

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

จากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ตกต่ำอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กลางปี 2539 ทำให้ภาคธุรกิจของประเทศไทยเป็นจำนวนมากได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ธุรกิจขนาดใหญ่ในประเทศไทยขาดสภาพคล่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ รวมทั้งอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมซึ่งยังมีความอ่อนแอทางด้านเทคโนโลยีการผลิต การจัดการ และการตลาด ถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะมีประสบการณ์จากการดำเนินการมาเป็นระยะเวลานาน แต่ยังคงขาดความสามารถที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีพื้นฐานอุตสาหกรรมที่หลากหลาย และมีศักยภาพที่จะปรับและขยายตัว เช่น อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องหนัง สิ่งทอและเสื้อผ้าสำเร็จรูป เซรามิก อัญมณี และเครื่องเรือน เป็นต้น จึงยังมีโอกาสที่จะค้นพบช่องทางธุรกิจที่มีศักยภาพสูง ประกอบกับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมารัฐบาลกำหนดนโยบายในการสร้างยุทธศาสตร์ใหม่ให้กับกลุ่มหัตถกรรม หัตถอุตสาหกรรม และหัตถศิลป์ ทำให้มีกระบวนการช่วยเหลือสนับสนุนในทุกรูปแบบจากหลายองค์กรสู่ระบบรากหญ้า ทั้งการจัดอบรมสัมมนา การช่วยเหลือด้านการตลาด และมีเงินให้กู้เพื่อการลงทุน ทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับรูปแบบจากที่เน้นผลิตสินค้าให้มีราคาถูกจากการผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass production) มาเป็นการวิจัยพัฒนาเพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า (Value creation) ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์สำคัญของรัฐบาลโดยส่งเสริมให้เน้นการออกแบบเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในตลาดโลก จึงยังมีโอกาสอยู่มากที่จะค้นพบช่องทางธุรกิจที่มีศักยภาพสูง การบริหารการตลาดและการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการที่เหมาะสม วิธีการจัดที่ปรึกษาด้านการบริหารธุรกิจ ระดมความช่วยเหลือ คำแนะนำในการแก้ไขปัญหาและปรับปรุงกิจการจำเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้วิสาหกิจชุมชนซึ่งเป็นวิสาหกิจที่มีขนาดกลางและเล็กได้มีโอกาสเติบโตและขยายตลาดสู่ประชาคมอาเซียนได้

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว แต่การพัฒนาดังกล่าวเป็นการพัฒนาแบบทุนนิยม จึงทำให้เกิดปัญหาทางสังคมและการเมือง ตลอดจนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่การทำลายตนเองของมนุษย์ในที่สุด ไม่ได้เน้นถึงการพัฒนาทางด้านจริยธรรมที่เกิดจากความซื่อสัตย์สุจริต ความขยันหมั่นเพียร ความอดทนและการแบ่งปัน เน้นความสุขที่เกิดจากจิตใจ มากกว่าความสุขที่เกิดจากการได้ใช้วัตถุแต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธวัตถุแต่ใช้ในระดับพอเพียง ทำให้สังคมประสบปัญหาในเรื่องของคนและการขาดคุณธรรมจริยธรรมก่อให้เกิดปัญหาทางสังคมตามมาอีกมากมายไม่ว่าจะเป็นปัญหา การเอารัดเอาเปรียบจากผู้ด้อยโอกาสทางการค้า การละเมิดลิขสิทธิ์ทางการค้า ปัญหาด้านทรัพยากรธรรมชาติ คุณธรรมจริยธรรมนี้ยังส่งผลต่อภาคธุรกิจ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการผลิต การบริการหรือการพาณิชย์ต่าง ๆ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนในท้องถิ่น โดยทำการจัดตั้งเทศบาลและองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) เข้ามาดูแลส่งเสริม

การดำเนินกลุ่มอาชีพธุรกิจชุมชนให้มีศักยภาพในเชิงธุรกิจ ซึ่งเป็นการกระจายอำนาจจากส่วนกลาง ทำให้ท้องถิ่นสามารถบริหารงานพัฒนาท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วและตรงจุดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่ทำงานใกล้ชิดกับชุมชนโดยได้กำหนดให้มีการแต่งตั้งกรรมการและผู้บริหารจากการเลือกตั้งของประชาชน ด้วยเหตุนี้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงสามารถทราบถึงปัญหา ตลอดจนศักยภาพที่แท้จริงของชุมชนมากที่สุด จึงถือได้ว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานหลักอันมีความสำคัญยิ่งของชุมชน เป็นหน่วยงานที่มีทั้งศักยภาพ ความรู้ ความสามารถ และงบประมาณ หากการประสานความร่วมมือกับชุมชนในท้องถิ่นจะเกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจชุมชนอย่างแท้จริงแล้ว ผนวกกับการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจชุมชนจะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง

อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตความรับผิดชอบทั้งหมด 11 ตำบล 92 หมู่บ้าน ประชากรทั้งสิ้นจำนวน 88,835 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง อำเภอแม่ริม, 2557) มีการลงทะเบียน โอท็อป จำแนกตามประเภทผู้ผลิต 3 ประเภท ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของรายเดียว และกลุ่ม SMEs และสามารถแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ประเภทอาหาร ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา เครื่องใช้เครื่องตกแต่งภายในบ้าน ซึ่งมีพัฒนาชุมชนอำเภอแม่ริมเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการให้การสนับสนุนกิจกรรมดำเนินธุรกิจต่าง ๆ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนเป็นนโยบายการดำเนินงาน เพื่อลดความยากจน และนำไปสู่การจ้างงานสร้างรายได้ลดค่าใช้จ่ายให้แก่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอกับรายจ่ายอันจะนำไปสู่การพอกินพอกินสามารถ ดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพชีวิตที่ดี จากการอนุรักษ์ฟื้นฟูต่อยอดภูมิปัญญาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์จากชุมชนสู่ตลาดที่กว้างมากขึ้น อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจะต้องมุ่งเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขัน (Competitiveness) ของธุรกิจโดยปรับเปลี่ยนแนวคิดและเทคนิคการจัดการที่มุ่งเน้นการพิจารณาสภาพแวดล้อม และการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นสำคัญ แล้วมุ่งที่จะปรับแนวทางการบริหารและทิศทางของธุรกิจให้สอดคล้อง เพื่อจะสามารถนำพาองค์กรธุรกิจให้อยู่รอด เจริญเติบโต และบรรลุถึงภารกิจ ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายสูงสุดขององค์การได้ในที่สุด (Barringer and Ireland, 2012)

จากสภาพการบริหารจัดการของวิสาหกิจชุมชนจะเห็นว่า ยังขาดความรู้ในด้านแนวคิดการบริหารธุรกิจซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาไปสู่การแข่งขันในตลาดหลังการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งรัฐบาลก็ได้ตระหนักถึงการส่งเสริมโดยการใช้กลยุทธ์การสร้างคุณค่า (Value creation) ด้วยการนำจุดแข็งที่มีอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ฝีมือแรงงาน ภูมิปัญญาต่าง ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่จะสามารถผลิตสินค้าและบริการเสนอสู่ตลาดและสนองความต้องการของลูกค้าได้ในระดับโลก สิ่งสำคัญคือการพยายามสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณค่าต่อการลอกเลียนแบบสามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นได้จากความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่ต่างจากเพียงการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ซึ่งต้องอาศัยองค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจเพื่อเป็นหลักปฏิบัติในการกำหนดการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเสริมจุดแข็งของแต่ละวิสาหกิจในการส่งเสริมการสร้างคุณค่าต่อไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ซึ่งเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อท้องถิ่นได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว จึงได้ส่งเสริมเพื่อพัฒนาศักยภาพธุรกิจชุมชนในจังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถดำเนินธุรกิจในสภาวะการแข่งขันและสามารถสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นกับตลาดชุมชนได้ จึงได้จัดทำโครงการวิจัยเพื่อมุ่งเน้นในการสร้างฐานความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารธุรกิจชุมชน โดยการศึกษาจากการบูรณาการในฐานความรู้หลายด้านทั้งนี้วิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นภาคเศรษฐกิจระดับ

รากฐานที่สำคัญในระดับภูมิภาค ซึ่งมีตำแหน่งยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม มีแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ แรงงาน ภูมิปัญญาและสถานที่ตั้งที่เหมาะสม ทำให้ผู้วิจัยสนใจเลือกพื้นที่อำเภอแม่ริมเป็นพื้นที่ในการพัฒนาตัวแบบการบริหารธุรกิจชุมชน โดยมุ่งดำเนินงานให้ได้ยุทธศาสตร์การพัฒนาการบริหารเชิงกลยุทธ์ธุรกิจชุมชนบนฐานอัตลักษณ์เดิมของชุมชน ที่จะสร้างความยั่งยืนให้แก่เครือข่ายธุรกิจชุมชนอำเภอแม่ริม และเพื่อขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป จึงจัดโครงการการพัฒนาตัวแบบการบริหารธุรกิจชุมชนที่เหมาะสม : กรณีศึกษาธุรกิจชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ (Mae-rim model) ให้สอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว

วัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย

1. เพื่อสร้างองค์ความรู้การบริหารธุรกิจ และจัดทำแผนธุรกิจแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage)
2. เพื่อพัฒนาตัวแบบของการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างแนวทางการสร้างคุณค่า (Value creation) วิสาหกิจชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ที่เหมาะสมภายใต้แนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประชาคมอาเซียน
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาศักยภาพการบริหารวิสาหกิจชุมชนในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีจุดประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชนแตกต่างกัน
- สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน
- สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านราคาแตกต่างกัน
- สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายแตกต่างกัน
- สมมติฐานข้อที่ 5 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ด้านความรู้ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเป้าหมาย เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ และจัดทำแผนธุรกิจแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้แนวคิดการสร้างรายได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) และยังสามารถประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานทางธุรกิจและวิสาหกิจรูปแบบอื่นได้
2. ด้านการพัฒนา จะช่วยพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ที่เหมาะสมภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่า

ได้เปรียบเชิงการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

3. ด้านผลผลิต ได้ตัวแบบของการบริหารธุรกิจเพื่อสร้างแนวทางการสร้างคุณค่า (Value creation) วิสาหกิจชุมชน อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ที่เหมาะสมภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าได้เปรียบเชิงการแข่งขัน อันจะนำไปสู่การยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประชาคมอาเซียน

ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. ขอบเขตพื้นที่วิจัย การวิจัยนี้จะศึกษากลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการเพื่อศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ในเขตพื้นที่ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

2. ขอบเขตของประชากรผู้เกี่ยวข้องในการวิจัย จะศึกษาการวิจัยนี้จะศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย

2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ มีจำนวน 118 แห่ง จำนวนสมาชิกทั้งหมดที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 1,737 คน (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2561)

2.2 กลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าของวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จำนวน 246 คน

3. ขอบเขตเนื้อหา การวิจัยนี้เป็นการศึกษาบริบทวิสาหกิจชุมชน การให้องค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ การจัดทำแผนธุรกิจที่เหมาะสมกับธุรกิจชุมชน การพัฒนาตัวแบบการบริหารธุรกิจชุมชนที่เหมาะสมด้วยกระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) จนก่อให้เกิดการสร้างคุณค่า (Value creation) และเตรียมพร้อมธุรกิจสู่ประชาคมอาเซียน อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

4. ขอบเขตของช่วงเวลาที่วิจัย ตุลาคม 2559 ถึง กันยายน 2560

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยตามแผนการดำเนินงาน

ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยในครั้งนี้ จะสามารถวัดผลสำเร็จในระยะเบื้องต้น (P) และผลสำเร็จในระยะกึ่งกลาง (I) ซึ่งจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการวิจัย คือ องค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและบริหารจัดการ ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) เพื่อยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์และพัฒนาเป็นตัวแบบในการดำเนินงานและขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ให้เกิดความยั่งยืนและมั่นคง ตามรายละเอียดดังนี้

1. ผลสำเร็จเบื้องต้น (Preliminary Results)

โครงการวิจัยนี้คาดหวังในผลสำเร็จในระยะเบื้องต้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จะได้องค์ความรู้ด้านการบริหารธุรกิจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ภายใต้แนวคิดการสร้างคุณค่าได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive advantage) ต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อันเป็นองค์ความรู้ที่กลุ่มไม่ได้มีความรู้ที่ถูกต้องและชัดเจนมาก่อน และเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่เข้ามาส่งเสริมศักยภาพการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของอำเภอแม่ริม

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย (ต่อ)

กิจกรรม	เดือน และ พ.ศ.														
	เมย. 60	พค. 60	มิย. 60	กค. 60	สค. 60	กย. 60	ตค. 60	พย. 60	ธค. 60	มค. 61	กพ. 61	มีค. 61	เมย. 61	พค. 61	มิย. 61
7. จัดเวทีถอดบทเรียนและแลกเปลี่ยนความรู้ด้านกระบวนการวางแผนระบบการผลิตและการตลาด ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับสินค้าชุมชนให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ							☒								
8. ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้า ต่อสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน							☒	☒							
9. ติดตามผลเชิงปฏิบัติการ เพื่อทบทวน เกี่ยวกับการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และการจัดทำบัญชี ตามรูปแบบของแผนธุรกิจของกลุ่มธุรกิจชุมชน									☒						
10. การจัดกิจกรรมการฝึกอบรมเพื่อค้นหาวิธีปฏิบัติที่เหมาะสม (good practice) ของระบบการผลิตและการตลาด และคณะดำเนินการ ประเมินผลจากการฝึกอบรม										☒					
11. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำความรู้ที่ได้จากการฝึกอบรม มาวางแผนระบบการผลิตและการตลาดของกลุ่ม										☒	☒				
12. คัดเลือกผู้ประกอบการที่พร้อมนำสินค้าไปร่วมออกงานในตลาดชุมชน												☒			
13. จัดกิจกรรมให้คำปรึกษาแนะนำผู้ประกอบการวิสาหกิจที่ผ่านเข้าร่วมแต่ละราย													☒		
14. ปรับปรุงพัฒนารูปแบบการนำแผนธุรกิจไปปฏิบัติ การบริหารจัดการ การผลิต การตลาด และการจัดทำแผนการเงิน													☒		
15. ติดตามประเมินผล การดำเนินงานของทุกฝ่าย													☒	☒	

ตารางที่ 1.1 แผนการดำเนินงานโครงการวิจัย (ต่อ)

กิจกรรม	เดือน และ พ.ศ.														
	เม.ย. 60	พค. 60	มิย. 60	กค. 60	สค. 60	กย. 60	ตค. 60	พย. 60	ธค. 60	มค. 61	กพ. 61	มีค. 61	เมย. 61	พค. 61	มิย. 61
16. จัดเวทีนำเสนอแผนธุรกิจ ที่ ได้ปฏิบัติการ ของกลุ่มธุรกิจ ชุมชน														☒	
17. การจัดเวที คั้นข้อมูลและ องค์ความรู้ เพื่อนำเสนอผลการ เรียนรู้จากโครงการพัฒนาตนเอง ของกลุ่มที่ผ่านมา เพื่อนำไปเป็น แนวทางในการพัฒนา แก้ไข ปรับปรุงให้สามารถเป็นวิธีปฏิบัติ ที่เหมาะสมทางด้ำนระบบ การตลาดของกลุ่มได้															☒
18.จัดทำรายงานและบทเรียนผล การติดตามประเมินผลโครงการ ฉบับสมบูรณ์															☒

นิยามศัพท์เฉพาะ

ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน หมายถึง สิ่งที่ทำให้องค์การมีความแตกต่างจากผู้อื่น นั่นคือข้อได้เปรียบที่เด่นชัด ข้อได้เปรียบนี้อาจอยู่ในรูปของขีดความสามารถขององค์การ ซึ่งองค์การสามารถทำได้ในขณะที่ผู้อื่นทำไม่ได้หรือองค์การสามารถทำได้ดีกว่า หรือข้อได้เปรียบอาจเกิดจากสินทรัพย์หรือทรัพยากรบางอย่างที่องค์การมี ซึ่งองค์การอื่นไม่มี ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันจึงเป็นแนวความคิดหลัก (Key concept) ในการบริหารเชิงกลยุทธ์

การสร้างคุณค่า หมายถึง การสร้างคุณค่าให้แก่ผู้บริโภคโดยเริ่มต้นจากการกำหนดคุณลักษณะ (Attributes) ของสินค้า สร้างจุดเด่น (Features) ให้สินค้าให้เป็นคุณประโยชน์ (Benefits) ของสินค้า และต้องให้คุณค่าแก่ผู้บริโภคจึงจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าที่นำเสนอคุ้มค่ากับต้นทุนชีวิตไม่ว่าจะเป็นเงินที่เสียไป เวลาที่เสียไปและความพยายามที่ต้องเสียไป

การบริหารใช้แห่งคุณค่า หมายถึง แนวคิดที่ช่วยให้เข้าใจถึงแต่ละหน่วยงานภายในองค์กรว่าสร้างคุณค่า (Value) ให้กับลูกค้าได้อย่างไร ตั้งแต่แนวคิดดิบเข้ามาไปจนถึงผลผลิตออกมาเป็นสินค้าสำเร็จรูป