได้จาก ผลการดำเนินงานทางการเงิน (financial performance) และประสิทธิผลขององค์กร (organizational effectiveness) ซึ่งต่อมาได้มีการผนวก ผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงิน (non-financial performance) เช่น คุณภาพผลิตภัณฑ์ ประสิทธิภาพทางการตลาด แล้วเรียกรวมกันว่า ผลการดำเนินงานทางธุรกิจ (business performance) เมื่อพิจารณาการศึกษาในบริบทของวิสาหกิจชุมชน ตัวชี้วัดความเข้มแข็ง หรือความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน งานวิจัยของ ชมภูษ หุ่นนาค ปภาวดี มนต์รีวัต และวิพร เกตุแก้ว (2563) ระบุว่า การจัดการวิสาหกิจชุมชนให้มั่นคงและยั่งยืน พิจารณาจาก ด้านการเงิน ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการบริหารกลุ่ม ด้านแรงงาน และด้านการประสานความร่วมมือ ขณะที่ Kenaphoom (2015) ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาประสิทธิผลของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการเสริมสร้างประสิทธิผล ได้แก่ การขยายช่องทางการจัดจำหน่ายในแบบสมัยใหม่ ซึ่งหมายถึง วิสาหกิจต้องมีความเข้มแข็งด้านการตลาด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก รวม 340 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้เกณฑ์ 20 เท่าของตัวแปรสังเกต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย ด้วยวิธีการสุ่มตัวเลขจากบัญชีสมาชิกวิสาหกิจชุมชน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.80-1.00 ความเชื่อถือได้ของมาตรวัด พบว่า พบว่า สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้ (Cronbach's alpha) ของมาตรวัดตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีค่าระหว่าง 0.807 ถึง 0.988 และทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.989 และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย

อิทธิพลของทักษะความเป็นผู้นำ การจัดการความรู้ นวัตกรรมองค์กร และความได้เปรียบในการแข่งขัน ที่มีต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

การตรวจสอบความเชื่อถือได้ (reliability) ขององค์ประกอบมาตรวัดด้วย ค่า composite reliability (CR) ใช้เพื่อประเมินความเชื่อถือได้ของตัวแปรแฝง และตรวจสอบว่าตัวแปรสังเกตที่ใช้วัดตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์กัน ด้วยค่า average variance extracted (AVE) ดังตาราง 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้และความถูกต้องขององค์ประกอบมาตรวัด

ตัวแปรแฝง	λ	CR	AVE
ทักษะความเป็นผู้นำ (LEADSK)	0.70-0.87	0.854	0.662
การจัดการความรู้ (KNMAG)	0.65-0.80	0.819	0.532
นวัตกรรมองค์กร (ORINNO)	0.67-0.75	0.764	0.520
ความได้เปรียบในการแข่งขัน (COMAVT)	0.71-0.82	0.856	0.598

ตัวแปรแฝง	λ	CR	AVE
ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน (STRENG)	0.77-0.83	0.845	0.646

จากตารางที่ 1 พบว่า การตรวจสอบความเชื่อถือได้และความถูกต้องขององค์ประกอบมาตรวัด พบว่ามาตรวัดทุกตัวสามารถวัดตัวแปรแฝงได้ดี และมีความเชื่อถือได้สูง ดังนั้น มาตรวัดของตัวแปรแฝงทุกตัวสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์สมการโครงสร้างได้

ผลจากการวิเคราะห์แบบจำลอง เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วพบว่า ตัวชี้วัดการเข้าได้ดีกับข้อมูลทุกตัว และผ่านเกณฑ์ของอัตราเข้าได้ดีกับข้อมูลตามที่นักวิชาการ (Schumacker & Lomax, 2010) ที่พัฒนาเกณฑ์เหล่านี้ได้กำหนดไว้ทั้งสิ้น หมายความว่าข้อมูลเชิงประจักษ์กับแบบจำลองเข้ากันได้ดี (good fit) มีรายละเอียดดังนี้ (1) ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (Chi-square/df) = 1.628 (2) GFI = 0.944 (3) AGFI = 0.919 (4) NFI = 0.943 (5) NNFI = 0.971 (6) CFI = 0.977 (7) RMR = 0.009 (8) RMSEA = 0.043 และ (9) CN = 258

ผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (structural equations)

ตารางที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	β	S.E.	t	
STRENG	<--- LEADSK	0.38	0.067	5.973	R ² = 0.73
STRENG	<--- KNMAG	0.55	0.090	5.979	
STRENG	<--- ORINNO	0.80	0.041	2.499	
STRENG	<--- COMAVT	0.21	0.072	2.798	

จากตารางที่ 2 พบว่า ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก (1) ทักษะความเป็นผู้นำ (2) การจัดการความรู้ (3) นวัตกรรมองค์กร และ (4) ความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ได้ร้อยละ 73

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	β	S.E.	t	
COMAVT	<--- LEADSK	0.22	0.091	2.686	R ² = 0.56
COMAVT	<--- KNMAG	0.42	0.089	4.787	
COMAVT	<--- ORINNO	0.25	0.066	4.148	

จากตารางที่ 3 พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก (1) ทักษะความเป็นผู้นำ (2) การจัดการความรู้ และ (3) นวัตกรรมองค์กร โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้ร้อยละ 56

ตารางที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมองค์กร

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	β	S.E.	t	
ORINNO	<--- LEADSK	0.21	0.106	2.023	R ² = 0.20
ORINNO	<--- KNMAG	0.27	0.100	2.539	

จากตารางที่ 4 พบว่า นวัตกรรมองค์กร ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก (1) ทักษะความเป็นผู้นำ และ (2) การจัดการความรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายนวัตกรรมองค์กร ได้ร้อยละ 20

ตารางที่ 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการความรู้

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ	β	S.E.	t	
KNMAG	<--- LEADSK	0.21	0.076	10.405	R ² = 0.53



จากตารางที่ 5 พบว่า การจัดการความรู้ ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ทักษะความเป็นผู้นำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ในการอธิบายการจัดการความรู้ ได้ร้อยละ 53

ตารางที่ 6 อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวม

ตัวแปรตาม	ตัวแปรอิสระ					R ²
	อิทธิพล	LEADSK	KNMAG	ORINNO	COMAVT	
KNMAG	DE	0.21	-	-	-	0.53
	IE	-	-	-	-	
	TE	0.21	-	-	-	
ORINNO	DE	0.21	0.27	-	-	0.20
	IE	0.20	-	-	-	
	TE	0.41	0.27	-	-	
COMAVT	DE	0.22	0.42	0.25	-	0.56
	IE	0.41	0.07	-	-	
	TE	0.63	0.49	0.25	-	
STRENG	DE	0.38	0.55	0.08	0.21	0.73
	IE	0.52	0.12	0.05	-	
	TE	0.90	0.67	0.13	0.21	

จากตารางที่ 6 พบว่า ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน (STRENG) ได้รับอิทธิพลทางตรงจากการจัดการความรู้ (KNMAG) มากที่สุด รองลงมาคือ ทักษะความเป็นผู้นำ (LEADSK) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (COMAVT) และนวัตกรรมองค์กร (ORINNO) ตามลำดับ

อิทธิพลทางอ้อมพบว่า ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน (STRENG) ได้รับอิทธิพลทางอ้อมจาก ทักษะความเป็นผู้นำ (LEADSK) มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการความรู้ (KNMAG) และนวัตกรรมองค์กร (ORINNO) ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวม พบว่า ทักษะความเป็นผู้นำ (LEADSK) มีอิทธิพลโดยรวมต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน (STRENG) มากที่สุด รองลงมาคือ การจัดการความรู้ (KNMAG) ความได้เปรียบในการแข่งขัน (COMAVT) และนวัตกรรมองค์กร (ORINNO) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ทักษะความเป็นผู้นำ มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน มากที่สุด อธิบายได้ว่า การสื่อสารที่ดีช่วยให้สมาชิกในวิสาหกิจสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้สามารถแก้ไขปัญหาและตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและถูกต้อง ช่วยให้วิสาหกิจสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้สนับสนุน ผู้นำที่มีทักษะในการจูงใจสามารถกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจให้กับสมาชิกในวิสาหกิจได้ ทำให้สมาชิกมีความกระตือรือร้นและพร้อมที่จะทำงานให้กับวิสาหกิจด้วยความมุ่งมั่นและตั้งใจ การมีสมาชิกที่มีแรงจูงใจสูงย่อมส่งผลให้การดำเนินงานของวิสาหกิจมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความเข้มแข็งในด้านต่าง ๆ และผู้นำที่มีทักษะการจัดการที่ดีสามารถวางแผนและบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการที่ดีช่วยให้วิสาหกิจสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่าและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตและการบริการ การจัดการที่ดีทำให้วิสาหกิจมีการเงินที่มั่นคงและการตลาดที่แข็งแกร่ง



ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยการอ้างอิงถึงแนวคิดและทฤษฎีของนักวิชาการหลายท่าน ดังนี้ แนวคิดการสื่อสารของ Schein (2010) แนวคิดนี้เน้นความสำคัญของการสื่อสารในองค์กร การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพช่วยให้สมาชิกในวิสาหกิจสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกัน แนวคิดการจัดการของ Drucker (1999) ที่เน้นความสำคัญของการจัดการที่มีประสิทธิภาพในการบริหารองค์กร ผู้นำที่มีทักษะการจัดการสามารถวางแผนและบริหารทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ เพราะการจัดการที่ดีช่วยให้วิสาหกิจมีการดำเนินงานที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kouzes, & Posner (2007) ที่แสดงให้เห็นว่าภาวะผู้นำที่ดีประกอบด้วย การสื่อสารที่ชัดเจน การจูงใจทีมงาน และการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งทั้งหมดนี้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสำเร็จในองค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yukl (2013) ที่เน้นว่าผู้นำที่มีทักษะในการจูงใจสามารถเพิ่มความมุ่งมั่นและประสิทธิภาพการทำงานของสมาชิกในทีมได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Northouse (2018) ได้กล่าวถึงความสำคัญของทักษะการจัดการของผู้นำในการสร้างประสิทธิภาพในองค์กร ผู้นำที่มีทักษะการจัดการที่ดีสามารถวางแผนและบริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งตรงกับผลการวิจัยที่พบว่าทักษะการจัดการมีผลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน

2. การจัดการความรู้ มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากการจัดการความรู้เป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนาองค์กร การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างสมาชิกในองค์กร ทำให้สมาชิกมีความเข้าใจในบริบทและสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในวิสาหกิจ การรวบรวมความรู้ช่วยให้วิสาหกิจสามารถสร้างนวัตกรรมและแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงาน และการฝึกฝังความรู้ เป็นกระบวนการที่ทำให้ความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนและรวบรวมกลายเป็นส่วนหนึ่งของทักษะและความสามารถของสมาชิกในวิสาหกิจ สอดคล้องกับทฤษฎีการจัดการความรู้ของ Nonaka, & Takeuchi (1995) ที่ได้เสนอทฤษฎี SECI ซึ่งประกอบด้วย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (socialization) การสกัดความรู้ออกจากตัวคน (externalization) การรวบรวมความรู้ (combination) และการฝึกฝังความรู้ (internationalization) โดยทฤษฎีนี้ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์กรสามารถช่วยสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ แนวคิดการจัดการความรู้เชิงปฏิบัติของ Davenport, & Prusak (1998) ได้เน้นถึงความสำคัญของการแลกเปลี่ยนความรู้และการสกัดความรู้จากบุคคลเพื่อสร้างฐานความรู้ที่มั่นคงในองค์กร แนวคิดนี้ชี้ให้เห็นว่าการแลกเปลี่ยนความรู้ (socialization) และการสกัดความรู้ (externalization) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยให้สมาชิกในองค์กรสามารถนำความรู้ไปใช้ในการพัฒนากระบวนการและผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Holsapple, & Joshi (2002) พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสกัดความรู้จากตัวคนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร สอดคล้องกับ Gold, Malhotra, & Segars (2001) ที่พบว่า การรวบรวมความรู้และการฝึกฝังความรู้ช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในตลาด รวมถึงงานของ Chuang (2004) ที่พบว่า การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการรวบรวมความรู้เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยในการเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์และประสิทธิภาพขององค์กร และงานของ Lee, & Choi (2003) พบว่าการสกัดความรู้จากตัวคนและการฝึกฝังความรู้เป็นปัจจัยที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในระยะยาว

3. ความได้เปรียบในการแข่งขัน มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากการบริหารจัดการต้นทุนที่ดีช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน คุณภาพผลิตภัณฑ์ที่สูงยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า การมีความยืดหยุ่นในการผลิตทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไปของตลาดได้อย่างรวดเร็ว การมีความเชื่อถือได้ในการส่งมอบสินค้าทำให้ลูกค้ามั่นใจว่าสินค้าจะถึงมืออย่างตรงเวลาและในสภาพที่ดี ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Porter (1985) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขัน (competitive advantage) ซึ่ง

ประกอบด้วย การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง (differentiation) และการบริหารจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ (cost leadership) นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Swink, Narasimhan, & Kim (2005) ได้ชี้ให้เห็นว่าความยืดหยุ่นในการผลิตมีความสำคัญในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ทำให้องค์กรสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันได้ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Gunasekaran, Patel, & McGaughey (2004) แสดงให้เห็นว่าความเชื่อถือได้ในการส่งมอบสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า รวมถึงงานวิจัยของ Prajogo, & Sohal (2006) พบว่า การมีผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงมีผลโดยตรงต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yusuf, Gunasekaran, & Abthorpe (2004) ที่พบว่า ความยืดหยุ่นในการผลิตช่วยให้องค์กรสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขัน

4. นวัตกรรมองค์กร มีอิทธิพลต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน เป็นเพราะว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ให้มีคุณภาพและคุณค่าเพิ่มขึ้น การนำเทคโนโลยีใหม่ หรือกระบวนการที่ปรับปรุงมาใช้ในวิสาหกิจชุมชนสามารถช่วยลดต้นทุน เพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการผลิต การนำแนวทางการบริหารจัดการใหม่ ๆ และทันสมัยมาปรับใช้ สามารถช่วยให้วิสาหกิจสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและสิ่งแวดล้อมได้อย่างรวดเร็ว ผลการวิจัยข้างต้นยังสอดคล้องกับทฤษฎี dynamic capabilities ซึ่งเน้นถึงความสามารถขององค์กรในการปรับตัวและสร้างนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในตลาด การสร้างนวัตกรรมในด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการ ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Teece, Pisano, & Shuen, 1997) ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (diffusion of innovation) ที่อธิบายว่าการนำเอานวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กรจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการ ที่นำมาใช้ในวิสาหกิจชุมชนช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Rogers, 2003) แนวคิด Innovation Management ของ Tidd, & Bessant (2013) ที่เน้นถึงความสำคัญของการจัดการนวัตกรรมในองค์กร โดยการสร้างและนำเอานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการมาใช้ในองค์กรสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมาของ Damanpour, & Gopalakrishnan (2001) พบว่าการนำเอานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และกระบวนการมาใช้ในองค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Calantone, Cavusgil, & Zhao (2002) พบว่าบริษัทที่มีนวัตกรรมและการปรับตัวทางการตลาดที่ดีสามารถเพิ่มยอดขายและรายได้ได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Prajogo, & Sohal (2006) พบว่า การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมด้านกระบวนการ สามารถเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและความเข้มแข็งขององค์กรในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ว่า ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการผสมผสานของปัจจัยหลายด้านที่มีความสัมพันธ์กันทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงมากที่สุดคือการจัดการความรู้ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าวิสาหกิจชุมชนที่มีระบบการรวบรวม ถ่ายทอด และใช้ประโยชน์จากความรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสามารถสร้างความมั่นคงและความยั่งยืนให้กับองค์กรได้อย่างเด่นชัด ขณะเดียวกันทักษะความเป็นผู้นำมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในเชิงอิทธิพลทางอ้อม เนื่องจากผู้นำที่มีวิสัยทัศน์



และทักษะการบริหารสามารถขับเคลื่อนการจัดการความรู้ การพัฒนานวัตกรรม และการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันให้เกิดผลลัพธ์ที่เสริมความเข้มแข็งขององค์กรได้มากขึ้น

นอกจากนี้ ความได้เปรียบในการแข่งขันและนวัตกรรมองค์กรแม้จะมีอิทธิพลน้อยกว่าปัจจัยอื่น แต่ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนให้สามารถปรับตัวและเติบโตในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เมื่อพิจารณาอิทธิพลรวมแล้ว พบว่าทักษะความเป็นผู้นำเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดต่อความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้การจัดการความรู้จะเป็นเครื่องมือที่ทรงพลัง แต่การมีผู้นำที่สามารถใช้เครื่องมือนี้ได้เหมาะสมและเชื่อมโยงกับปัจจัยอื่น จะทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาอย่างยั่งยืนและแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สถาบันพัฒนาบุคลากรควรมีการจัดโปรแกรมการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำสำหรับผู้ประกอบการและประธานวิสาหกิจชุมชน เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการสื่อสาร การจูงใจ และการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการฝึกอบรมควรมีรูปแบบที่หลากหลาย เนื่องจากทักษะความเป็นผู้นำที่แข็งแกร่งจะช่วยสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิกในองค์กร ส่งผลให้เกิดความร่วมมือและความกระตือรือร้นในการทำงาน และผลักดันการทำงานเป็นทีม ทำให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถตอบสนองต่อความท้าทายต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ ควรสนับสนุนการสร้างและพัฒนากระบวนการจัดการความรู้ภายในองค์กร โดยการจัดทำแพลตฟอร์มสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการบันทึกข้อมูลความรู้ เนื่องจากการจัดการความรู้ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้สมาชิกในองค์กรสามารถเข้าถึงข้อมูล และความรู้ที่จำเป็นในการทำงาน ส่งเสริมการพัฒนาทางธุรกิจอย่างยั่งยืน

3. สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ ควรสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ กระบวนการ และการบริหารจัดการ โดยการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรม และการให้คำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ เพราะนวัตกรรมช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ส่งผลให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น

5. กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ควรวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขัน เช่น การบริหารจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาความเชื่อถือได้ในการส่งมอบสินค้า เนื่องจากความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถยืนหยัดในตลาดได้

6. หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสนับสนุนด้านเงินทุน การพัฒนาองค์ความรู้และเทคโนโลยี และการส่งเสริมการตลาด ควรมีการทบทวนและปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน รวมถึงการกำหนดนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่ชัดเจนและต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในครั้งต่อไปสามารถต่อยอดไปยังหัวข้อวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. นโยบายภาครัฐต่อวิสาหกิจชุมชนกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน การศึกษานี้จะช่วยให้เห็นว่าการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น เงินทุนและนโยบายส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนมีผลต่อความยั่งยืนและการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนอย่างไร

2. ความสำคัญของเครือข่ายและการร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน การศึกษาความร่วมมือและการสร้างเครือข่ายระหว่างวิสาหกิจชุมชนสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กรและช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาด

3. การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน การศึกษาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการจะช่วยให้เข้าใจว่าเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2557). *การประกอบการวิสาหกิจชุมชนเพื่อรองรับการเข้าสู่ AEC*. กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (2567). *ผลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน ตัดยอด 31 มีนาคม 2567*. ค้นเมื่อ 28 เมษายน 2567, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/STC/310367.pdf>.
- ชมภูนุช หุ่นนาค ปภาวดี มนต์รีวัต และวิพร เกตุแก้ว. (2563). แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชน: ศึกษาเฉพาะกรณีศูนย์สาธิตการเกษตรร้านค้าชุมชน ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสารผู้ตรวจการแผ่นดิน*, 13(2), 21-53.
- ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์. (2559). นวัตกรรมบริการ: กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันขององค์กรธุรกิจบริการ. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 14(2), 13-24.
- ถาวร ชูพล. (2554). *รายงานข้อมูลวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครนายก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2567, จาก <http://www.sceb.doae.go.th/Documents/datachw/นครนายก.pdf>
- พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548. (2548, มกราคม 8). *ราชกิจจานุเบกษา* 122 (6ก), 319-327.
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2567). *จำนวนวิสาหกิจชุมชน แยกตามระดับศักยภาพ ปี 2566*. ค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2567, จาก <https://data.go.th/dataset/community-enterprise>.
- Barari, R. (2015). The effect role of knowledge management on organizational innovation in University of Iran. *International Journal of Educational and Psychological Researches*, 1(2), 87-95.
- Burke, W. W., & Noumair, D. A. (2015). *Organization development: A process of learning and changing*. New Jersey: FT Press.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Chuang, S. H. (2004). A resource-based perspective on knowledge management capability and competitive advantage: An empirical investigation. *Expert Systems with Applications*, 27(3), 459-465.
- Connor, T. (2003). Managing for competitiveness: A proposed model for managerial focus. *Strategic Change*, 12(4), 195-207.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (2001). The dynamics of the adoption of product and process innovations in organizations. *Journal of Management Studies*, 38(1), 45-65.

- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Drucker, P. (1999). *Management challenges for the 21st century*. New York: Harper Collins.
- Gilley, A., Gilley, J. W., & McMillan, H. S. (2009). Organizational change: Motivation, communication, and leadership effectiveness. *Performance Improvement Quarterly*, 21(4), 75-94.
- Gold, A. H., Malhotra, A., & Segars, A. H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214.
- Gunasekaran, A., Patel, C., & McGaughey, R. E. (2004). A framework for supply chain performance measurement. *International Journal of Production Economics*, 87(3), 333-347.
- Kenaphoom, S. (2015). The approach for developing the effectiveness of the small and micro of community enterprise (SMCE) in Maha Sara Kham Province. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, 2(3), 68-85.
- Kerr, B. & Gagliard, C. (2003). Measuring creativity in research and practice. In: Lopez SJ, Synder CR, editors. *Positive psychological assessment: A hand book of models and measures*. Washington DC: American Psychological Association.
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2007). *The leadership challenge*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Holsapple, C. W., & Joshi, K. D. (2002). Knowledge manipulation activities: Results of a Delphi study. *Information & Management*, 39(6), 477-490.
- Kotter, J. P. (1996). *Leading change*. New Jersey: Harvard business press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- House, R. J. (1999). Weber and the neo-charismatic leadership paradigm: A response to Beyer. *The Leadership Quarterly*, 10(4), 563-574.
- Kusiak, A. (2009). Innovation: A data-driven approach. *International Journal of Production Economics*, 122(1), 440-448.
- Lee, H., & Choi, B. (2003). Knowledge management enablers, processes, and organizational performance: An integrative view and empirical examination. *Journal of Management Information Systems*, 20(1), 179-228.
- Li, S., Ragu-Nathan, B., Ragu-Nathan, T. S., & Rao, S. S. (2006). The impact of supply chain management practices on competitive advantage and organizational performance. *Omega*, 34(2), 107-124.
- Marom, S., & Lussier, R. N. (2014). A business success versus failure prediction model for small businesses in Israel. *Business and Economic Research*, 4(2), 63-81.
- McGinnis, M. A. & Vallopra, R. M. (1999). Purchasing and supplier involvement in process improvement: a source of competitive advantage. *Journal of Supply Chain Management*, 35(4), 42-50.
- Ngwangwama, M. M., Ungerer, M., & Morrison, J. (2013). An exploratory study of key success factors for business success of companies in the Namibian tertiary industry. *International Journal of Innovations in Business*, 2(6), 604-629

- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. New York: Oxford University Press.
- Nonaka, I., Toyama, R., & Konno, N. (2000). SECI, Ba and leadership: A unified model of dynamic knowledge creation. *Long Range Planning*, 33(1), 5-34.
- Northouse, P. G. (2018). *Leadership: Theory and practice* (8th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Prajogo, D. I., & Sohal, A. S. (2006). The relationship between organization strategy, total quality management (TQM), and organization performance-the mediating role of TQM. *European Journal of Operational Research*, 168(1), 35-50.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- Schein, E. H. (2010). *Organizational culture and leadership* (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Swink, M., Narasimhan, R., & Kim, S. W. (2005). Manufacturing practices and strategy integration: Effects on cost efficiency, flexibility, and market-based performance. *Decision Sciences*, 36(3), 427-457.
- Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Tidd, J., & Bessant, J. (2013). *Managing innovation: Integrating technological, market and organizational change* (5th ed.). Wiley.
- Tracey, M., Vonderembse, M. A., & Lim, J. S. (1999). Manufacturing technology and strategy formulation: Keys to enhancing competitiveness and improving performance. *Journal of Operations Management*, 17(4), 411-428.
- Van Praag, C. M. (2003). Business survival and success of young small business owners. *Small Business Economics*, 21(1), 1-17.
- Venkatraman, N. & Ramamnujam, V. (1986). Measurement of business performance in strategy research: A comparison of approaches. *The Academy of Management Review*, 11(4), 801-814.
- Wang, Z., & Wang, N. (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39(10), 8899-8908.
- Wheel Wright, S. C. (1984). Manufacturing strategy: Defining the missing link. *Strategic Management Journal*, 5(1), 77-91.
- Yukl, G. (2013). *Leading in organizations* (8th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Yusuf, Y. Y., Gunasekaran, A., & Abthorpe, M. S. (2004). Enterprise information systems project implementation: A case study of ERP in Rolls-Royce. *International Journal of Production Economics*, 87(3), 251-266.