

ชื่อเรื่อง	การวิเคราะห์องค์ประกอบของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงใหม่
ผู้วิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์เพ็ญตะวัน พลอาจ
หน่วยงาน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ทุนอุดหนุนการวิจัย	กองทุนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ปีที่พิมพ์	2562

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Method) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้า และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 2,703 แห่ง คำนวณขนาดตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วนของประชากรได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ตัวอย่าง สุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์และประมวลผลหาความสัมพันธ์ทางสถิติ ด้วยความเชื่อมั่นในระดับร้อยละ 95 เป็นเกณฑ์ในการยอมรับข้อมูล โดยใช้สถิติสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ให้ระดับความสำคัญของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ ในการทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจของกลยุทธ์การจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า มีทั้งหมด 8 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์องค์ประกอบที่ 2 ด้านการบัญชี/การเงิน องค์ประกอบที่ 3 ด้านการผลิต องค์ประกอบที่ 4 ด้านการบริหารจัดการองค์กร องค์ประกอบที่ 5 ด้านลูกค้า องค์ประกอบที่ 6 ด้านการจัดการตลาดองค์ประกอบที่ 7 ด้านการขาย และองค์ประกอบที่ 8 ด้านความร่วมมือของคนในองค์กร ซึ่งทั้ง 8 องค์ประกอบเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินการของวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จ

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชน กลยุทธ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบ

Research Title: Factor Analysis of Strategic Management in Community Enterprise Chiang Mai Province

Researcher: Assistant Professor Piangtawan Pal-art

Faculty: Faculty of Management Chiang Mai Rajabhat University

Research Fund Source: Chiang Mai Rajabhat University Research Fund

Published Year: 2019

Abstract

This study is a quantitative research using survey method. The objective is to study the strategy of community enterprise management in Chiang Mai in marketing with customers. and analyzing survey elements of community enterprise management strategies in Chiang Mai Province The population used in this study was 2,703 registered community enterprise entrepreneurs in Chiang Mai, calculated the sample size by determining the proportion of the population, 385 samples were sampled by purposive sampling. collect data were questionnaires. Analyze and process statistical relationships with a 95 percent confidence as a criterion for accepting information by using descriptive statistics such as number, percentage, mean and standard deviation and inferential statistics include Exploratory Factor Analysis

The research found that Community enterprise entrepreneurs give priority to the strategies of community enterprise management in Chiang Mai province In marketing with customers In overall, at a high level.

The results of the component analysis found that there are 8 components which are Human resource management, Accounting/finance, Production, Organization, Component, Marketing management, Sales and Cooperation of the people in the organization. These 8 elements are important strategies to help the operations of the community enterprise succeed.

Keywords: community enterprise, strategy, component analysis