



รายงานการวิจัย

เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
(Community Business Management on
a Self-Sufficiency Economy)

ได้รับทุนอุดหนุนจาก
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานการวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการแต่เพียงผู้เดียว



รายงานการวิจัย

เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Community Business Management on a Self-Sufficiency Economy)

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

กันยายน 2556

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา (1) เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (2) วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน และ (3) เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยเน้นศึกษากลุ่มอาชีพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุตรดิตถ์ และชัยภูมิ โดยสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify random sampling) และแบบวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) รวมทั้งสิ้น 230 ตัวอย่าง ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทำการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และสมการพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน ส่วนความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีค่ามีค่า KMO ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square ผ่านเกณฑ์การทดสอบทางสถิติ นอกจากนี้ยังมีค่า Total Initial Eigenvalues มากกว่า 1 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 75 % โดยองค์ประกอบทุกตัวมีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 ในด้านการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีและความมีเหตุผล มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิตมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.490 และ 0.315 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.518 และ 0.289 ตามลำดับ กลุ่มอาชีพมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับสูงมากเพียงใด มีระยะเวลาดำเนินการมายาวนาน และการได้รับการอบรมของสมาชิกในแต่ละกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน จะทำให้สามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจของกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้น

Abstract

The objectives of this research were 1) to analyze the composition of the community business management and a self-sufficiency economy, and 2) to analyze composition of the sufficiency economy philosophy affected the community business management, and 3) To study the characteristics of professional groups, including the average monthly income, duration of the business career groups, and trained community members in business management, affected the community business management. The main focus of this study was the career groups in 4 provinces in northeastern Thailand: Khon Kaen, Surin, Udonthani, and Chaiyaphum. Stratify random sampling and simple sampling technique were used to arrive at 230 samples, and a questionnaire was administered to collect data, which were analyzed by quantitative analysis methods. The descriptive statistics used in data analysis was based on the commutative frequency for percentage, mean, standard deviation, factor analysis, and multiple regression analysis.

The result showed that production management, human resource management, marketing management, and financial management and accounting were an important component of business management community. The criterion of moderation, reasonableness, immunity, knowledge, and morality were an important component of the sufficiency economy philosophy. Goodness of fit measures were KMO, Bartlett's Test of Sphericity, Chi-Square. Total Initial Eigenvalues was more than one, and could explain the variability of the data as much as possible to 75%. It was also found that all elements of the factor loading approaching one. In aspects application the philosophy of sufficiency economy in the criterion of immunity and reasonableness, had a direct impact on the community business management in the production of most the coefficient was 0.490 and 0.315 respectively. It also found that the business career groups use the knowledge as a major consideration in the community business management for production management rather than morality, the coefficient was 0.518 and 0.289 respectively. Besides, the career groups with an average income per month was a very high level, operated for a long period, and

have been trained members of each groups about the community business management, would be increased successful better in the groups.



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Community Business Management on a Self-Sufficiency Economy) เสร็จสมบูรณ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้นั้น เนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

งานวิจัยเรื่องนี้สามารถดำเนินการจนประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากได้รับการอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชนิศามณีรัตน์รุ่งโรจน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และคุณกนกกร สุทธิอาจ ตำแหน่ง นักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดอุดรธานี ที่ช่วยให้คำแนะนำตลอดจนตรวจสอบเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ ซึ่งทำให้เนื้อหาและข้อความคำถามในแบบสอบถามเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มนักวิชาการของกรมการพัฒนาชุมชน ที่ช่วยในการประสานงานการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งขอขอบพระคุณกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ กลุ่มอาชีพในจังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ ที่กรุณาสละเวลาในการตอบแบบสอบถามที่ได้ผ่านการทดสอบความน่าเชื่อถือทางสถิติ ตลอดจนขอขอบพระคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ให้การสนับสนุนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษาครั้งนี้

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย น.ส.ณัชชา ลิ้มปศิริสุวรรณ ที่มีส่วนช่วยในการทำงานวิจัยเรื่องนี้ให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขวัญกมล ดอนขวา

กันยายน 2556

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่	
1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	4
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
2 ปรัชญาบรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน.....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชน.....	19
2.3 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....	31
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในการจัดการธุรกิจชุมชน.....	38
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	44
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	46
3.1 วิธีการวิจัย.....	46
3.2 วิธีดำเนินการวิจัย.....	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	49
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	51
3.5 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	52
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	54
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	55
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....	60
4.3 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน.....	65
4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	69
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	97
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	97
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	103
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	109
5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	109
5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	110
รายการอ้างอิง.....	111
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย.....	117
ประวัติผู้เขียน.....	127

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 จำนวนกลุ่มอาชีพในชุมชนที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด.....	49
3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	52
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	55
4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....	60
4.3 สรุปผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาพรวมสำหรับการจัดการธุรกิจ ชุมชน.....	64
4.4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน.....	65
4.5 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน.....	69
4.6 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน.....	70
4.7 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน.....	70
4.8 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน.....	71
4.9 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน.....	71
4.10 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง.....	72
4.11 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง.....	73
4.12 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง.....	73
4.13 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง.....	74
4.14 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง.....	74

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.15 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง.....	75
4.16 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง.....	75
4.17 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง.....	76
4.18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียง.....	77
4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิด ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.....	77
4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการ ธุรกิจชุมชน.....	79
4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามรายได้ของกลุ่ม อาชีพเฉลี่ยต่อเดือน.....	85
4.22 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตาม รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน.....	86
4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลา การดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ.....	88
4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตาม ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ.....	89
4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามการได้รับการ อบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ.....	95
4.26 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตาม การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ.....	95

สารบัญญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	45
4.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางองค์ประกอบ 3 ห่วงของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มี ต่อการจัดการธุรกิจชุมชน.....	84
4.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางหลักพิจารณา 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่มีต่อการจัดการธุรกิจชุมชน.....	85



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กระทรวงศึกษาธิการ (2545) ได้จัดทำหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการและการประเมินโครงการ ตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง พ.ศ. 2545 โดยได้อธิบายว่า ชุมชน หมายถึง กลุ่มคน หรือครอบครัวหลายๆ ครอบครัว ที่มารวมกันอยู่ในพื้นที่เดียวกัน โดยมีขนบธรรมเนียมประเพณี และบรรทัดฐานทางสังคมร่วมกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 ระบบ คือ 1) ชุมชนเมือง เป็นชุมชนที่รวมกันอยู่ และมีอาคารบ้านเรือนหนาแน่นอยู่ในเขตปกครองแบบใดแบบหนึ่ง และประชาชนมักประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน มีความเจริญเป็นศูนย์กลาง 2) ชุมชนชนบท เป็นชุมชนที่อยู่นอกเขตเมือง ซึ่งเป็นเขตที่มีความเจริญทางด้านวัตถุไม่มาก ผู้คนมักประกอบอาชีพเกษตรกรรม แวดล้อมไปด้วยความเป็นธรรมชาติต่างๆ มากกว่าชุมชนเมืองและมีวิถีชีวิต ค่านิยม ความเชื่อ จารีตประเพณี และทัศนคติต่างๆ ที่เป็นแบบเดียวกัน ดังนั้น เศรษฐกิจชุมชนจึงมักพบเห็นเฉพาะในชุมชนชนบทเท่านั้น ส่วนธุรกิจชุมชน คือ กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรภายในชุมชนมีส่วนเป็นเจ้าของกิจการ และ/หรือช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด โดยประสานความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ มีการเรียนรู้ และการจัดการร่วมกันเพื่อดำเนินการในกิจกรรมการผลิต การแปรรูป การค้า และการบริการที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้อย่างสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน อันจะนำไปสู่ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี และการพัฒนาที่ยั่งยืน

ลักษณะของธุรกิจชุมชนนั้นเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก หากแต่เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นให้มากขึ้นเป็นหลัก รายได้จากการขายอาจไม่จำเป็นต้องสูงนักในระยะเริ่มแรกโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ทุกคนสามารถอยู่ได้เป็นสำคัญ ซึ่งธุรกิจชุมชนมีลักษณะเป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ต้นทุนในการดำเนินงานต่ำ การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนแบ่งออกเป็น 4 ประเภทตามการประกอบการ ได้แก่ ธุรกิจผลิต ธุรกิจค้าปลีก ธุรกิจค้าส่ง และธุรกิจบริการ สำหรับธุรกิจชุมชนมีความสำคัญในการเปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ก่อให้เกิดการว่างงาน ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศชาติ ธุรกิจชุมชนจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องมี

ระบบของการจัดการที่ดี ซึ่งขวัญกมล กลิ่นศรีสุข (2540) ได้ให้ความหมายของการจัดการในการจัดการธุรกิจเกษตรว่า หมายถึง การจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่จำนวนจำกัดในการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ หรือเพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ภายใต้สถานการณ์การเสี่ยงภัยและความไม่แน่นอน สำหรับการจัดการโดยทั่วไปนั้นจะเน้นถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี

ในการจัดการธุรกิจชุมชนนั้นควรนำหลักแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย โดยทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2549) และการจัดการธุรกิจชุมชนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองในชนบทที่กลายเป็นกระแสทั่วไปในสังคมไทยครั้งแรกภายหลังจากที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว พระราชทานพระราชดำรัสเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 นอกจากนี้แนวทางในการปฏิบัติมีหลักคิด และทิศทางในการดำเนินการ โดยเน้นจุดสำคัญ ได้แก่ 1) เน้นที่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ และความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนชนบท 2) ให้ความสำคัญกับการผลิตในภาคการเกษตร 3) เน้นที่ความพอเพียงและการพยายามพึ่งตนเองเพื่อลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกต่างๆ 4) ใช้ศักยภาพทางด้านต่างๆ ของตนเองหรือที่มีอยู่ภายในชุมชนเป็นหลัก 5) เน้นที่กิจกรรมการผลิต มากกว่าการซื้อขายแลกเปลี่ยน และ 6) มีการนำความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาบูรณาการเพื่อการพัฒนากิจกรรมต่างๆ อย่างสร้างสรรค์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

ในด้านหลักแนวคิดของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจและการกระทำ (สำนักราชเลขาธิการ, ออนไลน์, 2550) และแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้นำมากำหนดเป็นเป้าหมายที่สำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550 - 2554) และฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555 - 2559) เพราะเนื่องจากเป็นแนวทางทำให้ประเทศไทยมีรากฐานทางด้านเศรษฐกิจที่มั่นคงและมีเสถียรภาพจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจจากภายนอกประเทศได้จนทำให้ประเทศไทยมีการพัฒนาแบบยั่งยืน หมายถึงการพัฒนาที่จะสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องและตลอดไปภายใต้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมซึ่งเป็นกระแสการพัฒนาที่กล่าวถึงกันมากในปัจจุบัน

สำหรับระบบเศรษฐกิจพอเพียงมุ่งเน้นให้บุคคลสามารถประกอบอาชีพได้อย่างยั่งยืน และใช้จ่ายเงินให้ได้มาอย่างพอเพียงและประหยัด ตามกำลังของเงินของบุคคลนั้น โดยปราศจากการกู้หนี้ยืม

สิน ถ้ามีเงินเหลือ จึงแบ่งเก็บออมไว้บางส่วน ช่วยเหลือผู้อื่นบางส่วน และอาจจะใช้จ่ายมาเพื่อปัจจัยเสริมอีกบางส่วน สาเหตุที่แนวทางการดำรงชีวิตอย่างพอเพียง ได้ถูกกล่าวถึงอย่างกว้างขวาง เพราะสภาพการดำรงชีวิตของสังคมทุนนิยมในปัจจุบันได้ถูกปลูกฝัง สร้าง หรือกระตุ้น ให้เกิดการใช้จ่ายอย่างเกินตัว ในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องหรือเกินกว่าปัจจัยในการดำรงชีวิต เช่น การบริโภคเกินตัว ความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ความสวยความงาม การแต่งตัวตามแฟชั่น การพนันหรือเสี่ยงโชค เป็นต้น จนทำให้ไม่มีเงินเพียงพอเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านั้น ส่งผลให้เกิดการกู้หนี้ยืมสิน เกิดเป็นวัฏจักรที่บุคคลหนึ่งไม่สามารถหลุดออกมาได้ ถ้าไม่เปลี่ยนแนวทางในการดำรงชีวิต (วิกิพีเดีย, ออนไลน์, 2552)

จุดมุ่งหมายในการพัฒนาของประเทศไทยนั้นได้ให้ความสำคัญกับการจัดการธุรกิจชุมชน เนื่องจากเป็นฐานรากทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประชากร 1 ใน 3 ของประเทศ และเป็นภูมิภาคที่มีสัดส่วนของคนจนมากที่สุดของประเทศ ซึ่งเมื่อพิจารณาการกระจายตัวของคนจนปี พ.ศ. 2550 พบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีคนจน 2.8 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 52.2 ของคนจนทั้งประเทศและคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 13.05 ของคนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2551) นอกจากนี้ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการจัดลำดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ใน 5 ระดับในทุก 2 ปี คือระดับ 5 ดาว 4 ดาว 3 ดาว 2 ดาว และ 1 ดาว โดยในปี พ.ศ. 2553 กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย โดยคณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ ได้จัดทำแนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย และพบว่าจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือคือจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิมีจำนวนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 5 ดาวสูงเป็นอันดับที่ 1 และอันดับที่ 2 ของประเทศไทย นอกจากนี้จังหวัดขอนแก่นและอุดรธานีมีจำนวนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 5 ดาวสูงเป็นอันดับที่ 3 และอันดับที่ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ไทยตำบลต่อทคอม, ออนไลน์, 2553) แต่การถูกจัดอันดับจากคณะกรรมการชุดดังกล่าวนี้ไม่ได้ใช้เกณฑ์ที่พิจารณาจากการจัดการธุรกิจของกลุ่มอาชีพว่ามีการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารจัดการหรือไม่ เนื่องจากเกณฑ์จากหลักแนวคิดดังกล่าวเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนที่มีความสำคัญโดยเฉพาะมาก ดังนั้นในการทำวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถนำผลสรุปที่ได้จากการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรภาครัฐและเอกชนในการเป็นแนวทางในการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจขนาดใหญ่ในการสร้างภูมิคุ้มกันระบบเศรษฐกิจภายในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้กำหนด วัตถุประสงค์เพื่อเป็นแนวทางในการทำวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน
3. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

1.3 สมมุติฐานการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้กำหนด สมมุติฐานของการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน
2. ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
3. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน
4. คุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะเน้นศึกษา ชุมชนที่ประสบความสำเร็จ และได้รับการยกย่องการเป็นชุมชนตัวอย่าง และเป็นพื้นที่ที่มีสินค้าหนึ่ง ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว จำนวนรวมเป็นอันดับที่ 1 2 3 และ 4 ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ ขอนแก่น และอุดรธานี ตามลำดับ และจังหวัดดังกล่าวมีจำนวน ผลิตภัณฑ์ที่ประกวดได้ระดับ 5 ดาวในระดับประเทศจำนวน 67 52 45 และ 33 ตามลำดับ โดย ประชากรเป้าหมายคือ กลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์รวมทั้งตั้งแต่ระดับ 3 - 5 ดาว ซึ่ง จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ มีกลุ่มอาชีพที่ส่งสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เข้า

ประกวดจำนวน 214 กลุ่ม 127 กลุ่ม 105 กลุ่ม และ 73 กลุ่ม ตามลำดับ รวมทั้งสิ้น 519 กลุ่ม (กรมส่งเสริมสหกรณ์, ออนไลน์, 2554) โดยจะเน้นการศึกษา 2 ปีจจัย ได้แก่

1. การจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน

2. แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับวิเคราะห์ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่สำคัญนำไปสู่ผลการศึกษาเพื่อต่อบัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยมีระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 4 จังหวัดพื้นที่เป้าหมายด้วยเครื่องมือแบบสอบถามที่ได้ผ่านการทดสอบแล้วว่ามีความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2556

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลสรุปที่ได้จากการวิจัยเรื่องการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับองค์กรภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นแนวทางในการนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน นอกจากนี้ยังสามารถนำผลของการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการจัดการธุรกิจขนาดใหญ่ในการสร้างภูมิคุ้มกันระบบเศรษฐกิจภายในประเทศไทยได้อีกทางหนึ่งด้วย

บทที่ 2

ปรัชญาบรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อที่ได้มีการทบทวนเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชน
- 2.3 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการธุรกิจชุมชน
- 2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน

2.1.1 ความหมายของธุรกิจชุมชน

ดิรก สารวดี (2539) ได้ให้ความหมายธุรกิจชุมชน ว่าหมายถึง ชุมชนหรือสหกรณ์หรือใช้ชื่ออื่นโดยมีการจดทะเบียนหรือไม่ก็ตาม เป็นองค์กรที่เกิดจากการรวมตัวโดยสมัครใจของประชาชนจำนวนหนึ่งเพื่อทำธุรกิจชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์และอุดมการณ์ร่วมกัน ดำเนินการโดยชุมชน กล่าวคือ สมาชิกมีส่วนร่วมในการลงทุน การบริหารจัดการ ร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกันอย่างต่อเนื่องในกระบวนการทำงานเพื่อแก้ปัญหาต่างๆ ขององค์กร ทางด้านเศรษฐกิจ จิตใจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม มีผู้นำทางธรรมชาติทั้งชายและหญิงที่เกิดขึ้นโดยผ่านกระบวนการการทำงานร่วมกัน ส่วนณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2539) ให้ความหมายว่า ธุรกิจชุมชนเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนที่ต้องการกำไรและจะต้องเป็นองค์กรหรือหน่วยธุรกิจที่สมาชิกทุกคนครอบครองและควบคุมได้ หรือกรรมสิทธิ์ส่วนใหญ่เป็นของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ

อภิชัย พันธเสน และคณะ (2545) ยังให้ความหมายธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจกรรมโดยช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด ในรูปของ

การร่วมทุน ร่วมผลิต ร่วมดำเนินธุรกิจ และร่วมรับประโยชน์ โดยเป็นธุรกิจที่มาจากความต้องการของชุมชน และมีความสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน โดยมีเป้าหมายที่จะให้ชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีความรัก ความสามัคคี และชุมชนมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ออนไลน์, 2555) ได้ให้ความหมายของธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนอันประกอบด้วย กิจกรรมทางการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน ชุมชนซึ่งเป็นรากฐานของชนบทไทยจะเข้มแข็งได้นั้นจะต้องยืนหยัดด้วยลำแข้งของชุมชนเอง โดยอาศัยความร่วมมือหรือการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนที่จะพัฒนากลุ่มธุรกิจของชุมชนที่จัดตั้งขึ้นให้มีความเจริญเติบโต ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในภาคชนบทให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นต่อไป

จากผู้ให้ความหมายของธุรกิจชุมชนข้างต้น สามารถสรุปความหมายของธุรกิจชุมชนได้ว่า หมายถึง กิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน โดยบุคคลในชุมชนมีวัตถุประสงค์และอุดมการณ์ร่วมกันในการลงทุน การผลิต การบริหารจัดการ และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของธุรกิจ โดยกิจกรรมของธุรกิจชุมชนนั้นต้องมีความสอดคล้องกับสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาความเป็นอยู่ของประชาชนที่อยู่ในชุมชนนั้นๆ ให้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม (2545: อ้างถึงใน เอกจิตรา เพ็งวิชัย, 2549) ได้กล่าวถึงความสำคัญของธุรกิจชุมชนว่ามีส่วนช่วยในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ซึ่งธุรกิจชุมชนมีความสำคัญหลายประการ ดังนี้

เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตัวเองร่วมกับสมาชิกคนอื่น ถึงแม้จะมีฐานะเป็นลูกจ้างก็มีส่วนในการเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยเช่นกัน สมาชิกในกลุ่มที่มีความสามารถ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถหาประสบการณ์ และพิสูจน์ความสามารถ โดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และถ้ามีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในอนาคตธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็จะสามารถไปสู่การประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ได้

ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงานในท้องถิ่นที่มีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย แทนที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของธุรกิจ จึงสามารถใช้ธุรกิจที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ

ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนประกอบจากหลายๆ แหล่ง เพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป

สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนมีมากขึ้นเท่าไรจะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอื่นอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดลง ปัญหาอาชญากรรมลดลงเนื่องจากคนในชุมชนมีรายได้ ความมั่นคงของประเทศเพิ่มขึ้นประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีสุขสบาย มีรายได้ดี และมีงานทำ

ลดปัญหาสังคมที่เป็นภัยคุกคามประเทศ กล่าวคือ ถ้าหากธุรกิจชุมชนบรรลุเป้าหมาย สมาชิกในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ชุมชนมีความเข้มแข็ง ปัญหาสังคมต่างๆ ที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นปัญหายาเสพติด ในหมู่เยาวชน ปัญหาโรคเอดส์ ปัญหาโสเภณีเด็ก ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว ปัญหาสังคมอันเกิดจากครอบครัวแตกแยก จะได้รับการบรรเทาไปด้วย ช่วยให้สังคมมีความร่มเย็นเป็นสุข

นอกจากนี้ ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ยังได้อธิบายถึงลักษณะของธุรกิจชุมชนว่ามีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป โดยธุรกิจชุมชนมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการหรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติ โดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม

ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะที่เดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย

การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด เนื่องจากธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง และ

การเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที

การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือข่าย มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

แจกจ่ายสินค้าให้ผู้บริโภค กิจกรรมการส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังโรงงานอุตสาหกรรม หรือไปยังผู้บริโภค เรียกว่า การแจกจ่าย เป็นการทำให้สินค้าไหลสมำเสมอจากไร่ นา ป่า จากบ่อแร่ จากโรงงานไปสู่ผู้ประสงค์จะบริโภคสินค้านั้นๆ

2.1.2 องค์ประกอบและขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน

สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2542) อธิบายว่า องค์ประกอบของธุรกิจชุมชนที่สำคัญมี 7 ประการได้แก่ 1) การมีอุดมการณ์ร่วมกัน หมายถึง ทิศนะต่อโลก ต่อสังคม และต่อชุมชนร่วมกัน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะยึดเหนี่ยวทิศทางของการรวมกลุ่มกันเอาไว้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าสามารถกำหนดเป้าหมาย หรือวิสัยทัศน์ได้ยิ่งทำให้ธุรกิจชุมชนนั้นมีการรวมตัวได้ดียิ่งขึ้น 2) การมีเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน เพื่อให้สามารถกำหนดได้ว่าจะเดินไปข้างหน้าเพื่ออะไร 3) การมีผลประโยชน์ร่วมกันและการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ซึ่งเป็นธรรมชาติของมนุษย์ที่ทุกคนต้องการ ธุรกิจชุมชนจึงต้องสร้างข้อมูลให้เกิดการรับรู้ทั่วไปว่าผลประโยชน์ของการรวมตัวเป็นองค์กรคืออะไร 4) บุคคล รวมไปถึงผู้นำ สมาชิก และชาวบ้านทั่วไป โดยผู้นำถือเป็นผู้กุมความอยู่รอดของธุรกิจชุมชน หากผู้นำได้รับการยอมรับ มีความสามารถ ปฏิบัติดี สร้างความสามัคคี และคิดถึงส่วนรวมจริงๆ จะสามารถนำพาองค์กรไปสู่ความเข้มแข็งได้ ส่วนสมาชิกหากมีการร่วมมือและมีส่วนร่วมในกิจกรรม ทั้งทางความคิด วางแผน การตัดสินใจ การปฏิบัติ และการประเมินผลจนมีสิทธิที่จะได้รับผลประโยชน์จากองค์กร ซึ่งสมาชิกบางคนร่วมคิดร่วมทำงานกับองค์กรเสมอ บางคนร่วมบ้างไม่ร่วมบ้าง และบางคนเฝ้าดูอยู่เฉยๆ และชาวบ้านทั่วไปที่ไม่เข้าร่วมในธุรกิจแต่มีผลต่อการดำรงอยู่ และความเข้มแข็งต่อองค์กรเพราะเป็นกลุ่มคนที่เฝ้าดู ติดตาม วิพากษ์วิจารณ์และพร้อมจะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมกับธุรกิจ 5) การบริหารจัดการ ถือเป็นเรื่องชี้ขาดความเข้มแข็งของธุรกิจ ซึ่งการจัดการที่มีประสิทธิภาพประกอบด้วย การตัดสินใจร่วมกัน ซึ่งสมาชิกต้องรู้สึกเป็นเจ้าของ ไม่ปล่อยให้เป็นการตัดสินใจของผู้ฝ่ายเดียว ด้านโครงสร้างและบทบาทหน้าที่ ควรแบ่งให้เป็นตำแหน่งที่มีเนื้อหางานให้ปฏิบัติจริง ด้านสถานที่เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมและการจัดกิจกรรม เก็บวัสดุอุปกรณ์ และใช้ประโยชน์อื่นๆ ในชุมชน การมีกฎกติการ่วมกัน ซึ่งถือเป็นข้อตกลงร่วมกันเพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ การ

สื่อสารระหว่างผู้นำกับสมาชิกในองค์กร ช่วยให้เกิดการรับรู้ เข้าใจ และร่วมมือกันมากขึ้น ซึ่งการสื่อสารทำได้หลายรูปแบบเช่น การจัดประชุมชี้แจงแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแจ้งข่าวสารผ่านหอกระจายข่าว และการประชุมแกนนำ เป็นต้น ด้านการควบคุมตรวจสอบ เมื่อมีการแบ่งหน้าที่แล้วต้องมีการควบคุมตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้มีการรับรู้อย่างโปร่งใส โดยเฉพาะด้านการเงิน 6) กิจกรรมการเรียนรู้ ฝึกฝน และปฏิบัติจริง ในการสร้างแผนปฏิบัติการต้องกำหนดกิจกรรมและช่วงเวลาให้ชัดเจนเพื่อการติดตามและตรวจสอบได้ ถือเป็นกาสร้างคามเข้มแข็งของธุรกิจ นอกจากนี้กิจกรรมยังมีส่วนสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้นำ สมาชิก และชาวบ้านให้ทำงานร่วมกัน และเป็นกิจกรรมที่ต้องทำอย่างต่อเนื่อง และ 7) งบประมาณ เพื่อให้แผนงานของธุรกิจดำเนินไปด้วยดี จำเป็นต้องมีการระดมทุนทั้งภายในและภายนอก เพื่อให้สามารถทำกิจกรรมได้ ควรกระตุ้นให้มีการระดมทุนจากภายในก่อน เมื่อขาดงบประมาณส่วนนี้แล้วค่อยหาเพิ่มเติมจากภายนอก

ธุรกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มุ่งแปรรูปผลผลิตตามธรรมชาติ หรือกระทำการผลิตสินค้า โดยสมาชิกในชุมชน เพื่อการบริโภคและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ด้วยหลักคิดสำคัญที่ว่า ความหลากหลายของผลผลิตในชุมชน ทั้งในด้านการบริโภคแบบพึ่งพาตนเอง การเก็บหรือถนอมอาหารไว้กินในครอบครัวและในชุมชนจะช่วยลดรายจ่ายให้ครอบครัว และสร้างเสริมสุขภาพอนามัยให้ตนเองได้ อดีและอย่างรับผิดชอบที่สุดของชุมชน ซึ่งจะเป็นฐานการสร้าง สังคม สุขภาพอนามัยที่ดี มีคุณธรรม ไม่เห็นแก่ประโยชน์ด้านกำไรสูงสุดเช่นที่นักธุรกิจกระทำกันในปัจจุบัน โดยเอาเปรียบผู้บริโภคอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุดังกล่าว ขั้นตอนการสร้างธุรกิจชุมชนจึงตั้งอยู่บนกระบวนการคิดและปฏิบัติ ดังนี้ (พิทยา ว่องกุล, 2539)

1. บริโภคโภคหรืออุปโภคของตนเอง หรือในครัวเรือนเป็นหลัก ด้วยการผลิตสินค้าหลายชนิดหลายประเภท ในลักษณะหลากหลายเพื่อการพึ่งตนเอง ลดรายจ่ายที่เสียไปจากการซื้อ และป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลให้การหมุนของเงินอยู่ในหมู่บ้าน และแพร่สะพัดอยู่ภายในหมู่บ้านดั่งนั้น การตลาดของธุรกิจชุมชนที่สำคัญอันดับแรกคือ มุ่งผลิตเพื่อตลาดที่เป็นตัวเองของผู้ผลิต

2. เมื่อสมาชิกในชุมชนจัดตั้งกลุ่มธุรกิจชุมชน เพื่อลดรายจ่ายของตนเองหรือเป็นหลักพึ่งพิงของตนเองได้แล้ว จึงค่อยขยายการผลิตออกไปสู่เพื่อนบ้าน เพื่อช่วยลดภาระซื้อของแพงแก่เพื่อนบ้าน ผู้ผลิตเองก็ไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากภายนอก ถือว่าเป็นการช่วยลดรายจ่ายให้แก่เพื่อนบ้านไปด้วย ทำให้เงินไม่ไหลออกไปจากหมู่บ้านดั่งนั้น การตลาดของธุรกิจชุมชนขั้นที่สองคือ ตลาดในชุมชนเป้าหมายอยู่ที่เพื่อน ๆ ในชุมชนโดยผลิตเพื่อแทนที่สินค้าที่นำเข้ามาจากภายนอกชุมชน

3. เนื่องจากธุรกิจชุมชนมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมรายย่อยที่ร่วมทุนของชุมชน มีทั้งที่ไม่ต้องใช้เครื่องจักร อุปกรณ์หาง่าย ตลอดไปจนถึงการใช้เครื่องจักรขนาดเล็กและขนาดกลาง ดั่งนั้น ในสภาวะที่ชุมชนยังไม่มีเงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักร การเริ่มต้นดำเนิน

ธุรกิจชุมชนจึงต้องคำนึงถึง การลงทุนต่ำ อุปกรณ์ง่าย ๆ การใช้แรงงานในชุมชนและการรู้จักพัฒนา จากภูมิปัญญาดั้งเดิมมาใช้ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมขึ้นในชุมชน เพราะบรรดาธุรกิจชุมชนในลักษณะ ดังกล่าว ชุมชนสามารถดำเนินการขึ้นมาเป็นธุรกิจชุมชนได้ด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ออนไลน์, 2555) ได้กล่าวถึงขั้นตอนที่สำคัญ ในการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ประกอบได้ด้วย

1. ค้นหาความต้องการของตลาด ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบถึง ความต้องการสินค้าและบริการของตลาด ความได้เปรียบทางด้านการผลิตหรือการแข่งขันเพราะชุมชนแต่ละพื้นที่ที่มีความได้เปรียบทางด้าน ทรัพยากรที่แตกต่างกัน นั่นคือชุมชนควรตระหนักว่า จะนำทรัพยากรของชุมชนที่มีอยู่มาผลิตสินค้าอะไร ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหาดังกล่าวนี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอะไร (What)

2. เลือกรูปแบบการผลิตที่เหมาะสม ธุรกิจชุมชนต้องทราบว่าผู้ที่จะลงมือผลิตมีใครบ้าง และผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตมีใครบ้าง จึงควรให้ผู้ที่มีความสามารถเป็นผู้ลงมือผลิต ให้คำแนะนำในการผลิตให้มี การระดมสมองของคนเหล่านี้ และยังสามารถพึ่งพาผู้ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น หน่วยงานราชการ สถาบัน วิชาการต่างๆ นอกจากนี้ในการผลิตที่เหมาะสมของธุรกิจจะต้องคำนึงถึง ปัจจัยการผลิต อันประกอบด้วย ที่ดิน (Land) แรงงาน (Labor) ทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน (Capital) และผู้ประกอบการ (Entrepreneur) ซึ่ง ในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ว่า ผลิตอย่างไร (How)

3. ใครคือกลุ่มเป้าหมาย ธุรกิจชุมชนจะต้องทราบว่าควรขายสินค้าให้กับใคร และลูกค้าจะซื้อสินค้าของเราได้อย่างไร ซึ่งลูกค้าอาจแบ่งเป็น ลูกค้าท้องถิ่น และลูกค้านอกท้องถิ่น ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวสินค้า และความต้องการสินค้าจะเป็นตัวกำหนดว่า ลูกค้าเป็นใคร เช่น กรณีผ้าทอเกาะยอ ลูกค้าเป็นคนนอกท้องถิ่น กรณีปืมน้ำมัน ลูกค้าจะเป็นคนในท้องถิ่น สำหรับการเข้าถึงลูกค้านั้น สามารถแบ่งลูกค้าออกเป็นอีก 2 ประเภท ประกอบด้วย ลูกค้าปลีก คือ ลูกค้ารายย่อยที่ซื้อสินค้าเพื่อนำไปบริโภคเอง และลูกค้าส่ง คือ ลูกค้าที่ ซื้อสินค้าในปริมาณมากเพื่อนำไปขายต่อ ซึ่งในทางเศรษฐศาสตร์ ปัญหานี้จะเรียกว่าปัญหาพื้นฐานทาง เศรษฐกิจที่ว่า ผลิตเพื่อใคร (For whom)

4. กำหนดรูปแบบที่เหมาะสม ซึ่งธุรกิจชุมชนสามารถแบ่งรูปแบบได้ 2 รูปแบบ ดังนี้ 1) กลุ่มที่ไม่เป็นทางการ (Informal Group) คือ ไม่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายใดๆ มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน แต่ไม่สามารถทำนิติกรรมในนามของกลุ่มได้ ข้อเสียของการตั้งกลุ่มแบบ นี้คือ ไม่สามารถระดมเงินทุนได้ และข้อดี คือ การบริหารงานภายในกลุ่มมีความคล่องตัวเนื่องจากสมาชิก จะบริหารงานภายในกลุ่ม และ 2) กลุ่มที่เป็นทางการ (Formal Group) คือ กลุ่มที่มีการจดทะเบียนตามกฎหมายไม่ว่าจะเป็นใน รูปของสหกรณ์ หรือบริษัท จำกัด ข้อเสียของการจัดตั้งกลุ่มคือ การ

บริหารงานมีความซับซ้อนมากขึ้นและมี ความล่าช้า สำหรับข้อดี คือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

2.1.3 การจัดการธุรกิจชุมชน

ธุรกิจชุมชนจะประสบความสำเร็จและเข้มแข็งในระยะยาวก็ต่อเมื่อธุรกิจมีผลผลิต และมีรายได้เข้ามาสม่ำเสมอ คนในชุมชนไม่ทิ้งบ้านเรือนไปทำงานต่างถิ่น และมีการวางแผนจัดการธุรกิจชุมชนทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงิน และบัญชี ดังนี้

1) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นแรงผลักดันให้องค์กรธุรกิจนั้นประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ซึ่งหลักในการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างมีประสิทธิภาพนั้นประกอบไปด้วยสิ่งต่อไปนี้ (เย็นใจ เลหาวิช, 2545 อ้างถึงใน สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏกระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

- ต้องมีการอบรมให้แก่พนักงาน
- ต้องมีการจัดสรรตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล
- ต้องมีการจัดระบบการดำเนินงานให้เหมาะสม เช่น ระบบบัญชีที่ดี และเหมาะสม

ต่อประเภทธุรกิจ

- ต้องมีการติดตามดูแลการดำเนินการอย่างใกล้ชิด
- ต้องมีการประเมินผลงานพนักงานอย่างตรงไปตรงมา
- ต้องมีการเลื่อนตำแหน่ง และจ่ายผลตอบแทนที่เหมาะสม
- ต้องมีการสื่อสารระหว่างกันภายในองค์กรอยู่เสมอ
- ต้องฝึกให้พนักงานแต่ละคนสามารถทำงานได้หลายหน้าที่ เพื่อให้เกิดความคิด

สร้างสรรค์ในการพัฒนางานที่ทำ

- ต้องรักลูกน้องเหมือนญาติ
- ต้องมีการกระจายความรับผิดชอบ
- ต้องไม่ใช้เงิน และอำนาจในการแก้ปัญหาขององค์กร แต่ใช้ความรับผิดชอบและ

เหตุผลมาแก้ปัญหา

2) การจัดการการตลาด หน้าที่ของธุรกิจที่สำคัญที่ช่วยตอบสนองความต้องการของมนุษย์ คือ หน้าที่การตลาด ซึ่งการตลาดชุมชนเป็นหน้าที่ของธุรกิจชุมชนที่จะคิดค้น สืบเสาะ และแสวงหาวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในชุมชน และพยายามหาทางตอบสนองความต้องการนั้นให้ได้มากที่สุด ดังนั้นการตลาดชุมชนมีความสัมพันธ์กับความต้องการของคนในชุมชน และมีหน้าที่

สำคัญในการเสนอสินค้าหรือบริการแก่ผู้บริโภค โดยผู้บริโภคยินดีจ่ายเงินแลกเปลี่ยนกับสินค้าหรือบริการที่พวกเขาได้รับ โดยเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจใช้เพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดเป้าหมาย คือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด มีรายละเอียดดังนี้

2.1) องค์ประกอบด้านผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองต่อความจำเป็น หรือความต้องการของผู้บริโภค อาจเป็นวัตถุ บริการ กิจกรรม ความคิด เป็นต้น ซึ่งธุรกิจต้องทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง จึงมีแนวทางวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ในด้านคุณลักษณะและส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ซึ่งอาจเป็นคำพูด ชื่อ สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมาย เพื่อใช้ในการจดจำและแยกแยะสินค้าของตนออกจากคนอื่น ทั้งนี้รวมถึงเครื่องหมายการค้า และลิขสิทธิ์อื่น ๆ ด้วย 2) เครื่องหมายประกันคุณภาพ (Certification mark) หมายถึง สิ่งที่ใช้แสดงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการที่ดีที่มีคุณสมบัติได้ตามมาตรฐานที่กำหนด 3) การหีบห่อ (Packaging) หมายถึง ภาชนะสำหรับหุ้มห่อให้สิ่งของต่างๆอยู่ในสภาพเรียบร้อยเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน รวมทั้งเป็นวิธีป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์สูญเสียวินิจฉัยหรือเสียหายในระหว่างการจำหน่าย โดยบทบาทของการหีบห่ออันนี้ได้แก่ จูงใจให้ชวนมอง มีการให้ข้อมูล สามารถจูงใจอารมณ์ และสะดวกแก่การใช้สอย 4) ฉลากสินค้า เป็นส่วนหนึ่งของหีบห่อที่จะบ่งบอกถึงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ส่วนประกอบ หรือส่วนผสม หรือเครื่องปรุงของผลิตภัณฑ์ ข้อเสนอแนะในการใช้ วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต และหมดอายุ เป็นต้น (งษ์ชัย สันติวงษ์, 2539) และ 5) การบริการ โดยปัจจัยที่กำหนดคุณภาพการบริการ 5 ชนิด ได้แก่ ความเชื่อถือได้ (Reliability) คือ ความสามารถในการให้บริการตามพันธะสัญญาอย่างถูกต้องและไว้วางใจได้ การตอบสนอง (Responsiveness) คือ ความเต็มใจช่วยเหลือลูกค้า และให้บริการโดยฉับพลัน การสร้างความเชื่อมั่น (Assurance) คือ พนักงานมีความรู้ อธิบาย และความสามารถในการทำงานด้วยความซื่อสัตย์และความเชื่อมั่น ความเห็นอกเห็นใจ (Empathy) คือ การให้ความเอาใจใส่และสนใจดูแลลูกค้าเป็นรายบุคคล และสิ่งที่จับต้องได้ (Tangibles) คือ คุณลักษณะของสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ เครื่องมือ บุคลากร และวัสดุสื่อสารที่ปรากฏให้เห็น (Philip Kotler, 2003 แปลโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2549)

2.2) องค์ประกอบด้านราคา เกี่ยวข้องกับการกำหนดราคาที่เหมาะสมในสภาพการแข่งขันของตลาดที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ซึ่งมีส่วนในการกำหนดความสำเร็จของโปรแกรมการตลาดตามที่ได้มุ่งหวังไว้ โดยการกำหนดวิธีการตั้งราคาตามสภาพการแข่งขันมี 4 วิธี ดังนี้ 1) การตั้งราคาในตลาดที่มีการแข่งขันสูง มักเป็นการกำหนดราคาให้ใกล้เคียงกับการกำหนดราคาตลาดขณะนั้น ซึ่งตลาดที่มีการแข่งขันสูงจะมีผู้จำหน่ายเป็นจำนวนมาก และขายสินค้าประเภทที่คล้ายคลึงกันสามารถใช้ทดแทนกันได้ง่าย ดังนั้น หากผู้ขายกำหนดราคาสูงกว่าราคาตลาดในขณะนั้น จะทำให้ผู้ขายไม่สามารถจำหน่ายสินค้าได้ 2) การตั้งราคาในตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด เป็นตลาดที่มีผู้ขายเป็น

จำนวนมารายแต่ไม่เท่าตลาดที่มีการแข่งขันสูง และขายสินค้าที่มีลักษณะค่อนข้างคล้ายคลึงกัน แต่ผู้ขายพยายามทำสินค้าของตนให้มีความแตกต่างกับคู่แข่งและสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคเป้าหมายได้ ทำให้สามารถกำหนดระดับราคาสินค้าได้สูงกว่าคู่แข่ง 3) การตั้งราคาในตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย เป็นตลาดที่มีผู้ขายน้อยราย และขายสินค้าประเภทเดียวกัน ดังนั้นการเข้าสู่ตลาดของผู้ขายรายใหม่ มักใช้วิธีการเจาะตลาดโดยการกำหนดราคาสินค้าที่ต่ำเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคหันมาซื้อสินค้าของตน เมื่อสินค้าเป็นที่ยอมรับแล้วจะค่อยๆ ปรับราคาเพิ่มขึ้น และ 4) การตั้งราคาในตลาดผูกขาด เป็นตลาดที่มีผู้ขายรายเดียว ดังนั้นผู้ผลิตจึงมีอิสระเต็มที่ และสามารถตั้งราคาได้ค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม หากผู้ขายต้องการขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น อาจจำเป็นต้องลดราคาสินค้าลง (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

2.3) องค์ประกอบด้านการจัดจำหน่าย โดยการกำหนดกลยุทธ์เกี่ยวกับการกระจายผลิตภัณฑ์ด้วยช่องทางการจัดจำหน่าย ธุรกิจต้องมีความเข้าใจถึงลักษณะของช่องทางการจัดจำหน่าย และศักยภาพของพ่อค้าคนกลางแต่ละประเภท ซึ่งเป็นปัจจัยในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายให้เหมาะสม และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค และสามารถบริหารต้นทุนด้านการกระจายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาซึ่งผลกำไรสูงสุดของธุรกิจ ช่องทางการตลาดมีประโยชน์ในการสร้างความพอใจให้แก่ผู้บริโภค โดยทำหน้าที่สร้างอรรถประโยชน์ ดังนี้ 1) การสร้างอรรถประโยชน์เกี่ยวกับเวลา (Time utility) ช่องทางการตลาดมีหน้าที่ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์รอเวลาไว้ล่วงหน้าจนกระทั่งถึงผู้บริโภคที่มีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์นั้น 2) การสร้างอรรถประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ (Place utility) คือการทำหน้าที่เคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ที่เป็นสิ่งของให้ใกล้กับผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อ 3) การสร้างอรรถประโยชน์ในแง่ของการเปลี่ยนมือหรือเป็นเจ้าของ (Possession utility) คือการให้การช่วยเหลือในขั้นตอนการซื้อสินค้าและบริการ ด้วยการดำเนินการเลือกที่ตั้งร้านค้าจัดจำหน่ายให้ใกล้ผู้บริโภคเป้าหมายให้มากที่สุด เพื่อความสะดวกและง่ายต่อการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการของผู้บริโภค และ 4) การสร้างอรรถประโยชน์เกี่ยวกับรูปแบบ (Form utility) คือการเข้ามามีบทบาทในการช่วยลดขนาดของสินค้า ให้มีที่บอที่เล็กลงและสะดวกในการจัดจำหน่ายให้สามารถกระจายผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายได้อย่างกว้างขวาง (ธงชัย สันติวงษ์, 2539)

2.4) องค์ประกอบด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการตลาดเป็นการมุ่งเน้นการย้ำเตือนให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้ทราบถึงการมีอยู่ของผลิตภัณฑ์ในตลาด และกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ โดยผ่านเครื่องมือต่าง ๆ คือ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ 1) การโฆษณา (Advertising) เป็นวิธีการเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และองค์กรไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ผ่านสื่อสาธารณะต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นป้ายโฆษณา และทางอินเทอร์เน็ต หรือส่งผ่านสื่อเฉพาะทางโดยการจัดทำเอกสาร แผ่นพับ (Brochure)

หรือรายการผลิตภัณฑ์ (Catalogue) เป็นต้น ซึ่งธุรกิจต้องสามารถควบคุมวัตถุประสงค์ของการโฆษณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การส่งเสริมการตลาด และกลยุทธ์การตลาดด้านอื่น ๆ ด้วย 2) การขายโดยพนักงานขาย (Personal selling) เป็นการเสนอผลิตภัณฑ์ขององค์กรให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต ด้วยการพบปะโดยตรง หรือผ่านการติดต่อทางโทรศัพท์ โดยรวมถึงการขายในสถานที่จัดจำหน่ายขององค์กร หรือพื้นที่จัดจำหน่ายของสถาบันกลางทางการตลาด เช่น ห้างสรรพสินค้า หรือซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น ถือเป็นช่องทางในการสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ หรือองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นควรจัดฝึกอบรมบุคลากร และพนักงานขององค์กร ให้มีความพร้อมต่อการปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายดังกล่าว 3) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) เป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดเพื่อกระตุ้นและเร่งเร้าให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ขององค์กร ได้แก่ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ การสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึงการลด แลก แจก และแถม โดยธุรกิจควรกำหนดเงื่อนไขที่น่าสนใจ และดึงดูดให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายต้องการเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว ดังนั้นการส่งเสริมการขายไม่ควรดำเนินการจัดให้มีลักษณะประจำ เพราะจะทำให้ความน่าสนใจของกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดลดน้อยลง 4) การประชาสัมพันธ์ (Publicity) เป็นกิจกรรมที่มีบทบาทต่อการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญต่อการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด และบุคลิกลักษณะให้แก่ผลิตภัณฑ์ เพราะการประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือองค์กรในมุมมองที่ธุรกิจกำหนด ไปสู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายโดยไม่เป็นการบังคับให้รับรู้ข่าวสารนั้น ๆ แต่จะให้เห็นโดยทั่วไปในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการตลาด ในด้านการสร้างภาพลักษณ์อันดีให้แก่ผลิตภัณฑ์ และยังสามารถปรับใช้เพื่อแก้ไขหรือปรับปรุงภาพลักษณ์เดิมให้ดีขึ้นในความรับรู้ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย และสังคมโดยรวม และ 5) การตลาดทางตรง (Direct marketing) เป็นการใช้ช่องทางโดยตรงถึงผู้บริโภคเพื่อนำเสนอสินค้า และบริการโดยไม่ได้ใช้คนกลาง ช่องทางดังกล่าวประกอบด้วย จดหมายทางตรง (Direct mail) แคตตาล็อก การตลาดทางโทรศัพท์ (Telemarketing) โทรทัศน์แบบโต้ตอบ (Interactive TV) ซุ้มจำหน่ายขนาดเล็ก (Kiosks) อินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์มือถือต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้า ด้วยการแจ้งข่าว การอวยพร การให้ของขวัญแก่ลูกค้าที่เลือกสรรแล้ว (ศรีสุภา สหชัยเสรี, 2546 และ Philip Kotler, 2003 แปลโดย ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ, 2549)

3) การจัดการการผลิต เป็นการจัดการกระบวนการแปรสภาพทรัพยากรต่างๆ เช่น ที่ดิน แรงงาน วัตถุดิบ และเงินทุน ให้เป็นสินค้าหรือบริการ ในการผลิตของแต่ละองค์กร หรือในแต่ละชุมชนย่อมต้องมีการแบ่งหน้าที่ของแต่ละคนภายในองค์กรเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบ และสะดวกต่อการดำเนินการ ซึ่งหน้าที่ที่สำคัญของหน่วยการผลิตนั้น แบ่งออกได้ดังนี้ 1) หน้าที่ด้านวิศวกรรม เป็นหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดว่าจะทำการผลิตสินค้าด้วยวิธีใด ใช้อะไรเป็นวัตถุดิบ ด้วย

กระบวนการผลิตแบบไหน ใช้เครื่องจักรและกำลังการผลิตเท่าไร เพื่อให้ได้ผลผลิตออกมาตามที่ถูกกำหนดไว้ 2) หน้าที่การวางแผน และควบคุมการผลิต เกี่ยวข้องกับการกำหนดว่าในการผลิตสินค้าหนึ่งอย่างต้องมีการใช้วัตถุดิบเท่าไรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และช่วยลดต้นทุนการผลิตด้วย 3) หน้าที่การควบคุมสินค้าคงเหลือ เกี่ยวข้องกับการควบคุมให้วัสดุที่เกี่ยวกับการผลิตมีจำนวนเพียงพอตลอดในช่วงระยะเวลาที่ผลิต แต่ไม่ได้หมายความว่าต้องมีการจัดหาวัตถุดิบมาในปริมาณที่มากเกินไปจนความต้องการ เพียงแต่การจัดหาที่ดีต้องเป็นการจัดหาวัตถุดิบในปริมาณที่สามารถรองรับการสูญเสียของวัสดุในระหว่างการผลิตได้ 4) หน้าที่การจัดซื้อจัดหา มีความสำคัญอย่างมากต่อการผลิต และสัมพันธ์กับหน้าที่การวางแผน และหน้าที่ด้านวิศวกรรม เพราะว่าหากฝ่ายผลิตได้วัสดุที่ไม่ดีพอ หรือราคาแพงเกินไปจะกระทบต่อการดำเนินการเป็นอย่างมาก ดังนั้นผู้จัดซื้อต้องคำนึงถึงระดับคุณภาพของวัสดุ แหล่งของวัสดุที่ต้องการสั่งซื้อ ราคาของวัตถุดิบ และมาตรฐานการตรวจรับวัตถุดิบ และ 5) หน้าที่การควบคุมคุณภาพ หลังจากสิ้นสุดขั้นตอนของการผลิตแล้ว การตรวจสอบคุณภาพเป็นขั้นตอนที่จำเป็นอย่างมากเพราะว่าการที่สินค้านั้นจะสามารถแข่งขันกับสินค้าของคู่แข่งได้นั้นคุณภาพจะถูกใช้เป็นปัจจัยหลักในการตัดสินใจ ดังนั้นการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานตามที่กำหนดไว้จึงเป็นเรื่องสำคัญ (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

4) การจัดการการเงิน และบัญชี ในการจัดทำบัญชีจะต้องมีการทำงานการเงิน ซึ่งเป็นรายงานที่จัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับฐานะการเงิน และผลการดำเนินงานของธุรกิจ งานการเงินที่สำคัญที่สมาชิกกลุ่มอาชีพควรจัดทำ ได้แก่ งบดุล และงบกำไรขาดทุน มีรายละเอียดดังนี้ 1) งบดุล หมายถึงรายงานการเงินที่แสดงฐานะการเงินของธุรกิจ ประกอบไปด้วย สินทรัพย์ หนี้สิน และส่วนของผู้ถือหุ้น โดยทั่วไปจะแสดง ณ วันสิ้นงวดบัญชี และ 2) งบกำไรขาดทุน หมายถึงรายงานทางการเงินที่แสดงผลการดำเนินงานของธุรกิจภายในรอบระยะเวลาหนึ่งของการดำเนินงานว่าธุรกิจมีรายได้รวมทั้งสิ้นเท่าไร มีค่าใช้จ่ายรวมทั้งสิ้นเท่าไร ถ้ารายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายผลต่างคือ กำไร ในทางตรงกันข้ามถ้ารายได้ต่ำกว่าค่าใช้จ่ายผลต่างคือ ขาดทุน ซึ่งงบกำไรขาดทุนจะแสดงรายได้ ค่าใช้จ่าย และกำไร หรือขาดทุนอันชี้ให้เห็นความสามารถในการดำเนินงาน และบริหารงานของธุรกิจ

นอกจากนี้ เพื่อให้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพเกิดสภาพคล่อง และกำไร สมาชิกกลุ่มอาชีพควรทำความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการสินทรัพย์หมุนเวียน ซึ่งประกอบด้วย การจัดการเงินทุนหมุนเวียน การจัดการเงินสด การจัดการลูกหนี้ และการจัดการสินค้าคงเหลือ มีรายละเอียดดังนี้ 1) การจัดการเงินทุนหมุนเวียน กลุ่มอาชีพควรจัดหาแหล่งเงินทุนสำหรับใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนที่ต้องการใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน สามารถจัดหาได้ 2 แหล่งเงินทุน ได้แก่ แหล่งเงินทุนระยะสั้น เป็นเงินทุนที่ได้จากหนี้สินระยะสั้นที่มีกำหนดใช้คืนภายใน 1 ปี เช่น สินเชื่อทางการค้า เงินกู้ระยะสั้นจากกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต และเงินกู้ระยะสั้นจากกองทุนหมู่บ้าน เป็นต้น ส่วนแหล่ง

เงินทุนระยะยาว เป็นเงินทุนที่ได้จากหนี้สินระยะยาว เช่น กู้เงินจากธนาคาร เป็นต้น 2) การจัดการเงินสด เป็นภาระงานสำคัญของธุรกิจชุมชน เนื่องจากกิจการต้องถือเงินสดไว้เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เพื่อป้องกันเงินสดขาดมือและรักษาเครดิตของธุรกิจสำหรับการชำระหนี้ เพื่อเก็งกำไรในบางโอกาส และเพื่อชดเชยกับการให้บริการกู้ยืมของธนาคาร ซึ่งงานสำคัญของการจัดการเงินสด เกี่ยวข้องกับการประมาณเงินสดขั้นต่ำ การวางแผนความต้องการใช้เงินสด และการใช้เทคนิคต่างๆ เพื่อให้การจัดการเงินสดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 3) การจัดการลูกหนี้ ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันสูง ดังนั้นทางเลือกที่จะทำให้การขายสินค้ามีปริมาณเพิ่มขึ้นคือ การใช้นโยบายขายเชื่อ ซึ่งมีหลักเกณฑ์การพิจารณาด้านประวัติและอุปนิสัย หลักประกันความสามารถในการชำระหนี้ เป็นต้น และ 4) การจัดการสินค้าคงเหลือ เป็นสินทรัพย์หมุนเวียนที่ธุรกิจต้องดำรงไว้เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน ซึ่งสินค้าคงเหลือหมายถึง วัสดุอุปกรณ์ วัตถุดิบ สินค้าระหว่างผลิต และสินค้าสำเร็จรูป กลุ่มอาชีพต้องมีการจัดการสินค้าคงเหลือให้มีระดับที่เพียงพอสำหรับการผลิตและ/หรือจำหน่าย ในขณะเดียวกันต้องพยายามให้มีค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนในการถือสินค้าต่ำที่สุดด้วย ซึ่งต้นทุนที่เกิดขึ้นในการถือสินค้าคงเหลือ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการสั่งซื้อ ค่าใช้จ่ายในการเก็บรักษา และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเนื่องจากสินค้าขาดมือ (สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ, 2545)

2.1.4 ปัญหาและความต้องการของชุมชน และปัจจัยความสำเร็จ

ในการดำเนินธุรกิจชุมชน พบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังประสบกับปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของชุมชน ซึ่งปัญหาในการดำเนินธุรกิจที่พบส่วนใหญ่มีดังนี้ การขาดการวิเคราะห์ศักยภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มและชุมชน ขาดทักษะการบริหารจัดการ บางกลุ่มอาจขาดทักษะในการผลิต ขาดการวางแผนธุรกิจชุมชน และการวิเคราะห์ตลาด ขาดการจัดลำดับความสำคัญ การใช้เงินทุน หรือในกรณีที่ได้มีการจัดตั้งแล้วพบว่า มีปัญหาในเรื่องการขาดการพัฒนาความรู้เฉพาะทางเพื่อต่อยอด ได้แก่ การบัญชี การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ขาดข้อมูลด้านการตลาด โดยเฉพาะเมื่อกลุ่มมุ่งขยายตลาดขาดตลาดประจำ และมีต้นทุนการตลาดสูง ขาดการวิเคราะห์ต้นทุนและวิเคราะห์ตลาด ขาดเงินทุนหมุนเวียน และต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอกขณะเดียวกันความต้องการของกลุ่มแต่ละกลุ่มก็มีความต้องการที่แตกต่างกัน กล่าวคือในพื้นที่ยากจน ต้องการขยายตลาดให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ต้องการเงินหมุนเวียนมากขึ้น เพื่อจะได้รับซื้อสินค้าจากสมาชิกมากขึ้น ต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐ เช่น ให้องค์การบริหารส่วนตำบลจัดการประชุมในชุมชนให้บ่อยขึ้น เพื่อที่จะได้แลกเปลี่ยนปัญหาและเปิดโอกาสให้กลุ่มได้ชี้แจงให้เห็นประโยชน์การรวมกลุ่ม รวมทั้งต้องการให้มีการจัดอบรมการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่เพื่อจำหน่าย และสนับสนุนการซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์

ต้องการให้ธุรกิจเอกชนช่วยเหลือในการรับสินค้าไปจำหน่ายให้มากขึ้น ธุรกิจชุมชนทั่วไปต้องการปรับปรุงเทคนิคการผลิต เช่น การศึกษาดูงาน หรือปรึกษาผู้มีความรู้มาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ต้องการความช่วยเหลือหรือสามารถกู้ยืมเงินซื้อเครื่องมือเครื่องจักร ต้องการหาตลาดเพิ่มขึ้นรวมทั้งการพัฒนาผู้นำกลุ่ม (อภิชัย พันธเสน และปัทมาวดี โพนนกุล ชูชุกิ, 2546)

อีกทั้ง จุลศักดิ์ ชาญณรงค์ (2546) ได้กล่าวถึงปัญหาที่มีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของการประกอบการธุรกิจขององค์กรชุมชน 10 ด้านด้วยกัน ประกอบด้วย 1) ด้านการผลิต มักจะประสบปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ สินค้าขาดคุณภาพไม่ตรงตามมาตรฐาน 2) ด้านการตลาด เกิดความไม่สมดุลระหว่างปริมาณสินค้าที่ผลิตได้ กับปริมาณความต้องการตลาด ไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน แหล่งที่ตั้งของตลาด หรือการกระจายสินค้ายังจำกัดในพื้นที่ 3) ด้านการเงิน เงินทุนและสินเชื่อมีจำกัด ขาดหลักทรัพย์ค้ำประกันตามวงเงินที่สถาบันการเงินกำหนด 4) ระบบบัญชีและการตรวจสอบควบคุมยังไม่ได้มาตรฐาน ขาดความน่าเชื่อถือในระบบการเงินและบัญชีขององค์กร 5) ขาดแคลนแรงงาน ระดับฝีมือแรงงานค่อนข้างต่ำ 6) ด้านการบริหารจัดการ ผู้นำและทีมบริหารองค์กรธุรกิจชุมชนขาดความสามารถ และทักษะในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี การบริหารงานบุคคล 7) ด้านการทำงานเป็นกลุ่ม เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมโดยทั่วไปเป็นการประกอบการโดยบุคคลหรือเอกชนผู้เป็นเจ้าของ ในขณะที่ธุรกิจชุมชนเป็นการดำเนินงานโดยกลุ่มหรือองค์กรชุมชนซึ่งต้องอาศัยการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีม จึงต้องมีการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม 8) ขาดการประสานความร่วมมืออย่างแท้จริง จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้และเกิดความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ 9) ขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมเป็นเจ้าของและดำเนินกิจกรรม และ 10) นโยบายของรัฐยังไม่เอื้ออำนวย ทั้งในด้านภาษีสินเชื่อ ตลอดจนระบบโครงสร้างราชการ

ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2551) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จ และล้มเหลวของชุมชนว่าประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน กลุ่มที่ระดมทุนจากชุมชนได้เองโดยไม่ต้องกู้หนี้ยืมสิน มีโอกาสในการประสบความสำเร็จมากกว่ากลุ่มที่พึ่งเงินทุนจากการกู้ยืม 2) ปัจจัยด้านการตลาด สำหรับกลุ่มธุรกิจค้าส่งที่มารับสินค้าไปขายต้องมีคู่ค้าที่แน่นอน สำหรับธุรกิจค้าปลีกที่ไม่มีคู่ค้าที่แน่นอนต้องมีปริมาณเพียงพอจึงจะประสบผลสำเร็จ 3) ปัจจัยด้านการผลิต ควรจะมีแหล่งทรัพยากรและวัตถุดิบในชุมชนที่มากพอ จะทำให้ได้เปรียบ มีต้นทุนการผลิตไม่สูงและมีมาตรฐาน นอกจากนี้ผู้ผลิตต้องมีความชำนาญและทักษะที่ดี 4) ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ ช่วยกันรับผิดชอบไม่มีค่าตอบแทนตายตัว ทั้งผู้นำและสมาชิกต้องเสียสละ และระบบให้คุณโทษอยู่ที่การดำเนินหรือยกย่องชมเชยของชุมชน 5) ปัจจัยด้านผู้นำชุมชนที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มาจากผู้นำที่ดี ผู้นำต้องเป็นที่ยอมรับจากชาวบ้านจึงจะระดมทุนได้ง่าย และธุรกิจขยายตัวได้เร็ว 6) ปัจจัยด้านแรงงาน การมีแรงงานที่เพียงพอและมีทักษะด้านการ

ผลิตที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งปัจจุบันอาจประสบปัญหาแรงงานอพยพเข้าเมือง 7) ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก การร่วมกันคิด ทำ และตัดสินใจรับผิดชอบ มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ และกลุ่มที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะเริ่มจากกลุ่มออมทรัพย์ 8) ปัจจัยระเบียบข้อบังคับขององค์กร กติกาต่างๆ ต้องเริ่มจากข้อตกลงของสมาชิกเป็นพื้นฐานไม่เช่นนั้นจะเกิดความขัดแย้งกัน 9) ปัจจัยปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ธุรกิจชุมชนจะต้องเรียนรู้และกำหนดท่าทีต่อปฏิสัมพันธ์ภายนอกหลายๆ ฝ่ายที่เหมาะสมภายใต้การมีผลประโยชน์ร่วมกัน

นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ออนไลน์, 2555) กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ประกอบไปด้วย 1) ความเข้าใจของสมาชิก สมาชิกจะต้องเข้าใจในความแตกต่าง ขอบเขต และข้อจำกัดของกลุ่มที่จัดตั้งขึ้น 2) ความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจชุมชน ซึ่งบางชุมชนอาจทำการผลิตแค่พออยู่พอกิน รูปแบบของกลุ่มอาจเป็นเพียงกลุ่มเพื่อการผลิต เช่น กลุ่มทำนา หรือกลุ่มเลี้ยงสัตว์ บางชุมชนอาจมีเป้าหมาย คือกำไร เพื่อนำกำไรมายกระดับชีวิตความเป็นอยู่ของสมาชิกให้ดีขึ้น 3) เงินทุน เพราะเงินทุนเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดความสำเร็จของธุรกิจชุมชน ดังนั้นการดำเนินธุรกิจชุมชนจึงควรเริ่มจากกิจกรรมเล็กไปใหญ่ ค่อยๆ สะสมเงินทุนจากชุมชนเพื่อสร้างความ แข็งแกร่งให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ การรวมทุนที่ละเล็กละน้อย อาจเข้าไป ชุมชนอาจสามารถระดมทุนในรูปแบบของ สหกรณ์หรือบริษัทก็ได้ 4) ทรัพยากรบุคคล ซึ่งบุคคลประหลาดนี้จะต้องมีความรู้ความสามารถ ทั้งด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิทยาการใหม่ๆ ทั้งนี้จะต้องเป็นคนที่รักงานของชุมชน ชอบงานท้าทาย มีความเสียสละ ไม่หวังผลตอบแทนมากเกินไป 5) การมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน ถ้าสมาชิกไม่ร่วมมือธุรกิจชุมชนก็เกิดขึ้นไม่ได้ โดยที่สมาชิกควรร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำ และร่วมรับผิดชอบ

จากแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าธุรกิจชุมชนเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน โดยในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาถึงการจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบได้ด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการบัญชีและการเงิน เป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินการของธุรกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนนั้นๆ ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งตนเอง โดยคนในชุมชนเพื่อคนในชุมชน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชน

สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้ (2550) จัดทำระบบฐานข้อมูลและตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งสำหรับประเทศไทยขึ้น เพื่อจัดทำระบบฐานข้อมูลและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนทั้งในระดับประเทศและ

ระดับภูมิภาค รวมทั้งทดสอบตัวชี้วัดดังกล่าวกับสภาพความเป็นจริงในพื้นที่ ตลอดจนระบุข้อเสนอแนะทางการปรับปรุงและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยผลของการศึกษานอกจากจะได้พัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนแล้ว ยังได้เสนอยุทธศาสตร์ที่สำคัญเกี่ยวกับยุทธศาสตร์เสริมสร้างการพึ่งพาตนเองภายในชุมชน ซึ่งประกอบด้วยมาตรการต่างๆที่หลากหลาย ทั้งนี้มาตรการสร้างและพัฒนาอาชีพภายในชุมชนเป็นมาตรการที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพและรายได้ ทำให้เกิดความมั่นคงและหลากหลายในการประกอบอาชีพเพื่อเป็นที่มาของรายได้ของครัวเรือนในชุมชน

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล และอมรารวรรณ ทิวถนอม (2552) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศไทย โดยสรุปผลการศึกษาว่าการพัฒนาชุมชนและสังคมภายใต้ยุทธศาสตร์การสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศในช่วง 2 ปีแรกของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 มีความก้าวหน้าต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 อย่างชัดเจน ประชาชน ชุมชนทุกภูมิภาค รวมตัวกันและมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชนผ่านกระบวนการแผนชุมชนเพิ่มขึ้น หมู่บ้านต่างๆ ได้จัดทำแผนชุมชนถึงร้อยละ 91.4 และในจำนวนนี้เป็นหมู่บ้านที่มีการจัดทำแผนชุมชนในระดับดีมากถึงร้อยละ 74.2 ชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ศูนย์สาธิตหมู่บ้านและปราชญ์ชาวบ้าน ตลอดจนผ่านกระบวนการพัฒนาในรูปแบบต่างๆ ถึงร้อยละ 36.3 ของหมู่บ้านทั้งหมด ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลกันดูแลสวัสดิการชุมชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ทุกคนในชุมชนได้รับประโยชน์ และมีส่วนร่วมทั้งการเป็นผู้ให้และผู้รับอย่างมีศักดิ์ศรี โดยมีหมู่บ้านที่จัดตั้งกองทุนสวัสดิการของชุมชนแล้วคิดเป็นร้อยละ 89.8 ของหมู่บ้านทั้งหมด และในจำนวนนี้เป็นหมู่บ้านที่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องร้อยละ 34.7 ในขณะที่เดียวกันครัวเรือนถึงร้อยละ 96.0 เข้าร่วมดำเนินกิจกรรมเพื่อสาธารณะประโยชน์และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นว่าคนในชุมชนมีพื้นฐานของวิถีชีวิตที่มีความเอื้ออาทร และเสียสละเพื่อส่วนรวม อันเป็นทุนทางสังคมที่ยังมีอยู่มากในชนบท ชุมชนต่างๆ มีการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย ทั้งในรูปของเงิน ทรัพยากร การผลิตและการบริการ ความรู้ ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมอย่างเป็นทางการเพิ่มขึ้นเป็น 19,391 แห่งในปี 2551 สมาชิกประมาณ 2.9 แสนราย ในรูปแบบองค์กรชุมชน 64,952 แห่ง สมาชิก 16.7 ล้านคน และมีเงินออม 16,798.8 ล้านบาท รวมทั้งการรวมตัวเป็นกลุ่มสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรที่มีเสถียรภาพทางการเงินในระดับมั่นคงดีมาก และระดับมั่นคงดีเพิ่มขึ้นร้อยละ 36.6 ในช่วงระยะเวลาเดียวกัน การรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภาครัฐได้ส่งเสริมการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ถ่ายทอดความรู้ให้เกษตรกรรวมกลุ่มและจัดทำแผนวิสาหกิจชุมชน จำนวน 410 แห่ง สมาชิก 10,428 ราย พัฒนากระบวนการเรียนรู้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ 6,160 ราย พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นที่ยอมรับ

ของผู้บริโภคในระดับต่างๆ และเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานในภาคเศรษฐกิจระบบตลาด โดยมีโครงการที่เสนอให้บรรจุไว้ภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นแล้วจำนวน 35 โครงการ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นใน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ กลุ่มอาหาร กลุ่มเครื่องดื่ม กลุ่มเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย และกลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารและยา สามารถเพิ่มประสิทธิภาพผู้ประกอบการ และมีการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เมื่อพ.ศ. 2548 เป็นต้นมา

จากการศึกษางานวิจัยต่างประเทศพบว่างานวิจัยที่เน้นการจัดการธุรกิจชุมชน เช่นงานของ Kean R. และ คณะ (1998) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของคุณลักษณะชุมชน สภาพแวดล้อมภายนอกทางธุรกิจ และกลยุทธ์การแข่งขัน ที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกในชุมชน ทำการศึกษาในชุมชนชนบท 48 แห่ง ของ 12 รัฐแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา โดยคุณลักษณะของชุมชนวัดจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากร ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อคน อำนาจซื้อของคนในชุมชน และโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ (การเกษตร การท่องเที่ยว และอุตสาหกรรม) ส่วนผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีกภายในชุมชนนั้นวัดจากมูลค่าของยอดขาย ผลการศึกษาพบว่า อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนประชากรในชุมชน และระยะเวลาของการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกภายในชุมชนมีผลต่อการใช้กลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของผลการดำเนินงานธุรกิจค้าปลีกภายในชุมชน สำหรับคุณลักษณะของชุมชนและกลยุทธ์ในการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกในชุมชน ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านต้นทุน ความโดดเด่นของธุรกิจ การทำธุรกิจที่มีรูปแบบเฉพาะ นั้น ไม่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจค้าปลีก การที่ผู้ประกอบการค้าปลีกในชุมชนจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมภายนอกของธุรกิจเป็นสำคัญ

Raymond L. C. (1996) ได้ศึกษากลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการชุมชนเป็นลักษณะเฉพาะที่มีความครอบคลุมในประเด็นด้านเศรษฐกิจ โดยเน้นในเรื่องของผลลัพธ์และความสามารถในการชี้แจงเรื่องการลงทุนของรัฐบาล มุ่งความสนใจในเรื่องของประโยชน์ที่นอกเหนือจากความเชื่อมโยงในรูปแบบพื้นฐานของผลลัพธ์ ที่เน้นในเรื่องการดำเนินงานในการขยายการสนับสนุนที่เหมาะสมกับธุรกิจ และกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการของชุมชนจะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจเกิดความชัดเจนขึ้นโดยการมุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการวัดผลของผลลัพธ์เพื่อใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ การศึกษาของ Besser, T. l. (1999) ได้สรุปผลการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และการรับรู้ถึงความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมในเมืองขนาดเล็ก กรณีศึกษารัฐไอโอวา (Iowa) ประเทศสหรัฐอเมริกาว่า ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องเป็นธุรกิจที่มีการสนับสนุนชุมชนโดยจะต้องตระหนักถึงความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและมีส่วนในการคืนผลตอบแทนแก่ชุมชน

ส่วนงานของ Miller N. J. and Besser T. L. (2000) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสำคัญของชุมชนในการพัฒนากลยุทธ์ธุรกิจขนาดเล็ก กรณีศึกษาชุมชนชนบทรัฐโอไฮโอ มีวัตถุประสงค์เพื่อวัดและจำแนกประเภทของผู้ประกอบการ และผู้จัดการธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนชนบทรัฐโอไฮโอเกี่ยวกับระดับมูลค่าของชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) มูลค่าชุมชนระดับสูง คือมีระดับความร่วมมือภายในชุมชนสูง และมีความตั้งใจในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชน 2) มูลค่าชุมชนระดับกลาง คือมีส่วนร่วมชุมชน แต่มีความตั้งใจในการสนับสนุนกิจกรรมของชุมชนรวมทั้งมีภาวะผู้นำในระดับน้อยกว่ากลุ่มที่ 1 และ 3) มูลค่าชุมชนระดับต่ำ ไม่มีทัศนคติและการกระทำที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อชุมชน และแสดงถึงความต้องการมีส่วนร่วมในชุมชนระดับต่ำ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างของกลุ่มแรกมีระดับค่าเฉลี่ยด้านอายุ การศึกษา รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และมีความเข้าใจในความสำเร็จของธุรกิจ มากกว่ากลุ่มที่ 2 และ 3 นอกจากนี้สมาชิกในกลุ่มแรก ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรส และเป็นผู้ก่อตั้งธุรกิจด้วยตนเองและส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการ หรือธุรกิจค้าปลีก/ส่ง ในด้านการศึกษาระดับความสำคัญของกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ประกอบด้วยกลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 6 ด้าน ได้แก่ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการ กลยุทธ์การพัฒนาภาพลักษณ์ของธุรกิจชุมชน กลยุทธ์การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีใหม่ๆ กลยุทธ์การรับฟังคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ และกลยุทธ์นำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันสมัย ซึ่งดำเนินการภายใต้ขอบเขตกลยุทธ์ 5 ด้าน ได้แก่ การสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานภายในชุมชน การพัฒนาทางเลือกให้หลากหลาย การร่วมมือกับธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่น การพัฒนาความเชี่ยวชาญให้แก่ผู้ประกอบการและผู้จัดการ และการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจนอกชุมชน เมื่อทดสอบความแตกต่างพบว่ากลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มีการดำเนินการใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง 6 ด้าน ภายใต้การดำเนินงานขอบเขตกลยุทธ์ 5 ด้าน มากกว่ากลุ่มที่ 3 ดังนั้นธุรกิจชุมชนในกลุ่มที่ 1 ที่มีความร่วมมือในชุมชนระดับสูงเป็นกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจะมีส่วนสนับสนุนต่อชุมชนนั้นๆ ด้วย

นอกจากนี้ Jackson E. T. (2004) ได้ทำการศึกษานวัตกรรมชุมชนผ่านความเป็นผู้ประกอบการ กรณีศึกษาการทำข้อตกลงในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนาดา ผลการศึกษาพบว่า ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนาดา มีหลายบทบาทที่แสดงโดยผู้ประกอบการ ในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ พลังความร่วมมือของสังคมผู้ประกอบการ และการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรม ซึ่งนวัตกรรมชุมชนมุ่งให้ความสำคัญกับการได้มาซึ่งความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานขององค์กรในชุมชน นำมาซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติภารกิจของคนในชุมชนที่ดีขึ้น และส่งผลกระทบต่อที่กว้างและลึกขึ้นต่อสังคมและเศรษฐกิจในชุมชน การทำข้อตกลงเพื่อสนับสนุนนวัตกรรมชุมชนสามารถบรรลุได้โดยการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ โดยที่องค์กรในชุมชน

ต้องมีความสนใจในด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิตด้วยตนเอง ประสบการณ์จากการใช้โปรแกรมความช่วยเหลือ ซึ่งเทคนิคในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนได้เสนอแนะผู้ประกอบการวิชาชีพและผู้ที่ได้รับทุนไม่เพียงแต่มุ่งสนใจเฉพาะในด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาชุมชนเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงส่วนที่ไม่แสวงหาผลกำไรส่วนอื่นอีกด้วย ควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกันระหว่างชุมชน การเป็นผู้ประกอบการ การเผยแพร่ความรู้ และการทำข้อตกลงร่วมกัน ส่วนการศึกษาของ Markusen A. (2004) นั้นเน้นศึกษาเป้าหมายด้านอาชีพในการพัฒนาภูมิภาคและเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า บุคคลซึ่งเป็นพนักงานหรือผู้ประกอบการมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น บุคคลสามารถเรียนรู้ที่จะเป็นสมาชิกในกลุ่มอาชีพ ซึ่งเป็นการส่งเสริมความสำเร็จของพวกเขาโดยการวางแผนและมีนโยบายอย่างสมเหตุสมผล ในการระบุและการกำหนดเป้าหมายของอาชีพประกอบด้วย การมีทักษะสูง การแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเติบโต การรวมกลุ่ม การร่วมมือกับส่วนอื่น การสนับสนุน การประกอบการ และการพิจารณาศักยภาพของพื้นที่ สิ่งที่จะช่วยผลักดันในการพัฒนามีสามประการ ได้แก่ ต้องมีการวางแผน เนื่องจากผู้ประกอบการวิชาชีพยังมีความสับสนเกี่ยวกับตัวผู้จัดหาที่มีมาตรฐานและไม่มีมาตรฐาน และต้องมีการตัดสินใจใหญ่ที่มีผลกระทบต่อท้องถิ่น ประการที่สองคือ ลักษณะของศักยภาพความอุดมสมบูรณ์ของท้องถิ่นและภูมิภาคที่ยังไม่เป็นที่เข้าใจดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความไม่เข้าใจในห่วงโซ่สินค้า ประการสุดท้ายคือ การระบุความสำคัญของอาชีพ ซึ่งความรู้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเลือกอาชีพให้เหมาะสม

Crowe J. A. (2006) ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในวอชิงตันโดยการศึกษาธรรมชาติและทุนทางสังคม ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาทุนทางสังคมจะทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้ดีกว่าการพยายามเสริมสร้างความแข็งแกร่งในทางอุตสาหกรรม โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อชุมชนที่สามารถช่วยให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจชุมชนได้ ชุมชนที่มีที่ตั้งที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายสามารถควบคุมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และมีพื้นที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการเสริมความแข็งแกร่งในชุมชนนั้นๆ การศึกษาในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างตลาด และการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบและผู้จัดหา (Suppliers) นั้น เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกที่ตั้งของธุรกิจ อย่างไรก็ตามสภาพแวดล้อมของชุมชนมีความสำคัญต่อการเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรม แต่ก็ยังไม่สามารถพยากรณ์อนาคตได้ ในการศึกษาได้แสดงให้เห็นถึงการมีเครือข่ายที่หลากหลาย และการระดมความคิดเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรม โดยการใช้กลยุทธ์การร่วมมือกันระหว่าง 2 ชุมชนเพื่อมุ่งสู่การประสบความสำเร็จ และการพัฒนาคุณภาพของการบริการสาธารณะ ได้แก่ การศึกษา การบริการด้านสุขภาพ และการพัฒนาเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นการพัฒนาการบริการทางสังคม และ

โครงสร้างพื้นฐานจึงมีบทบาทสำคัญในการเสริมความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรม ในทางกลับกันชุมชนเองก็เสียผลประโยชน์จากความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมไปด้วย เนื่องจากเป็นเรื่องยากที่ชุมชนจะเข้าไปจัดการในด้านต่างๆ ได้แก่ การสูญเสียการควบคุมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และพื้นที่ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ให้แก่ชุมชนเนื่องจากการสร้างโครงสร้างพื้นฐานของชุมชนซึ่งปัจจุบันมีพื้นที่ลดลง ทำให้การพัฒนาชุมชนด้วยตนเองมีความยากลำบาก และใช้ระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น ซึ่งในระยะยาวการที่จะประสบความสำเร็จในการพัฒนาได้นั้น คนในชุมชนควรรู้จักประหยัด และช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ด้านการศึกษาของ Bosworth G. (2009) เรื่อง การศึกษา การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการพัฒนาธุรกิจชุมชน พบว่า การศึกษาให้ความหลากหลายทางโอกาส และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงาน ผู้ประกอบการหลายรายประสบความสำเร็จในการจ้างงานซึ่งมีความจำเป็นต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในการติดต่อเพื่อการลงทุนสำหรับการดำเนินธุรกิจระยะแรก ดังนั้นความสามารถในการเรียนรู้ ทำให้เกิดความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจซึ่งมีคุณค่าเป็นอย่างมากในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ อีกทั้งผู้ประกอบการชุมชนที่ได้รับการศึกษาสูงจะสามารถส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่มีศักยภาพในการสนับสนุนกิจกรรมทางธุรกิจในท้องถิ่น ประเด็นสำคัญคือ ปัจจุบันคนจำนวนมากได้รับโอกาสทางการศึกษามากขึ้นรวมทั้งคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนชนบทที่จะต้องออกจากพื้นที่เพื่อเข้ารับการศึกษาคือในระดับมหาวิทยาลัย ดังนั้นธุรกิจชุมชนจึงต้องได้รับการพัฒนาให้ธุรกิจเจริญเติบโตเพื่อเพิ่มความต้องการแรงงานคนหนุ่มสาวที่มีทักษะความสามารถไม่ว่าจะจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษา หรือมหาวิทยาลัยที่ต้องการทำงานในท้องถิ่น เป็นการสร้างงานและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่น

ส่วนการศึกษางานวิจัยในประเทศไทยของ สุมาลี พุ่มภิญโญ และคณะ (2545) ได้ศึกษาสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภาคใต้จังหวัดนครศรีธรรมราช และอ่างทอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดนครศรีธรรมราชใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เทคโนโลยีในการผลิตส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับต่ำ แต่โอกาสในการพัฒนาทางเทคโนโลยีมีความเป็นไปได้สำหรับกลุ่มที่สินค้ามีคุณภาพดี และผู้นำที่มีความสามารถ แต่ในกรณีของจังหวัดอ่างทอง กลุ่มผู้ผลิตต้องนำวัตถุดิบมาจากท้องถิ่น เทคโนโลยีในการผลิตอยู่ในระดับกลางและโอกาสพัฒนาเทคโนโลยีมีความเป็นไปได้มาก สำหรับสถานการณ์ทางการตลาดและกลยุทธ์ทางการตลาดของกลุ่มผู้ผลิตทั้ง 2 จังหวัดดังกล่าว มีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ทุกประเภททั้งด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด ทางด้านโอกาสทางการตลาดพบว่า จุดแข็งของกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดนครศรีธรรมราช คือ ความสามารถในการสร้างกำไรได้สูง ในขณะที่จุดอ่อนที่สุด คือ อุปกรณ์ขาดความทันสมัย และความเสียเปรียบด้านภูมิศาสตร์ แต่ในกรณีของกลุ่มผู้ผลิตในจังหวัดอ่างทอง จุดแข็งที่สุด คือ ความสามารถในการสร้างความต้องการซื้อ

ของลูกค้า จุดอ่อนที่สำคัญที่สุด คือ ขาดความมั่นคงทางการเงิน และต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น แต่การศึกษาดังกล่าวเน้นเฉพาะด้านการจัดการธุรกิจเท่านั้น ไม่ได้นำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาศึกษาอย่างชัดเจน

ด้านการศึกษาของ กิตติมา จอร์นส (2547) ได้ศึกษากระบวนการจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องจักรสาน ขององค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า คณะกรรมการดำเนินงานธุรกิจชุมชน มีการปฏิบัติตามกระบวนการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ด้านการจัดองค์การอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการนำ การควบคุม และการวางแผนอยู่ในระดับปานกลาง สมาชิกมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการของธุรกิจชุมชนด้านสถานที่ ด้านภาพลักษณ์ขององค์การ และด้านคณะกรรมการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านผลประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่ม ได้แก่ ขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากพึ่งพาภาครัฐมากเกินไป วัตถุดิบและแรงงานขาดแคลนในบางฤดูกาล ขาดการบริหารการตลาดเชิงรุก ผลิตตามคำสั่งซื้อ ไม่มีการกำหนดนโยบายการแข่งขันทำให้สินค้ามียอดขายต่ำ นอกจากนี้ยังพบว่า แนวทางการพัฒนากระบวนการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนตำบลธารปราสาท ควรเริ่มจากการวิเคราะห์วัฒนธรรมชุมชน นำสิ่งที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมภายนอก สร้างความรู้สึกการมีส่วนร่วมและความเป็นเจ้าของโดยการระดมทุน ระดมคน จากสมาชิกในชุมชน สร้างจิตสำนึกให้มีพันธะผูกพันร่วมกัน อันจะเป็นทุนทางสังคมที่สามารถแปลงหรือเพิ่มมูลค่าเป็นทรัพย์สินที่ประมาณค่าไม่ได้ ส่วนการศึกษาระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ท้องถิ่นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่ แสยง ศุภลักษณ์ (2547) พบว่า สภาพทั่วไปของการบริหารจัดการธุรกิจเป็นกรรมวิธีการผลิตแบบชาวบ้าน หรืออุตสาหกรรมภายในครอบครัว เป็นวิธีปฏิบัติที่ได้รับสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ นอกจากนี้ยังพบว่า มีปัญหาและความต้องการของผู้ผลิตทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร ปัญหาเกิดจากการรวมกลุ่มคนในการทำงาน และค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำ และขาดแคลนแรงงานฝีมือ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมเยาวชนให้มีความสนใจสืบสานต่อในงานอาชีพให้มากขึ้น 2) ด้านการเงิน ประสบปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน หากได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้กับชุมชนในท้องถิ่นอย่างเสมอภาค จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพมากขึ้น 3) ด้านวิธีการปฏิบัติงาน คนงานมีทักษะชำนาญในการใช้ฝีมือ แต่พบปัญหาในการจัดการเอกสาร เช่น การทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เอกสารคำสั่งซื้อ ช่องทางการจัดจำหน่ายในตลาดต่างประเทศ และกฎหมายการทำธุรกิจ 4) ด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์ทุกกลุ่มมีการแข่งขันกันมากขึ้น ช่องทางการจัดจำหน่ายมีตามชุมชนทั่วไป ผู้บริโภคมีความพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ดีมีคุณภาพ และผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และ 5) ด้าน

เครื่องจักร ส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นอย่างง่าย ๆ ในการใช้งานหัตถกรรม บางกลุ่มผู้ผลิตอาจต้องการเครื่องจักรขนาดเล็ก ซึ่งพบว่าหน่วยงานที่ให้การส่งเสริมผู้ผลิตยังไม่ได้ให้การสนับสนุนด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยี เนื่องจากเครื่องจักรมีราคาสูง

ธีระพล ศิริบุษยา (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องหนัง (รองเท้า) ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า คณะกรรมการดำเนินงานธุรกิจชุมชนมีการดำเนินงานด้านการบริหารการผลิต โดยมุ่งรักษาคุณภาพมาตรฐาน และการสร้างความชำนาญเฉพาะผลิตภัณฑ์ ด้านการบริหารการตลาด ให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการบริหารการเงิน ให้ความสำคัญกับการจัดสรรผลประโยชน์ที่ดีแก่สมาชิก และมีระบบการเงินที่สามารถตรวจสอบได้ ด้านบุคลากร ให้ความสำคัญกับการจัดฝึกอบรมด้านการพัฒนาฝีมืองานเพื่อให้สมาชิกเกิดความชำนาญในงานฝีมือในส่วนสมาชิกกลุ่มมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนโดยรวม และรายด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารการตลาด การบริหารการเงิน และด้านบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการบริหารการผลิตสมาชิกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดโดยรวม และเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง (รองเท้า) อยู่ในระดับมาก สำหรับการวิจัยของ สุภาพ สุทธิรักษ์ (2549) นั้นได้ทำศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเกษตร กรณีแปรรูปอาหาร ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถในการทำกำไร คือ ระบบการผลิต ความสามารถในการจัดการ การบริการเชิงคุณภาพ ความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน ความภักดีของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า แต่มีเพียง 4 ปัจจัยเท่านั้นที่ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการทำกำไรอย่างมีนัยสำคัญ คือ ระบบการผลิต การบริการเชิงคุณภาพ ความภักดีของลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้า ผู้วิจัยมีข้อเสนอสำหรับการวิจัยในครั้งนี้เป็น 2 ส่วน คือ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมจะต้องมีการรวมกลุ่มเพื่อหาตลาด พัฒนาความสามารถในด้านการจัดการ พัฒนาความสามารถเชิงสมรรถนะของพนักงาน พัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และการวิจัยเพื่อการพัฒนา ในขณะที่ภาครัฐต้องให้การสนับสนุนปัจจัยพื้นฐานต่างๆ โดยการตั้งศูนย์พัฒนาบุคลากร ปฏิรูประบบภาษีธุรกิจไม่ให้ซับซ้อน จัดตั้งศูนย์ข้อมูลทางธุรกิจและคำแนะนำทางการเงิน ด้านการศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่นของ อาณัติ อรรถนิตย์ (2549) พบว่า เงินทุนกลุ่มมีจำนวนมากกว่า 200,000 บาทขึ้นไป โดยแหล่งที่มาของเงินทุนมาจาก เงินทุนสนับสนุนภายนอกกลุ่ม การระดมเงินจากสมาชิก และการเก็บผลกำไรส่วนเกินเข้ากลุ่ม ด้านการใช้เงินทุนภายในกลุ่มมีแนวทางการใช้ 5 ทาง ได้แก่ การออมเงินหรือสำรองเงินทุนไว้ ให้สมาชิกกู้ยืม ใช้ในกิจกรรมการตลาด ใช้ในกิจกรรมอบรมดูงาน และใช้ในกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อมูลการบริหารจัดการกลุ่ม พบว่า ผู้มี

ส่วนร่วมในการตัดสินใจมากที่สุดคือ ประธานกลุ่ม หน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือมากที่สุดคือ พัฒนาชุมชน และมีหน่วยงานภายนอกเข้ามาช่วยเหลือด้านงบประมาณ ข้อมูลการบริหารจัดการการผลิต และทรัพยากร พบว่า ส่วนใหญ่ต้องซื้อวัตถุดิบจากภายนอกชุมชน และปริมาณการผลิตผ้าไหมเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ข้อมูลการจัดการการเงิน พบว่า มียอดขายต่อเดือนไม่เกิน 50,000 บาท และส่วนใหญ่ขายเป็นเงินสด ข้อมูลการจัดการการตลาด พบว่า การกำหนดราคาของกลุ่มขึ้นอยู่กับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ส่วนปัญหาเรื่องระบบการบริหารจัดการ บางกลุ่มยังมีระบบการจัดการไม่ดีพอ มีต้นทุนการผลิตสูง การแข่งขันในพื้นที่มีสูงมาก ความช่วยเหลือของหน่วยงานต่างๆ ยังไม่บูรณาการกัน ปัญหาเรื่องการปรับตัวและความไม่พร้อมของบางกลุ่ม

นอกจากนี้ ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระพี้ อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม เพื่อศึกษาการดำเนินงานของคณะกรรมการ การจัดการอาคารสถานที่ การประกอบธุรกิจชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการตลาดริมน้ำดอนหวาย ผลการศึกษาพบว่า 1) การดำเนินงานของคณะกรรมการ มีการจัดตั้งคณะกรรมการเป็นลายลักษณ์อักษร จากแกนนำสำคัญและผู้เกี่ยวข้องในชุมชน มีภาครัฐและเอกชนเป็นที่ปรึกษาในการดำเนินงาน มีการแก้ปัญหาโดยการปรับบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการให้สอดคล้องกับการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานมาอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดการอาคารสถานที่ พบว่าพื้นที่ร้านค้ามีความแออัด ไม่ถูกสุขลักษณะ ไม่สะดวกต่อการเดินชมสินค้า มีการแก้ปัญหาโดยการควบคุม จำกัดจำนวนร้านค้าให้เหมาะสม ในส่วนของแพและเรือท่องเที่ยวไม่พบปัญหาในภาพรวม และพบว่า สถานที่จอดรถไม่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว มีการแก้ปัญหาโดยการจัดซื้อที่ดินจัดระบบที่จอดรถให้สะดวก และปลอดภัย 3) การประกอบธุรกิจชุมชน มีความได้เปรียบเชิงทรัพยากรคือ มีสินค้าทางภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีอยู่ในท้องถิ่น มีการควบคุมคุณภาพและตรวจสอบสินค้า มีการผลิตสินค้าให้สอดคล้องกับภาวะความต้องการของตลาด มีวิธีการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการแก่นักท่องเที่ยว และมีการปรับตัวต่อผลกระทบจากสถานการณ์ภายนอกด้านเศรษฐกิจ 4) การมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ได้เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม มีการประสานกับองค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงาน โดยมีผู้นำเป็นต้นแบบที่ดีในการดำเนินการ ส่วนการศึกษาของ มนต์รัก ธีรานุสรณ์ (2550) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา โดยศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนในพื้นที่อำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา ที่มีผลการคัดสรรให้เป็นสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยปี 2549 ระดับ 5 ดาว และระดับ 4 ดาว พบว่า ปัจจัยด้านการเงิน ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนด้านเงินทุนเอง โดยทุกธุรกิจมีการวางแผนเงินทุนสำรองไว้ส่วนหนึ่ง เพื่อใช้ในกรณีที่ต้องการเงินล่วงหน้า และมีการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ในปริมาณมาก ซึ่งเงินทุนส่วนใหญ่เป็น เงินทุนส่วนตัวที่ทำธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไปมาตั้งแต่ต้น จึงมีเงินทุนเพียงพอในการประกอบธุรกิจ ในระยะต่อมามีได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานทาง

ราชการแบบให้เปล่า บางหน่วยงานให้ยืม แบบไม่มีดอกเบี้ย และมีการระดมเงินทุนจากสมาชิกในกลุ่มธุรกิจโดยมีข้อตกลงร่วมกันในการเก็บเป็นเงินหุ้นและเงินออม ปัจจัยด้านการตลาด พบว่า มีผลิตภัณฑ์ให้เลือกอย่างหลากหลาย มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด มีการกำหนดราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ มีการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทางและส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง มีการส่งมอบสินค้า ถึงผู้รับบริการอย่างรวดเร็ว ทำให้สินค้ามีคุณค่าเป็นที่ต้องการของตลาด ส่งผลให้ธุรกิจประสบ ความสำเร็จ ปัจจัยด้านการผลิต พบว่า ผู้ประกอบการจะเป็นผู้วางแผน และควบคุมการผลิต ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ว่าได้มาตรฐาน ตามที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ โดยใช้แรงงานเป็นคนในท้องถิ่นในการผลิตทั้งหมด และปัจจัยด้านการบริหารจัดการ พบว่า ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินงานหรือวิธีการปฏิบัติงานเอง โดยดูจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นเกณฑ์ มีโครงสร้างองค์กรที่มีการกำหนดตำแหน่งต่างๆ ไว้ แต่เป็นการกำหนดเพื่อรองรับ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่ต้องมีโครงสร้างของสมาชิกในกลุ่มธุรกิจ แต่การบริหารจัดการจริงๆ ยังคงเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้มีประสบการณ์มากกว่าสามารถจัดคนเข้างานได้อย่างเหมาะสม ตรงตามความถนัดของแต่ละคน ไม่มีความขัดแย้งกันภายในองค์กร เนื่องจากสมาชิกให้การยอมรับผู้ประกอบการ เพราะผู้ประกอบการมีหลักการบริหารจัดการที่ดี ไม่ใช่ใช้วิธีการสั่งการ แต่จะใช้วิธีการมอบหมายงานให้ทำ มีการสอบถามความพร้อมความสามารถในการทำงานก่อนมอบหมายงานให้ทำ ส่งผลให้ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกเป็นอย่างดี และธุรกิจ ประสบความสำเร็จจนถึงปัจจุบัน

การศึกษาเรื่อง การพัฒนาธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา สุราษฎร์ธานี จังหวัดสุรินทร์ ธนาธร ภูพันธ์ และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย (2551) พบว่า กลุ่มอาชีพมีการจัดโครงสร้างองค์กรตามหน้าที่ความรับผิดชอบ แต่สมาชิกกลุ่มยังไม่ได้ทำหน้าที่ที่รับผิดชอบอย่างเต็มที่ ด้านการตลาดมีปัญหาที่สำคัญคือ ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์อย่างพอเพียงไม่มีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการขาย ส่วนด้านการผลิต สามารถจัดหาปัจจัยการผลิตได้ภายในท้องถิ่น ด้านการเงินยังขาดสภาพคล่องและเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน และยังขาดการจัดทำระบบบัญชีมาตรฐานเพื่อใช้ในการตรวจสอบงบการเงิน ซึ่งมีแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพโดยการพัฒนาความรู้ ความสามารถในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ พัฒนาเครือข่ายทางการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น อีกทั้งควรมีการจัดทำงบประมาณเพื่อเป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงานและจัดทำระบบบัญชีเพื่อให้มีระบบควบคุมที่ชัดเจน นอกจากนี้ สุภาพ สุทธิรักษ์ (2551) ยังได้วิจัยถึงการพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความเข้มแข็ง กรณีดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา ผลการศึกษาพบว่า ด้านการผลิต ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ คือ ใบยางพารา ซึ่งเป็นของสมาชิกเอง ในด้านแรงงานมีการใช้แรงงานจากสมาชิกในกลุ่ม ส่วนเงินทุนนั้นส่วนใหญ่ได้มาจากค่าหุ้นของสมาชิก ผลตอบแทนจากการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพาราเป็นร้อยละ 17.91 สำหรับด้านการตลาดนั้น พบว่า รูปแบบของผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย เน้นการ

ขายส่งกับพ่อค้าคนกลาง และมีการส่งเสริมการตลาดในหลายรูปแบบ เช่น การออกร้านและโฆษณาทางวิทยุ ส่วนโอกาสทางการตลาด พบว่า จุดแข็งที่สำคัญ คือ ความได้เปรียบด้านวัตถุดิบและภาวะความเป็นผู้นำของกลุ่ม จุดอ่อนที่สำคัญคือ อุปสรรคขาดความทันสมัย และส่วนแบ่งด้านตลาดมีน้อย โอกาสที่สำคัญ คือ กระแสนิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ จำนวนคู่แข่งมีไม่มาก ส่วนอุปสรรคที่สำคัญ คือ ขาดการรับรองมาตรฐานสินค้าจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และรายได้ของประชากรยังอยู่ในระดับต่ำ ในด้านระดับศักยภาพของธุรกิจชุมชน พบว่า ระดับศักยภาพ หรือ ระดับความเข้มแข็งอยู่ในระดับดี แต่เมื่อพิจารณาในแต่ละด้าน ระดับศักยภาพที่อยู่ในระดับดีมี 3 ด้าน คือ ด้านทิศทางของธุรกิจชุมชน ด้านการบริหารตลาด และด้านการบริหารสมาชิก ส่วนที่เหลืออีก 4 ด้าน คือ การวางแผนดำเนินงาน การจัดการสินค้าและบริการ ด้านจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสารและด้านผลลัพธ์การดำเนินงาน สำหรับศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจชุมชนสู่ความเข้มแข็งมี 2 ตัวแปร คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิก และชุมชนได้รับผลประโยชน์ ส่วนปัญหาและอุปสรรค ได้แก่ การผลิตมีวัตถุดิบไม่เพียงพอในบางช่วง ช่องทางการตลาดมีน้อย ขาดข้อมูลด้านการตลาดและระดับศักยภาพบางด้านอยู่ในระดับต่ำ แต่การวิจัยของสุภาพ สุทธิรักษ์ก็มีได้เน้นศึกษาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นเฉพาะการจัดการธุรกิจชุมชนเท่านั้น

ด้านการศึกษาของ ธวัชชัย เพ็งพิณิจ (2551) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนกรณีศึกษาหมู่บ้านโฮมสเตย์ และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชนหมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านจอมแจ้ง หมู่ที่ 1 ตำบลสีกาย อำเภอเมืองจังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย 1) ทูทางธรรมชาติ 2) ทูทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ผู้นำทางการและกึ่งทางการในชุมชน 4) การมีส่วนร่วมและเรียนรู้ด้วยกันของสมาชิกในชุมชน 5) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ 6) การสร้างเครือข่าย 7) การสร้างข้อตกลงร่วมกัน 8) การกระจายรายได้ 9) ความโปร่งใส และ 10) มีกิจกรรมต่อเนื่อง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชนหมู่บ้านประมงน้ำจืด ประกอบด้วย 1) ทูทางธรรมชาติ 2) ผู้นำทางการในชุมชน 3) การแลกเปลี่ยนความรู้ 4) ความต่อเนื่องของการผลิต 5) การกระจายรายได้ และ 6) การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ นอกจากนี้ยังพบว่า รูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนหมู่บ้านโฮมสเตย์และหมู่บ้านประมงน้ำจืด ประกอบด้วย 1) พัฒนาทูทางธรรมชาติ 2) ใช้ผู้นำทางการ 3) สร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน 4) ให้หน่วยงานภาครัฐสนับสนุน 5) กระจายรายได้ และ 6) สร้างความต่อเนื่องของกิจกรรม ซึ่งแนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน ควรเน้นการพัฒนาตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โดยดำเนินการในทางสายกลางและการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน ภายใต้อำนาจพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว บนพื้นฐานของความรู้และคุณธรรม เพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้ และเทคโนโลยี และการศึกษาของ ภาวิณี เพื่อนสงคราม (2551) ได้ศึกษาการ

จัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาฟาร์มเห็ดนางฟ้าในเขตบ้านดอนมัน ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการ สมาชิกกลุ่ม และกรรมการกลุ่ม ผู้ผลิตเห็ดนางฟ้า จำนวน 27 ราย ผลการศึกษาพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประกอบอาชีพทำนาเป็นอาชีพหลัก ผลิตเห็ดนางฟ้าในลักษณะร่วมกันทำงานและแบ่งผลประโยชน์กันทุกงวดการผลิต ทุกคนมีหุ้นในกลุ่มอย่างน้อย 10 หุ้น มูลค่า 100 บาท มีระบบแบ่งงานกันทำ เช่นสมาชิกที่ยังเรียนหนังสือจะช่วยรดน้ำช่วงเย็น ส่วนสมาชิกที่เป็นผู้ใหญ่จะรดน้ำเห็ดตอนกลางวัน กลุ่มมีรายได้สุทธิจากการผลิตเห็ดนางฟ้า เป็นเงินทั้งสิ้น 169,800 บาทต่อรอบการผลิต กำไรสุทธิต่อกิโลกรัมเท่ากับ 20.58 โดยเกษตรกรเป็นผู้กำหนดราคา โดยพิจารณาความต้องการของตลาด มีช่องทางการจำหน่าย 3 ช่องทาง คือสมาชิกนำไปขายหมู่บ้าน ใกล้เคียง ร้อยละ 24 พ่อค้าคนกลางรับไปจำหน่าย ร้อยละ 44 และลูกค้ามาซื้อไปบริโภคเอง ร้อยละ 32 สำหรับปัญหาและอุปสรรค คือ กลุ่มมีผลผลิตไม่เพียงพอกับความต้องการของตลาด ราคาซื้อเฉลี่ยไม่เพียงพอมีแนวโน้มสูงขึ้น ดอกเห็ดนางฟ้ามีราคาไม่แน่นอน พื้นที่การผลิตจำกัด และขาดการวางแผนการเงินเพื่อรองรับการขยายการผลิต

การศึกษาวិเคราะห์การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต 1 (2554) พบว่า ประเด็นที่กลุ่มอาชีพต้องปรับปรุงแก้ไขพัฒนา ได้แก่ ประเด็นด้านการจัดการความรู้ การบริหารสมาชิกกลุ่ม กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และการลดต้นทุน ในส่วนของการวิเคราะห์ประเด็นหลักๆ ที่ต้องพัฒนา ได้แก่ เทคโนโลยีการผลิต การตลาด ที่ทันสมัย การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูป การประชาสัมพันธ์ การบัญชีที่เป็นระบบ เงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่หรือทำเลที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นที่ตั้งกลุ่มในการดำเนินการผลิต หลักการเขียนโครงการขอสนับสนุนเงินทุน การเชื่อมโยงการผลิต การตลาด และการติดตามผลดำเนินงานที่เป็นระบบ ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ ซึ่งข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ศึกษาครั้งนี้ ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ต้องร่วมกันบูรณาการ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผล มีแผนงาน โครงการ มาตรการต่างๆ รองรับ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการพัฒนากลุ่มอาชีพมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ผลประโยชน์ที่ได้รับจะช่วยให้ชุมชนมีความแข็งแกร่ง พึ่งตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตรงตามหลักการแนวคิด “วิสาหกิจชุมชน” และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ นันทิยา หุตานวัตร (ออนไลน์, 2555) ได้ทำการศึกษา กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งธุรกิจชุมชน พบว่า องค์กรธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้กลยุทธ์โดยรวม 20 ประการ โดยกลยุทธ์ 12 ประการแรกเป็นกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาคนและการเงิน ดังนี้ 1) ใช้ระบบเครือข่ายเป็นฐานการตั้งกลุ่มเมื่อเริ่มแรก 2) สร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพการทำธุรกิจของเกษตรกร 3) สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและพันธผูกพันผ่านการ

ถือหุ้น 4) สรรหาผู้นำที่ฉลาด เสียสละ และทำงานหนัก 5) ตัดสินใจโดยคณะกรรมการในการบริหารธุรกิจ 6) อาศัยจุดแข็งทดแทนจุดอ่อนซึ่งกันและกันของผู้นำ 7) สร้างกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาผู้นำใหม่ 8) จัดสรรผลประโยชน์ที่พอสมควรและเป็นธรรมแก่สมาชิก 9) ตั้งกฎระเบียบและบังคับใช้ตามความเหมาะสมของธุรกิจ 10) สร้างเครือข่ายพันธมิตรเป็นพลังการช่วยเหลือเกื้อกูล 11) ระดมทุนจากภายนอกและภายในชุมชนตามความจำเป็นของธุรกิจ และ 12) ควบคุมการเงินโดยระบบบัญชีโปร่งใส กลยุทธ์ 4 ประการต่อไปเป็นกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการผลิต ดังนี้ 1) พัฒนาคุณภาพของผลผลิตในรูปแบบการสร้างความแตกต่างของสินค้า 2) ลงทุนโดยปัจเจกหรือกลุ่มตามธรรมชาติของธุรกิจ 3) ลดต้นทุนโดยการลดต้นทุนวัตถุดิบ การลดต้นทุนการผลิต และการลดต้นทุนการเงิน และ 4) ควบคุมสินค้าคงคลังให้มีประสิทธิภาพแต่ไม่กระทบผลประโยชน์ของสมาชิก กลยุทธ์อีก 4 ประการเป็นกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาการตลาด ดังนี้ 1) สร้างจุดขายจากความแตกต่างของสินค้าภายใต้ชื่อของกลุ่มเกษตรกร 2) อาศัยความสัมพันธ์เครือข่ายของกลุ่มเป็นช่องทางการตลาด 3) ใช้ข้อมูลการตลาดที่เป็นปัจจุบันให้เป็นประโยชน์ในการเจรจาธุรกิจ 4) ใช้நிகர்ขายหรือตัวแทนตลาดที่เห็นประโยชน์ของกลุ่มเป็นสำคัญและต้องมีความสามารถทางการตลาด

Donkwa, K. (2012) ได้ ทำ การ วิจัย เรื่อง การ พัฒนา เศรษฐกิจ ชุมชน ใน ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน 4 ด้าน คือ การผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย ที่มีต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินให้กับชุมชน ในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ การให้การศึกษา การให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การสร้างสาธารณูปโภค และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ผลการศึกษา พบว่าขนาดของผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อการจัดสรรกำไรเข้าสู่ชุมชนนั้น สามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชน โดยปัจจัยด้านการขายมีผลกระทบมากที่สุดต่อปัจจัยของการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชนในการให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การให้การศึกษา และการสร้างสาธารณูปโภค 0.417 0.396 และ 0.334 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการผลิตมีผลกระทบมากที่สุดต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 0.381 สำหรับกิจกรรมการบริโภคของคนในชุมชนไม่มีผลต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในทุกด้าน เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นจากการบริโภค อาจอยู่ในรูปของการนำไปทำนุบำรุงทางด้านศาสนา และศิลปวัฒนธรรม

2.3 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เสน่ห์ จามริก (2546) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักการ อุดมการณ์ ปรัชญาที่เกิดจากการเรียนรู้ถึงเหตุปัจจัยของสังคมไทยที่ต้องเผชิญกับกระแสโลกาภิวัตน์ มีสาระสำคัญคือ การกลับฟื้นคืนจิตวิญญาณของมนุษย์สู่ชีวิตเศรษฐกิจที่แท้จริง ไม่ใช่เป็นเพียงเศรษฐกิจเงินตรา แต่เป็นเศรษฐกิจที่ประกอบไปด้วยมนุษย์กับธรรมชาติเป็นแก่นสาร ทั้งยังเป็นการให้มองและเข้าใจมนุษย์ในความหมาย

ของความเป็นมนุษยชาติโดยรวม และเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติตามสัจธรรมความจริง ซึ่งไม่ได้จำกัด อยู่แค่การแก้ไขปัญหาความยากจน แต่เกี่ยวเนื่องกับความหลากหลายทางชีวภาพ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และการสร้างฐานต้นทุนทางสังคมและภูมิคุ้มกันสำหรับอนาคตของประเทศชาติโดยรวม

นอกจากนี้เศรษฐกิจพอเพียงยังมีลักษณะเป็นเศรษฐกิจสายกลาง หรือเศรษฐกิจแบบมีขีดจำกัด ปฏิบัติที่เชื่อมโยงกับความเป็นครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เป็นเศรษฐกิจที่บูรณาการเชื่อมโยงชีวิตจิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความเป็นประชาสังคม ดังนั้นจึงอาจเรียกชื่อปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในชื่ออื่นๆ เช่น เศรษฐกิจพื้นฐาน เศรษฐกิจดุลยภาพ เศรษฐกิจบูรณาการ หรือ เศรษฐกิจศีลธรรม เศรษฐกิจพอเพียง จึงมีความหมายถึงความพอเพียงอย่างน้อย 7 ประการ คือ (ประเวศ วะสี, 2548 อ้างถึงใน อภิชัย พันธเสน, 2549 และประเวศ วะสี, 2550)

1. พอเพียงสำหรับทุกคน ทุกครอบครัว ไม่ใช่เศรษฐกิจแบบทอดทิ้งกัน
2. จิตใจพอเพียง รักเอื้ออาทรผู้อื่น
3. สิ่งแวดล้อมพอเพียง อนุรักษ์และเพิ่มพูนสิ่งแวดล้อมที่จะเป็นพื้นฐานในการประกอบอาชีพ
4. ชุมชนเข้มแข็งพอเพียง รวมตัวกันแก้ไขปัญหาคือปัญหาสังคม ปัญหาความยากจน หรือปัญหาสิ่งแวดล้อม ฯลฯ
5. ปัญญาพอเพียง เรียนรู้ร่วมกัน เท้าหนักกับการเปลี่ยนแปลงโลก
6. ตั้งอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมพอเพียง เพราะเศรษฐกิจที่สัมพันธ์ และเติบโตจากฐานทางวัฒนธรรม อันหมายถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนที่สัมพันธ์อยู่กับสิ่งแวดล้อม จึงจะเป็นเศรษฐกิจที่มั่นคง
7. มีความมั่นคงพอเพียง ไม่ผันผวนอย่างรวดเร็วจนกระทั่งมนุษย์ไม่สามารถรับได้

ทองทิพภา วิริยะพันธ์ (2550) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียงจะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญ สรุปลงได้ดังนี้ 1) ใช้ทางสายกลาง โดยเน้นการดำเนินชีวิตหรือการดำเนินงานในลักษณะไม่เร่งรัดหรือ เชื่องช้าจนเกินไป มีความพอดี อยู่อย่างประมาณตน ตามฐานะ ตามอัตภาพ ไม่หลงกระแสวัตถุนิยม มีอิสรภาพ สร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับชีวิตทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ 2) ให้ความสำคัญกับความพอประมาณ โดยยึดหลักความมีเหตุผล และตั้งอยู่บนพื้นฐานความไม่ประมาท ใช้สติปัญญาในการพิจารณาเรื่องต่างๆ 3) ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ ให้มีความพอเพียง ทั้งในด้านวัตถุ และด้านจิตใจ เป็นการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับจริยธรรม คุณธรรม และความซื่อสัตย์ สุจริต ให้รู้จักคำว่าพอ ขจัดความโลภใ้ให้น้อยลง ให้มีความสุขทั้งทางกาย จิตใจ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความวุ่นวายให้แก่สังคมโดยรวม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้มนุษย์รู้จักการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด รู้จักความพอเพียง รู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านจิตใจ ยึดหลัก “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” โดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อประเทศชาติ มีเมตตา เอื้ออาทร ประนีประนอม เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง รู้รักสามัคคี 2) ด้านสังคม ให้แต่ละชุมชนช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีการเชื่อมโยงไปสู่

เครือข่ายชุมชนที่เข้มแข็ง เพื่อให้มีการกระจายรายได้ที่ดีขึ้น มีการแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในทุกๆ ด้าน 3) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงการใช้และการจัดการทรัพยากรอย่างชาญฉลาด พร้อมทั้งหาทางเพิ่มมูลค่า โดยยึดหลักของความยั่งยืน 4) ด้านเทคโนโลยี ควรผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) ด้านเศรษฐกิจ ควรให้ความสำคัญกับหลักการประหยัด ตัดทอนค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นทุกด้าน ลดการฟุ่มเฟือยฟุ้งเฟ้อ ยึดหลักพออยู่ พอกิน พอใช้ หลีกเลี่ยงการก่อหนี้ที่ไม่มีผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า

สำนักราชเลขาธิการ (ออนไลน์, 2550) ได้นำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 มาสรุปเป็นหลักพิจารณาอยู่ 5 ส่วน ดังนี้

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อความมั่นคง และความยั่งยืนของการพัฒนา

2. คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

3. คำนียาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะพร้อม ๆ กัน ดังนี้

3.1 ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

3.2 ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

3.3การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

4. เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

4.1 เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ

4.2 เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทนมีความเพียรใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต

5. แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ จากการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้และเทคโนโลยี

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) ได้กล่าวถึง การน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ซึ่งทุกคนสามารถนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตได้ไม่ใช่เฉพาะในหมู่คนจนหรือเกษตรกรโดยต้องเกิดจิตสำนึกมีความศรัทธาเชื่อมั่นเห็นคุณค่า และนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง แล้วจึงขยายไปสู่ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป โดยแบ่งเป็นระดับ ดังนี้ 1) ความพอเพียงระดับบุคคลและครอบครัว มุ่งเน้นให้บุคคลและครอบครัวอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขทั้งทางกายและทางใจพึ่งพาตนเองอย่างเต็มความสามารถไม่ทำอะไรเกินตัวดำเนินชีวิตโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่นรวมทั้งใฝ่รู้และมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อความมั่นคงในอนาคต และเป็นที่ยิ่งให้ผู้อื่นได้ในที่สุด เช่น หาปัจจัยสี่มาเลี้ยงตนเองและครอบครัวจากการประกอบสัมมาชีพ รู้ข้อมูลรายรับ-รายจ่าย ประหยัดแต่ไม่ตระหนี่ ลด ละ เลิก อบายมุข สอนให้เด็กรู้จักคุณค่า รู้จักใช้ และรู้จักออมเงิน ดูแลรักษาสุขภาพ มีการแบ่งปันภายในครอบครัว ชุมชน และสังคมนอกบ้าน รวมถึงการรักษาวัฒนธรรม ประเพณี และการอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม 2) ความพอเพียงระดับชุมชน คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม ช่วยเหลือเกื้อกูลกันภายในชุมชนบนหลักของความรู้ รัก สามัคคี สร้างเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันภายในชุมชนและนอกชุมชนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เช่น การรวมกลุ่มอาชีพ องค์กรการเงินสวัสดิการชุมชน การช่วยดูแลรักษาความสงบความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมทั้งการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในชุมชนมาสร้างประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างเสริมชุมชนให้มีความเข้มแข็งและมีความเป็นอยู่ที่พอเพียง 3) ความพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชน เริ่มจากความมุ่งมั่นในการดำเนินธุรกิจที่หวังผลประโยชน์ หรือกำไรในระยะยาวมากกว่าระยะสั้นแสวงหาผลตอบแทนบนพื้นฐานของการแบ่งปัน มุ่งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์อย่างเหมาะสม และเป็นธรรมทั้งลูกค้า คู่ค้า ผู้ถือหุ้น และพนักงาน ด้านการขยายธุรกิจต้องทำอย่างค่อยเป็นค่อยไปรวมทั้งต้องมีความรู้และเข้าใจธุรกิจของตนเอง รู้จักลูกค้า ศึกษาคู่แข่ง และเรียนรู้การตลาดอย่างถ่องแท้ ผลิดในสิ่งที่ถนัดและทำตามกำลัง สร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง มีการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้น มีความซื่อสัตย์รับผิดชอบต่อสังคมและป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่สำคัญต้องสร้างเสริมความรู้ และจัดสวัสดิการให้แก่พนักงานอย่างเหมาะสม และ 4) ความพอเพียงระดับประเทศ เป็นการบริหารจัดการประเทศ โดยเริ่มจากการวางรากฐานให้ประชาชนส่วนใหญ่อยู่อย่างพอมีพอกิน และพึ่งตนเองได้ มีความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต มีการรวมกลุ่มของชุมชนหลายๆ แห่งเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ สืบทอดภูมิปัญญาแล้วร่วมกัน

พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างรู้ รัก สามัคคี เสริมสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างชุมชนให้เกิดเป็นสังคมแห่งความพอเพียงในที่สุด

นอกจากนี้ขวัญกมล ดอนขวา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าในด้านขนาดของผลกระทบในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตาม 3 ท่วง 2 เงื่อนไขนั้น ผู้สูงอายุนำหลักเกณฑ์ความมีเหตุผลมาใช้ในการตัดสินใจมากกว่าเกณฑ์ความพอประมาณ และเกณฑ์ภูมิคุ้มกัน โดยใช้เงื่อนไขความรู้มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐาน ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหลักความมีเหตุผลของผู้สูงอายุ คือ ปัจจัยด้านบุคคล โดยผู้สูงอายุใช้เหตุผลในการพิจารณาว่าพนักงานขายที่เต็มใจในการให้บริการด้านข้อมูล รายละเอียดของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้สูงอายุใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ มากกว่าพนักงานขายที่ไม่เต็มใจให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนพนักงานขายนั้นไม่มีอัธยาศัยในการให้บริการ ในด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ นั้น ผู้สูงอายุใช้เหตุผลในการประเมินราคา จากคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาที่ตั้งไว้นั้นไม่ควรแพงเกินกว่าคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่จะได้รับ และด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ผู้สูงอายุใช้เหตุผลพิจารณาวันที่ผลิตและวันหมดอายุของสินค้า เนื่องจากการซื้อสินค้าที่ผลิตมานาน หรือการซื้อสินค้าที่ใกล้จะหมดอายุอาจทำให้คุณภาพหรือประโยชน์ที่จะได้รับจากตัวสินค้านั้นลดลง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเป็นข้อค้นพบใหม่จากการวิจัยที่ยังไม่มีการศึกษามาก่อน

จากแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานธุรกิจชุมชน เพราะธุรกิจชุมชนเป็นการประกอบการโดยกลุ่ม หรือองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของ และร่วมกันดำเนินธุรกิจ ตลอดจนร่วมรับผลประโยชน์จากการดำเนินการ ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนเป็นการผลิต และการบริการที่เหมาะสมต่อสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน เนื่องจากการดำเนินการที่อาศัยความสัมพันธ์ทางสังคม โดยอาศัยวัตถุประสงค์จากธรรมชาติหรือหาได้จากท้องถิ่นเป็นสำคัญ ใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ไม่ซับซ้อน ส่วนใหญ่จะเป็นองค์ความรู้ดั้งเดิมของชุมชนที่นำมาประยุกต์เข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ใช้แรงงานท้องถิ่นที่มีระดับฝีมือค่อนข้างต่ำ ซึ่งความชำนาญของแรงงานเกิดจากการเรียนรู้ที่ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหรือคนในชุมชนเดียวกัน ธุรกิจชุมชนเน้นการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการบริหารจัดการองค์กร โดยมีการแบ่งบทบาทหน้าที่ที่สอดคล้องกับการดำเนินงานขององค์กร แหล่งเงินทุนในการดำเนินการส่วนใหญ่มาจากการระดมทุนจากสมาชิกกลุ่ม และอาจได้มาจากการเข้าร่วมหุ้นของบุคคลภายนอก บางส่วนมาจากการสนับสนุนของหน่วยงานภายนอกในรูปแบบเงินยืมหรือสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ การจัดสรรผลประโยชน์ นอกจากจะสรรผลตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มแล้ว ยังจัดสรรเงินกำไรบางส่วนสำหรับการบริหารจัดการ การขยายธุรกิจ ตลอดจน

จัดสรรไว้สำหรับดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์และกิจกรรมพัฒนาในชุมชนอีกด้วย ดังนั้น การที่จะทำให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดได้ด้วยตนเองแล้ว การทำธุรกิจชุมชนจึงมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ประเทศไทยในขณะนี้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยิ่ง คือการใช้ความรู้ที่มีอยู่ในชุมชน และการใช้ทรัพยากรตามท้องถิ่นที่ตัวเองมีมาผสมผสานกับความรู้สามารถทำให้ท้องถิ่นนั้นดำเนินธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน และปัจจัยสำคัญคือความร่วมมือของคนในชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งภาครัฐ และประชาชนโดยมีผู้นำท้องถิ่นในชุมชนเป็นผู้ผลักดันอย่างจริงจัง (กัญญามาน อินทวงศ์, ออนไลน์, 2553)

ด้านการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ สำนักงานเศรษฐกิจเกษตร (2555) กล่าวว่า พื้นฐานของประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นตั้งแต่ขั้นการฟื้นฟูและขยายเครือข่ายเกษตรกรรมให้ยั่งยืน เป็นการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตและบริการอย่างพออยู่พอกินไปจนถึงการแปรรูปอุตสาหกรรมครัวเรือน สร้างอาชีพ และทักษะวิชาการ ซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่ละขั้นตอนเป็นลำดับ รวมถึงเทคโนโลยีที่ค่อยๆ พัฒนาขึ้นมาจากฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ภายในชาติและเรียนรู้จากโลกภายนอกด้วย ซึ่งในการพัฒนาประเทศไม่ได้มีแบบอย่างตายตัวตามตำรา แต่ต้องเป็นไปตามสภาพภูมิประเทศทางภูมิศาสตร์ สังคมวิทยา วัฒนธรรมชุมชน ที่มีความหลากหลาย ในขณะเดียวกันต้องเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วตามอิทธิพลของกระแสโลกาภิวัตน์ ควบคู่ไปกับการพยายามหาแนวทางหรือวิธีการที่จะดำรงชีวิตตามหลักการพื้นฐานของเศรษฐกิจพอเพียง ให้ดำเนินไปได้อย่างสมดุลและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในยุคโลกาภิวัตน์ โดยอาศัยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวสร้างภูมิคุ้มกันต่อผลกระทบที่ชุมชนอาจจะได้รับ ไม่ให้กระแสเหล่านั้นมาทำลายเอกลักษณ์และวัฒนธรรมชุมชนจนต้องล่มสลายไป จากแนวพระราชดำริ เศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางที่ให้ประชาชนดำเนินตามวิถีแห่งการดำรงชีพที่สมบูรณ์ ศานติสุข โดยมีธรรมะเป็นเครื่องกำกับ และใจตนเป็นที่สำคัญ ซึ่งก็คือวิถีชีวิตไทย ที่ยึดเส้นทางสายกลางของความพอดี ในหลักของการพึ่งพาตนเอง 5 ประการ ได้แก่ 1) ความพอดีด้านจิตใจ คือ มีความเข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ มีจิตสำนึกที่ดี เอื้ออาทร ประณีประนอม คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวม 2) ความพอดีด้านสังคม คือ มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน รู้จักฉันทนกำลัง และที่สำคัญมีกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดจากฐานรากที่มั่นคงและแข็งแรง 3) ความพอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คือ รู้จักใช้และจัดการอย่างฉลาดและรอบคอบ เพื่อให้เกิดความยั่งยืนสูงสุด ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในประเทศ เพื่อพัฒนาประเทศให้มั่นคงเป็นขั้นเป็นตอนไป 4) ความพอดีด้านเทคโนโลยี คือ รู้จักใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมให้สอดคล้องกับความต้องการและควรพัฒนาเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้านของเราเอง และสอดคล้องเป็นประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมของเราเอง และ 5) ความพอดีด้านเศรษฐกิจ คือ เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ดำรงชีวิตอย่างพอสมควร พออยู่ พอกินตามอัตภาพ

และฐานะของตนเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเริ่มจากการสร้างพื้นฐาน ความพอกินพอใช้ ของประชาชนในชาติเป็นส่วนใหญ่มาก่อน แล้วจึงค่อยเสริมสร้างความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจตามลำดับ เพื่อจะได้เกิดสมดุลทางด้านต่างๆ หรือเป็นการดำเนินการไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอนจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระราชทานพระราชดำริชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยมาโดยตลอดนานกว่า ๒๕ ปี ตั้งแต่ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ และเมื่อภายหลังได้ทรงเน้นย้ำแนวทางการแก้ไขเพื่อให้รอดพ้น และสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เป็นปรัชญาที่ถึงแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นให้ผู้ผลิต หรือผู้บริโภค พยายามเริ่มต้นผลิต หรือบริโภคภายใต้ขอบเขต ข้อจำกัดของรายได้ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งก็คือหลักในการลดการพึ่งพา เพิ่มขีดความสามารถในการควบคุมการผลิตได้ด้วยตนเอง และลดความเสี่ยงจากการไม่สามารถควบคุมระบบตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยพื้นฐานแล้ว ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม เศรษฐกิจของประเทศจึงควรเน้นที่เศรษฐกิจธุรกิจเกษตร เน้นความมั่นคงทางอาหาร เป็นการสร้างความมั่นคงให้เป็นระบบเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง จึงเป็นระบบเศรษฐกิจที่ช่วยลดความเสี่ยง หรือความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจในระยะยาวได้ นอกจากนี้ เศรษฐกิจพอเพียงยังสามารถประยุกต์ใช้ได้ในทุกระดับ ทุกสาขา และทุกภาคของเศรษฐกิจ ไม่จำเป็นจะต้องจำกัดเฉพาะแต่ภาคการเกษตร หรือภาคชนบท แม้แต่ภาคการเงิน ภาคอสังหาริมทรัพย์ และการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ โดยมีหลักการที่คล้ายคลึงกันคือ เน้นการเลือกปฏิบัติอย่างพอประมาณ มีเหตุมีผล และสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ตนเองและสังคม (มูลนิธิชัยพัฒนา, ออนไลน์, 2555)

จากแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจสายกลาง หรือเศรษฐกิจแบบมัชฌิมา ปฏิปทาที่เชื่อมโยงกับความเป็นครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในการดำเนินการผลิต และการบริการที่เหมาะสมต่อสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน โดยงานวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาถึงองค์ประกอบ 3 ห่วง ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไขความรู้ และคุณธรรม เพื่อให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินกิจการด้วยความพอดี ใช้เหตุผลในการพิจารณาและตัดสินใจ และมีการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจในอนาคต ซึ่งจะทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการธุรกิจชุมชน

ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ (อ้างถึงในสุทิน ลีปะชาติ นริสา พิชัยวรุฒมะ และอาทิสุดา ณ นคร, 2550) ได้สรุปไว้ในบทความวิชาการเกี่ยวกับความพอเพียงในธุรกิจเอกชน โดยได้อธิบายถึงการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินการของภาคธุรกิจเอกชนว่ามักจะมีความเข้าใจผิดว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่สอดคล้องกับระบบตลาด ระบบที่เน้นการแข่งขัน มุ่งหากำไรตามความจริงแล้ว ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้ปฏิเสธระบบตลาด แต่วาเป็นเครื่องชี้นำ เครื่องกำกับการทำงานของกลไกตลาดใหม่เสถียรภาพดีขึ้น โดยเฉพาะเงื่อนไขทางด้านคุณธรรม จะเป็นตัวทำให้การแข่งขันมีความเป็นธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์แกesวนรวมมากขึ้น ธุรกิจที่จะใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องคำนึงถึงว่าการแข่งขันจะต้องทำอย่างพอประมาณ โดยคำนึงถึงศักยภาพของตัวเอง จะต้องทำธุรกิจที่มีความชำนาญ หรือใช้หลักความรู้มาพัฒนาตัวเองใหม่ ความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องระวัง อยาดำเนินการในลักษณะที่มีความเสี่ยงมากเกินไป ซึ่งถ้าเป็นแบบนี้ก็หมายถึงว่าจะสามารถแข่งขันได้และมีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ตัวอย่างของธุรกิจขนาดใหญ่ที่ประสบผลสำเร็จ และใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องกำกับก็คือ บริษัทในเครือซิเมนต์ไทย โดยกลุ่มบริษัทซิเมนต์ไทยเป็นองค์กรที่มีการขยายตัวอย่างมีคุณภาพ ไม่ทำอะไรเกินกำลังการลงทุน การขยายตลาดก็มีการพิจารณาอย่างเหมาะสม ในแง่การตลาดก็จะเลือกตลาดที่มีความรู้ ความเข้าใจเป็นอย่างดี การดำเนินธุรกิจก็ทำอย่างระมัดระวังไม่เสี่ยงมาก ขณะเดียวกันก็เน้นการพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรบุคคล ให้เป็นบุคคลที่ทั้งเป็นคนดี และเป็นคนเก่งในยุคโลกาภิวัตน์ หมายถึงว่า มันมีโอกาสใหม่ๆ เกิดขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี อาจมีความผันผวนบางอย่างตามมา เพราะฉะนั้นความเสี่ยงมันมากับโอกาส ภาคเอกชนยิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวให้ทันเหตุการณ์ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะห่วงที่สาม คือ ความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี จัดเป็นเครื่องที่จะช่วยกำกับการดำเนินงานให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืน และไม่มีความเสี่ยงมาก สิ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับประเด็นนี้คือว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้มีความเป็นสากล และทันสมัย เพราะว่าหลักการของการมีภูมิคุ้มกันที่ดี หรือห่วงที่สาม ก็คือการบริหารความเสี่ยง หรือที่ศัพท์เทคนิค เรียกว่า Risk Management ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในการบริหารจัดการสมัยใหม่ ซึ่งแนวทางการบริหารความเสี่ยงที่ธุรกิจเอกชนควรจะนำมาใช้มี 3 ชั้น คือ ชั้นที่หนึ่ง จะต้องมีการวิเคราะห์และบ่งชี้ออกมาว่าอะไรคือความเสี่ยง โอกาสความเสี่ยงจะเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน กระทบต่อธุรกิจอย่างไร ชั้นที่สอง ต้องประเมินว่า ผลกระทบจากความเสี่ยงนั้นมันรุนแรงแค่ไหน ธุรกิจมีขีดความสามารถจะรับได้แค่ไหน และชั้นที่สาม คือ ต้องกำหนดกรอบในการดูแลความเสี่ยง ซึ่งมีหลายวิธี เช่น ภายโอนออกไป ของบางอย่างไม่ถนัด ก็อย่าทำเอง ใจจางคนอื่นทำ หรือใช้บริการประกัน ความเสี่ยง ซึ่งอาจจะต้องเสียเงิน

นิทหนอยแต่ความมั่นคงที่ค้อมที่จะต้องทำแบบนั้น หรืออีกวิธีหนึ่งคือทุเลาความเสี่ยง มีผลกระทบอะไรที่มีมาตรการมารองรับให้ทุเลาผลกระทบอันนั้นน้อยไป หรือถ้าจำเป็นจริงๆ ก็อาจจะหลีกเลี่ยงไปเลยวาทายไปเสี่ยงทำในธุรกิจนั้น หรือกิจกรรมนั้น จะเห็นได้ว่า ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้เป็นหลักที่ใช้ในการกำกับการดำเนินงานของธุรกิจเอกชนได้ ซึ่งสรุปได้ว่า มีความสอดคล้องกันในทุกระดับ และเกี่ยวของกับการบริหารจัดการขององค์การเอกชนที่สมบูรณ์ทุกด้าน ดังนั้นบทสรุปที่สำคัญคือ ประการแรกผู้ประกอบการต้องปรับแนวความคิดพื้นฐานของการทำธุรกิจ คือ การทำกำไรเป็นที่ตั้งมาเป้นวามมุ่งการทำกำไรอย่างเดียวไม่พอ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ตามหลัก Balanced Scorecard ได้แก่ (1) พนักงาน (2) ลูกค้า (3) การบริหารการเงิน และ(4) การบริหารกระบวนการ เพราะฉะนั้น ธุรกิจจะยืนอยู่ได้ จะคิดแต่ทำกำไรอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีความดีที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและสังคมรอบๆ ข้าง ต้องมองสังคม สิ่งแวดล้อมและสิ่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ประการที่สอง ผู้ประกอบการต้องเชื่อมั่นและทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นแนวทางที่สามารถทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะห่วงที่สาม คือ ความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี จัดเป้นเครื่องที่จะช่วยกำกับการดำเนินงานให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนและไม่มีความเสี่ยงมาก อยางไรก็ตามการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเกิดได้หลายด้านและหลายรูปแบบ ไม่มีสูตรสำเร็จผู้ประกอบการแต่ละคนต้องพิจารณาตามความเหมาะสมให้สอดคล้องกับเงื่อนไข และสถานะที่ตนเผชิญอยู่ และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะช่วยให้ผู้ประกอบการ “ฉุ่คิด” วามีทางเลือกอีกทางหนึ่ง ที่จะช่วยให้เกิดความมั่นคง สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

ในการศึกษางานวิจัยที่ได้มีการนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงประเภทธุรกิจเกษตร ของเกษตรกรปลูกมะขามหวานเพื่อการค้า จังหวัดเพชรบูรณ์ ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชนพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง การนำไปทดลองใช้ และการประเมินผลการจัดรูปแบบองค์กร มีข้อค้นพบดังนี้ เกษตรกรเห็นพ้องต้องกันในการพัฒนาการจัดการองค์กรโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวทางการพัฒนา จึงร่วมกันทำแผนปฏิบัติการพัฒนาองค์กร 7 กิจกรรมหลัก คือ 1) ศึกษาปัจจัยแวดล้อมองค์กร โดยวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส อุปสรรค 2) พัฒนาโครงสร้างองค์กร 3) อบรมการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง 4) การศึกษาดูงาน 5) พัฒนาโครงสร้างองค์กรตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง 6) ดำเนินการทดลองการจัดการตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง และ 7) ประเมินผลการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งองค์กรดำเนินการตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดความยั่งยืน โดยมีภารกิจคือ กระตุ้นให้สมาชิกลดรายจ่ายเพิ่มรายได้โดยยึดแนวเศรษฐกิจพอเพียง กำกับดูแลการจัดทำบัญชี

ครัวเรือน งบประมาณรายจ่ายประจำสวน ชักนำให้สมาชิกใช้ปุ๋ยชีวภาพ จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างปราชญ์ชาวบ้านกับสมาชิก ประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดและการผลิตเป็นผู้ประสานงานระหว่างกาให้การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนกับกลุ่มสมาชิก ระดมทุนในท้องถิ่น เติบโตอย่างพอเพียง การประเมินผลการจัดการองค์กรโดยการตรวจเยี่ยมสวน มอบรางวัลแก่ผู้ชนะเลิศ การทำบันทึกการจัดการสวนมะขามหวาน บันทึกค่าใช้จ่ายในการดูแลสวนและบัญชีครัวเรือน ด้านการศึกษาของ ศิริวรรณ วรรณศรี (2551) เรื่อง กระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในบ้านตาดเสริม ตำบลบ้านม่วง อำเภอสังขม จังหวัดหนองคาย พบว่า เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้น ลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็นลง มีความมั่นคงด้านอาหาร ด้านสังคมพบว่า เกิดการรวมกลุ่มพึ่งพาอาศัยกัน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ ด้านสิ่งแวดล้อมพบว่า เกษตรกรนำทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เป็นประโยชน์ โดยการผลิตปุ๋ยอินทรีย์จากเศษเหลือใช้ทางการเกษตร โดยนำไปใช้ในการปลูกพืชทดแทนการใช้ปุ๋ยเคมี ด้านการบริหารโครงการพบว่า เป็นการบริหารโดยกำหนดแผนงานจากต้นทางสู่ปลายทาง หรือจากบนลงล่าง และมีกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของเกษตรกร และสภาพพื้นที่ คือ กิจกรรมการเลี้ยงโค กิจกรรมการเลี้ยงสุกร กิจกรรมการเลี้ยงไก่พื้นเมือง กิจกรรมการปลูกพืชผักสวนครัว กิจกรรมการปลูกไม้ผลตามแนวรั้วและขอบบ่อ กิจกรรมการผลิตปุ๋ยอินทรีย์ กิจกรรมการปลูกกล้วยน้ำว้า และกิจกรรมการเลี้ยงปลาในสระเก็บน้ำในไร่นา แต่ในส่วนรายละเอียดของบางกิจกรรมไม่สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ ดังนั้นสรุปว่ากระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงจะได้ผลดีมากขึ้น ถ้ามีการศึกษาลงในรายละเอียดของกิจกรรม ความต้องการของเกษตรกร และสภาพพื้นที่ โดยให้โอกาสเกษตรกรมีส่วนร่วมควบคุมไปกับการสร้างเงื่อนไขด้านความรู้และคุณธรรมให้แก่เกษตรกร นอกจากนี้ สุคนธ์ เหลืองอิงคะสุต (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริกับการบันทึกบัญชีครัวเรือนของประชาชนในเขตพื้นที่ ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี และค้นพบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การเพิ่มรายได้ การลดรายจ่าย การเรียนรู้ การประหยัด และด้านการเอื้ออาทรต่อกัน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้ความเข้าใจในระดับมากทุกด้าน ด้านการบันทึกบัญชีครัวเรือนพบว่า มีการบันทึกบัญชีครัวเรือนเป็นบางครั้ง โดยมีการบันทึกการรายรับ – รายจ่าย แจ้งรายการรายรับรายจ่ายให้สมาชิกในครอบครัวทราบ อบรมสมาชิกในครอบครัวในการบันทึกบัญชี สมาชิกในครอบครัวมีส่วนร่วมในการบันทึกบัญชี และเจ้าหน้าที่มาติดตามผลและสนับสนุน เป็นบางครั้งทุกรายข้อ และพบว่าความรู้และความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีความสัมพันธ์กับการบันทึกบัญชีครัวเรือนของประชาชน

พิชัย มีชัย (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 45 – 48 ปี มี

สถานภาพสมรส และระดับการศึกษาสูงสุดคือประถมศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 3 คน และทำนาเป็นอาชีพหลัก และพบว่าสมาชิกในกลุ่มธุรกิจชุมชนรับทราบแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากโทรทัศน์ และสมาชิกธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติตนตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สมาชิกมีความตระหนัก และมีความพอใจในการใช้ชีวิตความเป็นอยู่แบบเศรษฐกิจพอเพียงในระดับมากที่สุด สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนมีความเต็มใจในการตัดสินใจเลือกใช้การดำเนินชีวิตแบบเศรษฐกิจพอเพียงร้อยละ 100 โดยสมาชิกกลุ่มตัดสินใจเลือกดำเนินธุรกิจธุรกิจชุมชน โดยมีหน่วยงานจากภาครัฐให้การสนับสนุนเป็นส่วนใหญ่ นอกจากนี้ยังใช้เงินทุนจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ในการดำเนินธุรกิจชุมชน และสมาชิกธุรกิจชุมชนเกือบทั้งหมดมีการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีรายได้พอใช้กับรายจ่าย ร้อยละ 92 มีการปลูกฝังเรื่องการประหยัดให้แก่สมาชิกในครอบครัวร้อยละ 96 มีการวางแผนการใช้จ่ายเงินประจำเดือนของการดำเนินธุรกิจชุมชนอย่างสม่ำเสมอ ร้อยละ 98 ด้านคุณภาพชีวิต สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนมีสุขภาพกายอยู่ในระดับดีมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.73 เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ รวมทั้งบริโภคอาหารที่ถูกหลักอนามัย นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มยังมีสุขภาพจิตที่เป็นปกติ ด้านปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการดำเนินธุรกิจชุมชน พบว่า สมาชิกได้แสดงความคิดเห็นแยกเป็นรายด้าน ได้แก่ ปัญหาด้านเศรษฐกิจ มีปัญหาเรื่องราคาปัจจัยการผลิต เนื่องจากปัจจุบันต้นทุนในการดำเนินการสูงขึ้น แต่ได้รับผลตอบแทนไม่เต็มที่เท่าที่ควร ปัญหาด้านการศึกษาและการเรียนรู้ สมาชิกยังขาดทักษะและความรู้ด้านการเกษตร และในการดำเนินธุรกิจชุมชนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกวิธีควรได้รับการเรียนรู้ให้มากขึ้นกว่าเดิม ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม สมาชิกยังมีการใช้สารเคมีในการเพิ่มผลผลิตของกลุ่ม ส่งผลให้สมาชิกต้องสูดดมสารพิษ และเกิดการสะสมสารเคมีในดิน ปัญหาด้านสังคมและวัฒนธรรม สมาชิกกลุ่มมีปัญหาเรื่องการเสพยาและบุหรี ร้อยละ 10 ซึ่งทำให้เกิดปัญหาด้านหนี้สินตามมา ซึ่งเป็นอุปสรรคในการปฏิบัติตนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เนื่องจากสมาชิกยังขาดเหตุผล ขาดความพอประมาณในการบริโภค และไม่มีภูมิคุ้มกันตนเองที่จะกันตนให้ออกจากสิ่งเหล่านี้ หน่วยงานภาครัฐควรเล็งเห็นความสำคัญของการดำเนินชีวิตแบบพึ่งตนเอง โดยต้องสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ที่มีจุดมุ่งหมายในการแก้ปัญหาความยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน และความอยู่ดีมีสุขของคนไทยภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นการสร้าง ความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานการพัฒนาประเทศ

ด้านการศึกษาของ ทับทิม สวรรค์วงศ์ (ออนไลน์, 2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจชุมชน (บ้านอนุรักษ์กระดาดสา) พบว่า หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของธุรกิจชุมชน ได้ดังนี้ ด้านความพอประมาณ ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เมื่อเทียบกับการดำเนินธุรกิจได้แก่ การมี

จุดมุ่งหมายที่มุ่งหวังได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไรสุทธิระยะยาวมากกว่าระยะสั้น โดยการประยุกต์ใช้หลักความพอประมาณในทางธุรกิจ จะมีลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญๆ คือ การผลิตจะเน้นการผลิตเพื่อลูกค้าบางกลุ่มมากกว่าการผลิตเพื่อขายทั่วไป ด้านความมีเหตุมีผล การรู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง ซึ่งทำให้การบริหารมีลักษณะที่สำคัญๆ ดังนี้ เข้าใจในธุรกิจของตน และตลาดที่ตนแข่งขันอยู่อย่างถ่องแท้ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากคู่แข่ง และมีนวัตกรรมใหม่ๆ มีการวิจัยตลาดรวมทั้งเข้าใจถึงสมรรถนะหลักขององค์กร และเน้นการผลิตที่ตรงกับสมรรถนะหลักขององค์กร ตลอดจนตรวจสอบผลการดำเนินงานของตนกับบริษัทคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ เข้าใจถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ โดยพยายามไม่ให้สมาชิกมีหนี้สินและความกังวล ซึ่งจะกระทบต่องานศิลปะที่ต้องใช้ความประณีต รวมทั้งมีการรักษากระบวนการผลิตให้เป็นธรรมชาติที่สุด และมีความยืดหยุ่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มในช่วงเวลาต่างๆ ด้านการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ต้องเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสม โดยกระจายผลิตภัณฑ์และตลาดเพื่อลดความเสี่ยง ปรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าฟุ่มเฟือยมาเป็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ประจำ และกระจายตลาดในหลายประเทศ เพื่อลดผลกระทบจากวัฏจักรเศรษฐกิจต่อสินค้าฟุ่มเฟือย ควบคุมกระบวนการจัดหาวัตถุดิบให้ต่อเนื่อง สะสมเงินออม โดยมีระบบการแบ่งเงินที่เหลือจากเงินหมุนเวียนเป็นเงินออมระยะยาว และมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่เหมาะสมกับการสะสมเงินไว้สำหรับการลงทุนใหม่ ประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรส่งเสริมความรู้และคุณธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และใช้ความรู้ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง สร้างเสริมให้สมาชิกได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ส่วนทางด้านคุณธรรมนั้น ต้องมีการสร้างความตระหนักและให้ยึดมั่นในคุณธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในด้านความเพียร ความอดทน และความซื่อสัตย์ โดยให้มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ให้มีคุณธรรมและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า โดยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณธรรมกับสังคมรอบข้างโดยการป้องกันผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อม และจัดทำโครงการเพื่อพัฒนาชุมชน ส่งเสริมคุณธรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยปกครองด้วยหลักความเมตตา และยอมรับผลกระทบอย่างเท่าเทียมกันในช่วงวิกฤต

เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน บนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า สภาพปัญหาของกลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ในด้านของการบริหารจัดการกลุ่ม พบปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างการบริหารงาน หน้าที่งาน และความรู้เข้าใจในการบริหารงานเชิงธุรกิจ ยังไม่ชัดเจน ด้านการตลาดพบปัญหาเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ยังไม่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ด้านการผลิตพบปัญหาเกี่ยวกับประสิทธิภาพการผลิต แรงงาน วัตถุดิบ อุปกรณ์ การทำงาน กระบวนการผลิต สถานที่ การขนส่ง และคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์ ด้านการเงินบัญชีพบ

ปัญหาเกี่ยวกับการจัดหาเงินทุนและกระบวนการในการลงบันทึกรายการทางการเงินยังจัดทำได้ไม่ครบถ้วนโดยทางกลุ่มมีความต้องการความรู้และการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมในเรื่องที่เป็นปัญหาทั้ง 4 ด้าน อย่างไรก็ตามกลุ่มมีศักยภาพในเรื่องของความสามัคคี มีความตั้งใจในการพัฒนา มีพื้นฐานความรู้ในการตัดเย็บที่ดี และมีช่องทางการตลาดของตนเอง และจากการพัฒนาความรู้ให้แก่กลุ่มอาชีพ ทำให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงมีรูปแบบในการดำเนินงานเชิงธุรกิจครบทุกหน้าที่ ได้แก่ การบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงินบัญชี ทำให้กลุ่มมีการบริหารงานด้วยหลักเหตุผล มีความรอบรู้ทางการตลาด มีความรอบคอบในการผลิต และเกิดความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน จนกลุ่มสามารถจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เป็นผลสำเร็จ แสดงถึงศักยภาพและความสามารถของชุมชน ในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีสำหรับธุรกิจชุมชน บนหลักความพอประมาณตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ส่วนการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ตำบลลาดพัฒนา อำเภอมะนัง จัหวัดมหาสารคาม เพ็ญมณี พลขำนิ (2554) พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินตามโครงการโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ และการควบคุม ตรวจสอบ แก้ไขปัญหาเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.23 รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.21 และด้านการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 เมื่อเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านที่มีความแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ไม่แตกต่างกัน

ด้านการศึกษาของ ขนิษฐา กาญจนรังษินันท์ และคณะ (2554) เรื่อง โครงการวิจัยประโยชน์สุขจากเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิจัยพบว่า 1) การดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงทำให้ผู้ให้ข้อมูลทุกระดับได้รับความสุขให้กับตนเองและครอบครัว มีความสุขมากพอที่จะไม่ต้องการอะไรเพื่อตัวเองและครอบครัวอีก มีความภูมิใจ และเต็มใจ “ให้” หรือ “แบ่งปัน” ผู้อื่น 2) ส่วนใหญ่ผู้ที่ดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงได้ให้ความรู้ ความคิด และแบบอย่างในการดำเนินชีวิต และคุณค่าหรือคุณประโยชน์แก่คนในชุมชน ซึ่งคุณค่าที่ผู้ให้ข้อมูลทุกกลุ่มภูมิใจที่ได้ให้คือ ผลผลิตและบริการที่ผลิตหรือทำขึ้นจากการดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง 3) สิ่งที่ชุมชนทำแล้วเป็นการทำประโยชน์สำหรับคนในชุมชน คือ การส่งเสริมและสนับสนุนให้คนในชุมชนมีวิถีชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง การกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนให้เป็นไปตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง การทำกิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของหมู่บ้าน รวมทั้งกิจกรรมที่จะทำให้คนในชุมชนสามารถดำเนินวิถีชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงได้สะดวกขึ้น 4) สิ่งที่กลุ่มมองครุให้ คือ ความรู้ และผลผลิตที่ทำให้คนในสังคมมีสุขภาพที่ดี ส่วน

ประโยชน์ที่ทำให้กับสังคม คือ การเพิ่มคุณค่าในการผลิตด้วยการไม่ใช้สารเคมี ส่วนประโยชน์ที่ทำให้กับชุมชน คือ การทำให้สมาชิกของกลุ่มองค์กรมีอาชีพ รายได้ และความสุขจากการทำอาชีพดังกล่าว รวมทั้งการฟื้นฟูกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต 5) สิ่งที่ต้องครของรัฐให้ คือ บุคลากรหรือข้าราชการที่ดี หน่วยราชการที่ดี บริการที่ปรารถนาดีต่อประชาชนผู้รับบริการ และความรู้ด้านการปฏิบัติงานตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งถือเป็นประโยชน์ที่ต่อสังคมด้วย

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าวข้างต้นพบว่า ยังไม่มีการวิจัยหรือทำการศึกษาอย่างชัดเจนในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน เพียงแต่การวิจัยหรือการศึกษาดังกล่าวนั้นเฉพาะการจัดการธุรกิจของชุมชนเท่านั้น ซึ่งการจัดการธุรกิจชุมชนดังกล่าวเน้นภาพรวมถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี ซึ่งนำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 2 ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

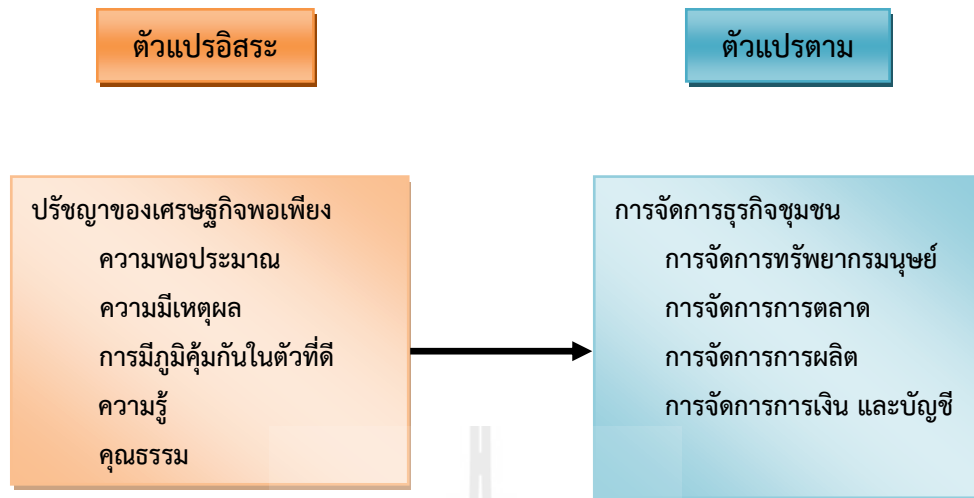
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 4 คุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงได้ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : ปรับปรุงจาก คู่มือปฏิบัติการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือน (หน้า 5) กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย, (2549), กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมธุรกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน และ การจัดการธุรกิจชุมชน (หน้า 9) หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต การจัดการและการประเมินโครงการตามโครงการเพิ่มประสิทธิภาพบริหารจัดการกองทุน หมู่บ้านและชุมชนเมือง กระทรวงศึกษาธิการ, (2545), กรุงเทพฯ : บริษัท ศรีสยามพริ้นท์ แอนด์แพคค์ จำกัด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีวิธีในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

3.1 วิธีการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ซึ่งมีวิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบของการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประธาน และคณะกรรมการกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จจากการที่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ ขอนแก่น และอุดรธานี โดยมีขั้นตอนของการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ศึกษางานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องทั้งจากหนังสือ และบทความทางวิชาการ เพื่อเรียบเรียงความสำคัญของปัญหาการวิจัย
2. กำหนดวัตถุประสงค์ และสมมุติฐานงานวิจัย
3. พัฒนารอบแนวคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรเป้าหมายที่จะทำการศึกษา กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. สร้างและพัฒนาเครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัย รวมทั้งหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
7. วิเคราะห์ข้อมูล และทดสอบสมมุติฐานงานวิจัย
8. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
9. นำเสนอข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์และพัฒนางานวิจัยครั้งต่อไป

3.2 วิธีดำเนินการวิจัย

3.2.1 ประชากร

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เน้นประชากรกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา คือ ประธาน และคณะกรรมการกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จจากการที่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยเรียงลำดับที่ 1-4 ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ ขอนแก่น และอุดรธานี และจังหวัดดังกล่าวมีจำนวนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาวระดับประเทศในปี 2553 เท่ากับจำนวน 67 52 45 และ 33 ตามลำดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิมีจำนวนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดอยู่ในระดับ 5 ดาวเป็นอันดับที่ 1 และลำดับที่ 2 ของประเทศไทย ส่วนจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดอุดรธานีมีจำนวนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่จัดอยู่ในระดับ 5 ดาวเป็นอันดับที่ 3 และลำดับที่ 4 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยในที่นี้ประชากรทั้งหมดที่จะนำมากำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจะใช้จำนวนกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้ารวมตั้งแต่ระดับ 3 - 5 ดาว ซึ่งจังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ มีสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้าประกวดจำนวน 214 กลุ่ม 127 กลุ่ม 105 กลุ่ม และ 73 กลุ่ม ตามลำดับ รวมทั้งสิ้น 519 กลุ่ม (กรมส่งเสริมสหกรณ์, ออนไลน์, 2554)

3.2.2 ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง และการสุ่มตัวอย่าง

กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากทราบจำนวนประชากร คือ กลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาว ปี 2553 ที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ เท่ากับจำนวน 214 กลุ่ม 127 กลุ่ม 105 กลุ่ม และ 73 กลุ่ม ตามลำดับ โดยจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิ ถือว่าเป็นตัวแทนในการสุ่มกลุ่มตัวอย่างของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ส่วนจังหวัดขอนแก่น และ จังหวัดอุดรธานีเป็นตัวแทนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ซึ่งค่าพารามิเตอร์ที่ใช้ศึกษาค่าเฉลี่ย ตามการคำนวณด้วยสูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง (คณิต ไชมุขด์, 2546) ดังนี้

$$n = \frac{\frac{z^2 \sigma^2 N}{Z}}{d^2(N-1) + \frac{z^2 \sigma^2}{Z}}$$

โดยที่	n	=	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
	d	=	ความคลาดเคลื่อนสูงสุดระหว่างค่าเฉลี่ยประชากรกับค่าเฉลี่ยตัวอย่างเท่ากับ 0.1
	$Z_{\frac{\alpha}{2}}$	=	1.96 (ระดับความเชื่อมั่น 95%)
	σ^2	=	ค่าความแปรปรวนของตัวอย่าง

ความแปรปรวนของตัวอย่างประมาณการจาก

$$\begin{aligned}\sigma &= \frac{1}{4}(\text{MAX} - \text{MIN}) \\ \sigma &= \frac{1}{4}(5 - 1) \\ \sigma &= \frac{1}{4}(4) \\ \sigma^2 &= 1\end{aligned}$$

การคำนวณ	n	=	$\frac{(1.96)^2(1)(519)}{(0.1)^2(519 - 1) + (1.96)^2(1)}$
	n	=	$\frac{1993.79}{9.02}$
	n	=	221 กลุ่ม

จากการคำนวณได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างซึ่งต้องกำหนดอย่างน้อย 221 กลุ่ม ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มอาชีพทั้งหมด 230 กลุ่ม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify random sampling) โดยการแบ่งประชากรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยเลือกตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 2 จังหวัด ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดชัยภูมิ ส่วนในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้กลุ่มอาชีพในแต่ละจังหวัดมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน (นราศรี ไววนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี, 2548)

ตารางที่ 3.1 จำนวนกลุ่มอาชีพในชุมชนที่นำมาเป็นกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจังหวัด

จังหวัด	จำนวนกลุ่มอาชีพ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
ขอนแก่น	214	95
สุรินทร์	127	56
อุดรธานี	105	47
ชัยภูมิ	73	32
รวมทั้งสิ้น	519	230

ที่มา : กรมส่งเสริมสหกรณ์ (ออนไลน์, 2554) และจากการคำนวณ

จากการคำนวณสัดส่วนตามจำนวนประชากรแต่ละจังหวัดในตารางที่ 3.1 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องทำการเก็บข้อมูลในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 95 กลุ่ม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 56 กลุ่ม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 47 กลุ่ม และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 32 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประธาน และคณะกรรมการกลุ่มอาชีพในระดับ 3 - 5 ดาว โดยการออกแบบสอบถามนั้นจะทำการสัมภาษณ์ผู้แทนจำนวนกลุ่มอาชีพละ 1 คน ที่มีความรู้และความเข้าใจในการจัดการธุรกิจของกลุ่มอาชีพ

3.2.3 สถานที่เก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัยสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปี 2553 โดยที่มีจำนวนมากที่สุดเรียงลำดับที่ 1-4 ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ ขอนแก่น และอุดรธานี ซึ่งการเลือกพื้นที่ใช้สถิติข้อมูลจากการจัดอันดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับประเทศ

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งในกลุ่มอาชีพ ตำแหน่งหน้าที่ทางสังคม ประเภทของสินค้าที่กลุ่มผลิต รายได้ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพ ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมในการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการเงินและการบัญชี

แบบสอบถามในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (Close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามลิเคิร์ต สเกล ซึ่งแสดงถึงระดับปฏิบัติการในแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ ดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2541)

ระดับคะแนน 5	มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	มีการปฏิบัติในระดับมาก
ระดับคะแนน 3	มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง
ระดับคะแนน 2	มีการปฏิบัติในระดับน้อย
ระดับคะแนน 1	มีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

สำหรับการกำหนดเกณฑ์ในการวัดระดับปฏิบัตินั้น ใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุด และหารด้วยจำนวนชั้น ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น (กัลยา วานิชปัญญา, 2546) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงความกว้างของข้อมูลในแต่ละชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

การกำหนดเกณฑ์ดังกล่าว ได้ความกว้างของชั้น เท่ากับ 0.8 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์โดยละเอียดมากยิ่งขึ้นในการอธิบายความหมายของระดับปฏิบัติการของกลุ่มอาชีพ ตามช่วงคะแนนดังนี้

ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00	หมายถึง มีการปฏิบัติในระดับมากที่สุด
ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20	หมายถึง มีการปฏิบัติในระดับมาก
ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40	หมายถึง มีการปฏิบัติในระดับปานกลาง
ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60	หมายถึง มีการปฏิบัติในระดับน้อย
ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80	หมายถึง มีการปฏิบัติในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นลักษณะแบบสอบถามที่เป็นแบบเปิด (Open ended question) เพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะเกี่ยวกับเรื่องวิจัย อย่างเป็นอิสระ

3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2. กำหนดกรอบและขอบเขตของแบบสอบถาม โดยให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย

3. สุ่มตัวอย่างสัมภาษณ์กลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จ เพื่อให้ได้คำตอบในการนำมาเป็นแนวทางในการตั้งคำถามและการปรับปรุงคำถามในแบบสอบถามให้ถูกต้อง

4. สร้างแบบสอบถามตามกรอบและขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ โดยมีแนวทางการตั้งคำถามตามที่ได้สรุปจากข้อที่ 3

5. นำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในด้านที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี 2) รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี เจริญวานิช ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนากลยุทธ์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ 3) คุณกนกกร สุทธิอาจ ตำแหน่งนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดอุดรธานี เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย

6. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงจากข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญข้อที่ 5 ไปทดลองใช้กับกลุ่มอาชีพจำนวน 30 กลุ่ม เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (Measure of Internal Consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือที่วัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach's alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (สุวิมล ติरणานท์, 2550)

7. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มอาชีพที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย

3.5 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามที่นำมาเป็นเครื่องมือในการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งประกอบด้วย ส่วนที่ 2 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และส่วนที่ 3 แนวคิดการจัดการธุรกิจชุมชน ได้นำมาทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก (Cronbach' alpha Coefficient) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548) ดังนี้

การคำนวณค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัก

$$\alpha = \frac{k r}{1 + (k - 1) r}$$

โดยที่ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
 r แทน ค่าเฉลี่ยของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างคำถามต่าง ๆ
 k แทน จำนวนคำถาม

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ปัจจัย	จำนวนข้อคำถาม	Cronbachs' Alpha
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	25	0.958
- ความพอประมาณ	4	0.774
- ความมีเหตุผล	5	0.878
- การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	5	0.786
- ความรู้	5	0.831
- คุณธรรม	6	0.881
การจัดการธุรกิจชุมชน	31	0.954
- การจัดการด้านการผลิต	8	0.869
- การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	7	0.919
- การจัดการด้านการตลาด	10	0.880
- การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน	6	0.892

ที่มา: จากการคำนวณ และการสำรวจปี พ.ศ. 2556

จากตารางที่ 3.2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคของแบบสอบถามแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวม มีค่าเข้าใกล้ 1 ซึ่งผ่านเกณฑ์การทดสอบความน่าเชื่อถือที่ระดับ 0.7 สำหรับการวิเคราะห์รายด้านด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัคพบว่า ทุกองค์ประกอบของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม และองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีการเงิน มีค่าเข้าใกล้ 1 เช่นเดียวกัน จึงสรุปได้ว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความน่าเชื่อถือ และมีความสอดคล้องภายในชุดเดียวกัน สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้อย่างเหมาะสม (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2548)

3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data sources) ดังต่อไปนี้

3.6.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชนและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน และกรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น ตลอดจนหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลที่ได้จากหนังสือ บทความในวารสาร รายงานการประชุม สัมมนาวิชาการ บทความออนไลน์ รายงานการวิจัย และบทความวิชาการ เป็นต้น

3.6.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากพื้นที่เป้าหมายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 56 กลุ่ม จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 32 กลุ่ม จังหวัดขอนแก่น จำนวน 95 กลุ่ม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 47 กลุ่ม โดยกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประธานกลุ่มอาชีพ และคณะกรรมการกลุ่มอาชีพที่ประสบความสำเร็จจากการที่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ได้รับการจัดอันดับในระดับ 5 ดาว โดยการออกแบบสอบถามเพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 2 คนในแต่ละกลุ่ม รวมทั้งสิ้นอย่างน้อย 230 คน จาก 519 กลุ่มอาชีพ ใช้การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify random sampling) โดยการแบ่งประชากรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดชัยภูมิ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี หลังจากนั้นทำการสุ่ม

ตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้กลุ่มอาชีพในแต่ละจังหวัดมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน

3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการออกแบบสอบถามตามตามวัตถุประสงค์และสมมุติฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบของปัจจัย (Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) มีการตั้งสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมุติฐานข้อที่ 2 การมีเหตุผล ความพอประมาณ การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยทำการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions) เพื่อหาผลกระทบของปัจจัยในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2546) มีการตั้งสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยมีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ คือ t-test F-test และ Scheffe's method

สมมุติฐานที่ 4 คุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 95 ตัวอย่าง และจังหวัดอุดรธานี จำนวน 47 ตัวอย่าง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 56 ตัวอย่าง และจังหวัดชัยภูมิ จำนวน 32 ตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 230 ตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
- 4.3 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน
- 4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาว ในภาคตะวันออกเฉียงสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.1 ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	48	20.9
หญิง	182	79.1
รวม	230	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ		
น้อยกว่า 31 ปี	11	4.8
31 – 40 ปี	34	14.8
41 – 50 ปี	67	29.1
51 – 60 ปี	76	33.0
61 – 70 ปี	39	17.0
มากกว่า 70 ปี	3	1.3
รวม	230	100
สถานภาพ		
โสด	22	9.6
สมรส	182	79.1
หย่าร้าง/หม้าย	26	11.3
รวม	230	100
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	107	46.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	33	14.3
มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ	40	17.4
ปวช.	7	3.0
ปวส.	11	4.8
ปริญญาตรี	29	12.6
สูงกว่าปริญญาตรี	3	1.4
รวม	230	100
อาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ทำไร่	52	13.2
ทำนา	149	37.9
ทำสวน	26	6.6
รับจ้าง	37	9.4
ค้าขาย	99	25.2

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปศุสัตว์	8	2.1
ประมง	5	1.3
อื่นๆ	17	4.3
รวม	393	100
ตำแหน่งในกลุ่มอาชีพ		
ประธานกลุ่มอาชีพ	99	43.0
รองประธานกลุ่มอาชีพ	23	10.0
เหรัญญิกกลุ่มอาชีพ	10	4.4
อื่นๆ กรรมการ และสมาชิกกลุ่มอาชีพ	98	42.6
รวม	230	100
ตำแหน่ง/บทบาทหน้าที่ทางสังคม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
คณะกรรมการหมู่บ้าน	54	16.7
คณะกรรมการกองทุนชุมชน	39	12.0
คณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี	50	15.4
ผู้นำชุมชน	25	7.7
ปราชญ์ชาวบ้าน	18	5.6
ผู้ทรงคุณวุฒิ	15	4.6
อื่นๆ ได้แก่ สมาชิกในหมู่บ้าน และอสม.	123	38.0
รวม	324	100
ประเภทของสินค้าที่กลุ่มผลิต		
ประเภทอาหาร	103	44.8
ประเภทเครื่องดื่ม	4	1.7
ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย	62	27.0
ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก	51	22.2
ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร	10	4.3
รวม	230	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รายได้ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	40	17.4
10,000 – 19,999 บาท	61	26.5
20,000 – 29,999 บาท	25	10.9
30,000 – 39,999 บาท	31	13.5
40,000 – 49,999 บาท	6	2.6
50,000 บาทขึ้นไป	67	29.1
รวม	230	100
จำนวนสมาชิกในกลุ่มอาชีพ		
ต่ำกว่า 10 คน	39	17.0
10 – 20 คน	102	44.3
21 – 30 คน	46	20.0
31 – 40 คน	18	7.8
41 – 50 คน	13	5.7
มากกว่า 50 คนขึ้นไป	12	5.2
รวม	230	100
ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ		
น้อยกว่า 5 ปี	84	36.5
5 – 9 ปี	79	34.4
ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป	67	29.1
รวม	230	100
การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชน		
เคย	201	87.4
ไม่เคย	29	12.6
รวม	230	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ได้รับการอบรมกี่ครั้งต่อปี		
1 ครั้งต่อปี	103	51.2
2 ครั้งต่อปี	39	19.4
3 ครั้งต่อปี	14	7.0
มากกว่า 4 ครั้งต่อปี	45	22.4
รวม	201	100
สาเหตุที่ไม่ได้รับการฝึกอบรมการจัดการ		
ธุรกิจชุมชน		
ไม่สนใจ	1	3.4
ไม่สะดวกเข้าร่วม	12	41.4
ไม่ได้รับคัดเลือกเป็นผู้แทนเข้าฝึกอบรม	11	37.9
อื่นๆ	5	17.3
รวม	29	100

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1 พบว่า สมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 33 มีสถานภาพสมรส จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 79.1 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 46.5 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ ค้าขาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 มีตำแหน่งในกลุ่มอาชีพเป็นประธานกลุ่มอาชีพ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือ ตำแหน่งอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการกลุ่มอาชีพ และสมาชิกกลุ่มอาชีพ จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 นอกจากนี้ยังมีตำแหน่งหน้าที่ในสังคมที่นอกเหนือจากการเป็นสมาชิกในกลุ่มอาชีพ คือ คณะกรรมการหมู่บ้าน จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 16.7 รองลงมาคือ คณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 สินค้าที่กลุ่มอาชีพผลิตส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 โดยรายได้ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,000 บาทขึ้นไป จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ 10,000 – 19,999 บาท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ส่วนใหญ่กลุ่มอาชีพมีจำนวนสมาชิกประมาณ 10 – 20 คน จำนวน 102 กลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 44.3 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพน้อยกว่า 5 ปี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 จาก

การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มอาชีพเคยได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 87.4 โดยมีความถี่ในการเข้าอบรม 1 ครั้งต่อปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 51.2 ส่วนสมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ไม่เคยได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากไม่สะดวกเข้าร่วมอบรม จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4

4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ท่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไข 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังตารางที่ 4.2 ดังนี้

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
ความพอประมาณ			
- สมาชิกกลุ่มทำการผลิตสินค้าในจำนวนที่ สอดคล้องกับความต้องการซื้อของ ลูกค้า	4.09	.852	มาก
- สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบเฉพาะที่จำเป็นที่ ต้องการใช้เท่านั้น	4.07	.843	มาก
- สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบในจำนวนที่ไม่มาก เกินไป	3.88	.873	มาก
- สมาชิกกลุ่มไม่กู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน/ ชุมชน เกินความจำเป็น	3.57	1.190	มาก
รวม	3.90	.678	มาก
ความมีเหตุผล			
- สมาชิกกลุ่มคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ ในการซื้อวัตถุดิบอยู่เสมอ	4.14	.819	มาก

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- สมาชิกกลุ่มพิจารณาถึงผลเสียที่เกิดขึ้นกับ สังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนิน ธุรกิจ	4.11	.889	มาก
- สมาชิกกลุ่มมีการดำเนินธุรกิจเป็นลำดับ ขั้นตอน ตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบ การผลิต และการนำไปขาย	4.00	.762	มาก
- สมาชิกกลุ่มเข้าใจถึงกระบวนการผลิตที่ทำให้ เกิดต้นทุนสูงในการดำเนินธุรกิจของ กลุ่มอาชีพ	3.92	.885	มาก
- สมาชิกกลุ่มมักพิจารณา เพื่อค้นหาสาเหตุ หรือต้นตอของปัญหาในการจัดการธุรกิจ ของกลุ่มอาชีพ	3.66	.845	มาก
รวม	3.96	.629	มาก
มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี			
- กลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐาน วัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ความเอื้ออาทร และความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกใน ชุมชนหรือท้องถิ่น	4.28	.821	มากที่สุด
- สมาชิกกลุ่มใช้ข้อมูลจากปัญหาการดำเนิน ธุรกิจในอดีตเพื่อเป็นข้อมูลในการป้องกัน ปัญหาการจัดการธุรกิจในอนาคต	3.81	.886	มาก
- สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับการจัดสรร กำไรส่วนหนึ่งไว้สำหรับการทำประโยชน์ แก่สมาชิก/ชุมชน/หมู่บ้าน	3.71	1.035	มาก
- สมาชิกกลุ่มเตรียมความพร้อมต่อการ เปลี่ยนแปลงในกระแสเศรษฐกิจและ สังคม โดยมีการวางแผนล่วงหน้า	3.64	.888	มาก

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาในการจัดการธุรกิจ	3.53	1.009	มาก
รวม	3.79	.645	มาก
เงื่อนไขความรู้			
- สมาชิกกลุ่มตัดสินใจซื้อวัตถุดิบด้วยความรอบคอบอยู่เสมอ	4.13	.797	มาก
- สมาชิกกลุ่มระมัดระวังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อวัตถุดิบไม่ให้เกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้	4.01	.844	มาก
- สมาชิกกลุ่มใช้ความรู้รอบด้าน เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง ในการดำเนินธุรกิจอย่างพอเพียง	3.91	.790	มาก
- สมาชิกกลุ่มหาข้อมูลรายละเอียด ก่อนทำการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบ	3.90	.890	มาก
- สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญถึงความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น เพื่อระมัดระวังในการดำเนินธุรกิจตามแผนที่วางไว้	3.71	.909	มาก
รวม	3.93	.662	มาก
เงื่อนไขคุณธรรม			
- สมาชิกกลุ่มดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นในชุมชน	4.43	.772	มากที่สุด
- สมาชิกกลุ่มประพฤติปฏิบัติทางกาย วาจา ใจให้ตั้งมั่นอยู่ในความดี และเคารพกฎกติกาสังคม	4.37	.747	มากที่สุด

ตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ต่อ)

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- สมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไม่ ใช้ไปอย่างสิ้นเปลือง เน้นการประหยัด พลังงาน (น้ำมัน ไฟฟ้า น้ำประปา) ที่ใช้ ในการดำเนินธุรกิจและในชีวิตประจำวัน	4.22	.856	มากที่สุด
- สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบโดยคำนึงถึงความ ชื่อเสียงของผู้ขายวัตถุดิบอยู่เสมอ	4.11	.774	มาก
- สมาชิกกลุ่มรู้จักตั้งสติเมื่อต้องเผชิญปัญหา และเหตุการณ์ที่บั่นทอนจิตใจในการ ดำเนินธุรกิจ	4.03	.830	มาก
- สมาชิกกลุ่มให้การส่งเสริมและสนับสนุน คนในชุมชนให้เข้ามาร่วมในกิจกรรมการ จัดการธุรกิจชุมชน	3.96	.863	มาก
รวม	4.18	.571	มาก

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มอาชีพมีการนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

ด้านความพอประมาณ พบว่า กลุ่มอาชีพนำองค์ประกอบด้านความพอประมาณไปปฏิบัติภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 สมาชิกกลุ่มทำการผลิตสินค้าในจำนวนที่สอดคล้องกับความต้องการซื้อของลูกค้าในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบเฉพาะที่จำเป็นที่ต้องการใช้เท่านั้นในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07 และสมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบในจำนวนที่ไม่มากเกินไปในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88

ด้านความมีเหตุผล พบว่า กลุ่มอาชีพนำองค์ประกอบด้านความมีเหตุผลไปปฏิบัติภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 สมาชิกกลุ่มคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบอยู่เสมอในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มพิจารณาถึงผลเสียที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และสมาชิกกลุ่มมีการดำเนินธุรกิจเป็นลำดับขั้นตอน ตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบ การผลิต และการนำไปขายในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00

ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี พบว่า กลุ่มอาชีพนำองค์ประกอบด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดีไปปฏิบัติภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 กลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ความเอื้ออาทร และความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชนหรือท้องถิ่นในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มใช้ข้อมูลจากปัญหาการดำเนินธุรกิจในอดีตเพื่อเป็นข้อมูลในการป้องกันปัญหาการจัดการธุรกิจในอนาคตในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และสมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับการจัดสรรกำไรส่วนหนึ่งไว้สำหรับการทำประโยชน์แก่สมาชิก/ชุมชน/หมู่บ้านในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71

ด้านเงื่อนไขความรู้ พบว่า กลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 โดยสมาชิกกลุ่มตัดสินใจซื้อวัตถุดิบด้วยความรอบคอบอยู่เสมอในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือสมาชิกกลุ่มระมัดระวังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อวัตถุดิบไม่ให้เกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 และสมาชิกกลุ่มใช้ความรู้รอบด้าน เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง ในการดำเนินธุรกิจอย่างพอเพียงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91

ด้านเงื่อนไขคุณธรรม พบว่า กลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขคุณธรรมมาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 โดยสมาชิกกลุ่มดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นในชุมชนในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มประพฤติปฏิบัติทางกาย วาจา ใจให้ตั้งมั่นอยู่ในความดี และเคารพกฎกติกาของสังคมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.37 และสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ใช่ไปอย่างสิ้นเปลือง เน้นการประหยัดพลังงาน (น้ำมัน ไฟฟ้า น้ำประปา) ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจ และในชีวิตประจำวันในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.22

ตารางที่ 4.3 สรุปผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาพรวมสำหรับการจัดการธุรกิจชุมชน

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
ความพอประมาณ	3.90	.678	มาก
ความมีเหตุผล	3.96	.629	มาก
มีภูมิคุ้มกันที่ดี	3.79	.645	มาก
ความรู้	3.93	.662	มาก
คุณธรรม	4.18	.571	มาก
รวม	3.95	.528	มาก

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3 พบว่า กลุ่มอาชีพนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวมในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 โดยมีการนำหลักความมีเหตุผลมาใช้ในการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนในระดับมากเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 รองลงมาคือ ความพอประมาณ และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 และ 3.79 ตามลำดับ โดยในการจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มอาชีพได้ใช้เงื่อนไขคุณธรรมมาเป็นหลักในการพิจารณาการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ซึ่งมากกว่าเงื่อนไขความรู้ ที่มีระดับการนำไปปฏิบัติ 3.93 อย่างไรก็ตาม กลุ่มอาชีพยังคงใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี โดยนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการมีคุณธรรม มาดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก

4.3 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน

ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบด้วยกระบวนการในการดำเนินการจัดการ 4 ด้าน สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังตารางที่ 4.4 ดังนี้

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน

การจัดการธุรกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
การจัดการด้านการผลิต			
- กลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของ สินค้า	4.29	.879	มากที่สุด
- กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอน อย่างชัดเจน	4.03	.795	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิต	4.02	.934	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนในการจัดซื้อ วัตถุดิบล่วงหน้า	3.86	.803	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า	3.81	.927	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับ กิจกรรมในการผลิต	3.72	.922	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบระหว่าง จำนวนที่ผลิตจริงกับแผนการผลิตที่ กำหนดไว้	3.64	.884	มาก

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำสต็อกของวัตถุดิบ สำหรับใช้ในการผลิต	3.63	.948	มาก
รวม	3.87	.679	มาก
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์			
- ประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำ	4.26	.798	มากที่สุด
- กลุ่มอาชีพมีการกำหนดบทบาท และหน้าที่ ความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่ม อย่างชัดเจน	4.02	.747	มาก
- กลุ่มอาชีพได้นำความรู้ที่ได้รับจากการ อบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง	3.97	.861	มาก
- สมาชิกในกลุ่มอาชีพมีความรับผิดชอบใน การทำงาน	3.93	.792	มาก
- ประธานกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญกับการ ประชุมสมาชิกภายในกลุ่มอย่าง สม่ำเสมอ	3.91	.921	มาก
- สมาชิกในกลุ่มอาชีพปฏิบัติงานเป็นทีม	3.90	.798	มาก
- กลุ่มอาชีพได้รับการอบรมเกี่ยวกับการ จัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การทำบัญชี การทำการตลาด การออกแบบ ผลิตภัณฑ์ หรือการอบรมทางด้านอื่นๆ	3.61	1.042	มาก
รวม	3.94	.611	มาก
การจัดการด้านการตลาด			
- กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของ ลูกค้าในตลาด	3.72	.887	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนทางการตลาด	3.64	.918	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	3.59	1.015	มาก

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคา	3.56	.912	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบจำนวนผลผลิต ที่ขายได้จริงกับยอดขายที่ได้วางแผนไว้ ล่วงหน้า	3.51	.943	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการจดบันทึกข้อมูลทางด้าน การตลาด ได้แก่ ยอดขาย ค่าขนส่ง ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น	3.50	.983	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์จุดอ่อน และจุด แข็งของตนเองอยู่เสมอ	3.49	1.056	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้า	3.43	.981	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การพัฒนา บรรจุภัณฑ์ หรือระบบการรับคืน ผลิตภัณฑ์ เป็นต้น	3.41	1.019	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการขยายช่องทางตลาดโดย การติดต่อนำสินค้าฝากขายเช่น ร้านค้า ชุมชน หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น	3.13	1.101	ปานกลาง
รวม	3.49	.757	มาก
การจัดการด้านการเงินและบัญชี			
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณ/ แผนการเงิน เพื่อประมาณการผลกำไร และขาดทุน	3.81	.819	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อ ดำเนินธุรกิจไม่เกินงบประมาณที่ กำหนดไว้	3.81	.823	มาก

ตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่าง สม่ำเสมอ	3.71	.889	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการนำตัวเลขจากบัญชีมา ปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม	3.56	.903	มาก
- กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบผลการ ดำเนินงานทางการเงินกับกลุ่มอาชีพ อื่นอยู่เสมอ	3.45	.874	มาก
- กลุ่มอาชีพมีความสามารถในการจัดหา แหล่งเงินทุน	3.44	.941	มาก
รวม	3.63	.656	มาก

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4 พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติในการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงินในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายด้านได้ดังนี้

การจัดการด้านการผลิต พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านการผลิตภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 โดยกลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้าในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29 รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 และกลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิตในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02

การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 โดยประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีการกำหนดบทบาท และหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่มอย่างชัดเจนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และกลุ่มอาชีพได้นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริงในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97

การจัดการด้านการตลาด พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.49 โดยกลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนทาง

การตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 และกลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.59

การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านการบัญชีและการเงินภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.63 โดยกลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณ/แผนการเงิน เพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน และกลุ่มอาชีพมีการควบคุมการใช้จ่ายเพื่อดำเนินธุรกิจไม่เกินงบประมาณที่กำหนดไว้ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 และ กลุ่มอาชีพมีการนำตัวเลขจากบัญชีมาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56

ตารางที่ 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชน

การจัดการธุรกิจชุมชน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ปฏิบัติการ
การจัดการด้านการผลิต	3.87	.679	มาก
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	3.94	.611	มาก
การจัดการด้านการตลาด	3.49	.757	มาก
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน	3.63	.656	มาก
รวม	3.73	.595	มาก

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5 พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติในการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 โดยมีการปฏิบัติในการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ในระดับมากเป็นลำดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน และการจัดการด้านการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 3.63 และ 3.49 ตามลำดับ

4.4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.4.1 การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน

ตัวแปรการจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชี

และการเงิน เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ จึงทำการทดสอบการจัดกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน โดยการหาคะแนนปัจจัยของแต่ละปัจจัย สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.6 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.788
Bartlett's Test of	Approx. Chi-Square	602.886
Sphericity	df	6
	Sig.	.000

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ค่า KMO เป็นค่าใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชนนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.788 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย นอกจากนี้ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 602.886 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรต่าง ๆ ในองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน มีความสัมพันธ์กัน จึงควรใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 4.7 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน

	Initial	Extraction
การจัดการด้านการผลิต	1.000	.767
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	1.000	.711
การจัดการด้านการตลาด	1.000	.818
การจัดการด้านการบัญชี และการเงิน	1.000	.795

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ค่า Extraction Communality เป็นค่าของตัวแปรหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว ซึ่งทุก ๆ ตัวแปร ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การ

จัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน มีค่าที่ใกล้เคียงกันสามารถจัดให้อยู่ใน ปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.8 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.091	77.270	77.270	3.091	77.270	77.270
2	.420	10.497	87.767			
3	.321	8.027	95.794			
4	.168	4.206	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 3.091 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 เพียงปัจจัยเดียว ดังนั้นจึงควรพิจารณาปัจจัยเพียง 1 ปัจจัยเท่านั้น และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 77.270%

ตารางที่ 4.9 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยผลกดันเศรษฐกิจชุมชน

	Component
	1
การจัดการด้านการผลิต	.876
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	.843
การจัดการด้านการตลาด	.905
การจัดการการบัญชี และการเงิน	.892

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.9 พบว่า องค์กรประกอบทั้ง 4 องค์กรประกอบ ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน มีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถจัดให้ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในปัจจัยเดียวกันได้หรือเป็น องค์กรประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน

4.4.2 ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตัวแปรแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ห่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ซึ่งพิจารณาภายใต้เงื่อนไข 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม เนื่องจากองค์ประกอบเหล่านี้เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ จึงทำการทดสอบการจัดกลุ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้องกันเข้าด้วยกัน โดยการหาคะแนนปัจจัยของแต่ละปัจจัย สามารถแสดงผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

4.4.2.1 ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีเป็น องค์ประกอบ 3 ห่วง ที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 4.10 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิด ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.666
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	201.992
	df	3
	Sig.	.000

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ค่า KMO เป็นค่าใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์ องค์กรประกอบ 3 ห่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ของ แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.666 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าสู่ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย นอกจากนี้ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 201.992 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าตัวแปรต่าง ๆ ในองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญา

ของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีความสัมพันธ์กัน จึงควรใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 4.11 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	Initial	Extraction
ความพอประมาณ	1.000	.593
ความมีเหตุผล	1.000	.775
การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	1.000	.711

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ค่า Extraction Communality เป็นค่าของตัวแปรหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว ซึ่งทุก ๆ ตัวแปร ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีค่าที่ใกล้เคียงกันสามารถจัดให้อยู่ในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.12 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.078	69.283	69.283	2.078	69.283	69.283
2	.581	19.381	88.664			
3	.340	11.336	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 2.078 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 เพียงปัจจัยเดียว ดังนั้นจึงควรพิจารณาปัจจัยเพียง 1 ปัจจัยเท่านั้น และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 69.283%

ตารางที่ 4.13 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	Component
	1
ความพอประมาณ	.770
ความมีเหตุผล	.880
การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	.843

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.13 พบว่า องค์ประกอบ 3 ห่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถจัดให้ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในปัจจัยเดียวกันได้หรือเป็นองค์ประกอบ 3 ห่วงของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

4.4.2.2 ความรู้ และคุณธรรมเป็นองค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 4.14 KMO and Bartlett's Test ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	153.507
	df	1
	Sig.	.000

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ค่า KMO เป็นค่าใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูล ซึ่งในการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนี้ได้ค่าเท่ากับ 0.500 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ไม่น้อยกว่า 0.5 จึงสามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่มีอยู่เหมาะสมที่จะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย นอกจากนี้ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 153.507 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงสรุป

ได้ว่า องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม มีความสัมพันธ์กัน จึงควรใช้เทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัยเพื่อทำการวิเคราะห์ต่อไป

ตารางที่ 4.15 Communalities ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	Initial	Extraction
ความรู้	1.000	.850
คุณธรรม	1.000	.850

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ค่า Extraction Commuality เป็นค่าของตัวแปรหลังจากที่ได้สกัดปัจจัยแล้ว ซึ่งทุก ๆ ตัวแปร ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม มีค่าที่ใกล้เคียงกันสามารถจัดให้อยู่ในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งได้อย่างชัดเจน

ตารางที่ 4.16 Total Variance Explained ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.701	85.026	85.026	1.701	85.026	85.026
2	.299	14.974	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 1.701 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 เพียงปัจจัยเดียว ดังนั้นจึงควรพิจารณาปัจจัยเพียง 1 ปัจจัยเท่านั้น และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 85.026%

ตารางที่ 4.17 Component Matrix ของการวิเคราะห์องค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญา
ของเศรษฐกิจพอเพียง

	Component
	1
ความรู้	.922
คุณธรรม	.922

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.17 พบว่า องค์ประกอบทั้ง 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม มีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถจัดให้ตัวแปรเหล่านี้อยู่ในปัจจัยเดียวกันได้หรือเป็นองค์ประกอบ 2 เงื่อนไขของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

4.4.3 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการ ธุรกิจชุมชน

H_0 : ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีผลต่อการจัดการ
ธุรกิจชุมชน

H_1 : ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการ
ธุรกิจชุมชน

4.4.3.1 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (แนวคิดปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง)

1) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 3 ท่วง ของแนวคิด
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	ความพอประมาณ	ความมีเหตุผล	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
ความพอประมาณ	-	-	-
ความมีเหตุผล	.523**	-	-
การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	.439**	.649**	-

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.18 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีความสัมพันธ์โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.75 ($r < 0.75$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity หรือการทำให้ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางที่คำนวณได้คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้อง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) สามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุได้

2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

	ความรู้	คุณธรรม
ความรู้	-	-
คุณธรรม	.701**	-

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.19 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระองค์ประกอบ 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม มีความสัมพันธ์โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ไม่เกิน 0.75 ($r < 0.75$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity หรือการทำให้ค่าสัมประสิทธิ์

เส้นทางที่คำนวณได้คลาดเคลื่อนไม่ถูกต้อง (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2548) สามารถนำตัวแปรเหล่านี้ไปวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุได้

4.4.3.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการธุรกิจชุมชน

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions) เพื่อทดสอบสมมุติฐานของปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (Beta) และนำมาแทนค่าในสมการ ดังนี้

$$\text{Pro} = \beta_1 \text{ Modest} + \beta_2 \text{ Reason} + \beta_3 \text{ Immunity} \quad \dots\dots(1)$$

$$\text{Pro} = \beta_4 \text{ Knowledge} + \beta_5 \text{ Moral} \quad \dots\dots(2)$$

$$\text{Hr} = \beta_6 \text{ Modest} + \beta_7 \text{ Reason} + \beta_8 \text{ Immunity} \quad \dots\dots(3)$$

$$\text{Hr} = \beta_9 \text{ Knowledge} + \beta_{10} \text{ Moral} \quad \dots\dots(4)$$

$$\text{Mrk} = \beta_{11} \text{ Modest} + \beta_{12} \text{ Reason} + \beta_{13} \text{ Immunity} \quad \dots\dots(5)$$

$$\text{Mrk} = \beta_{14} \text{ Knowledge} + \beta_{15} \text{ Moral} \quad \dots\dots(6)$$

$$\text{Acc} = \beta_{16} \text{ Modest} + \beta_{17} \text{ Reason} + \beta_{18} \text{ Immunity} \quad \dots\dots(7)$$

$$\text{Acc} = \beta_{19} \text{ Knowledge} + \beta_{20} \text{ Moral} \quad \dots\dots(8)$$

โดยที่	Pro	=	การจัดการด้านการผลิต
	Hr	=	การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์
	Mrk	=	การจัดการด้านการตลาด
	Acc	=	การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน
	Modest	=	ความพอประมาณ
	Reason	=	ความมีเหตุผล
	Immunity	=	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
	Knowledge	=	ความรู้
	Moral	=	คุณธรรม

ตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการธุรกิจชุมชน

การจัดการธุรกิจชุมชน	แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	ค่าสัมประสิทธิ์		
		ถดถอยมาตรฐาน (Beta)	t	Sig.
การจัดการด้านการผลิต (Pro)	1. ความพอประมาณ	-	-	-
	2. ความมีเหตุผล	.315	5.309	.000
	3. การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	.490	8.266	.000
	1. ความรู้	.518	8.399	.000
	2. คุณธรรม	.289	4.684	.000
	การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (Hr)	1. ความพอประมาณ	-	-
2. ความมีเหตุผล		0.293	4.477	.000
3. การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี		0.430	6.566	.000
1. ความรู้		0.453	6.305	.000
2. คุณธรรม		0.231	3.213	.002
การจัดการด้านการตลาด (Mrk)		1. ความพอประมาณ	-	-
	2. ความมีเหตุผล	0.308	5.033	.000
	3. การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี	0.472	7.717	.000
	1. ความรู้	0.543	8.144	.000
	2. คุณธรรม	0.199	2.977	.003
	การจัดการการบัญชีและการเงิน (Acc)	1. ความพอประมาณ	-	-
2. ความมีเหตุผล		0.363	5.608	.000
3. การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี		0.376	5.806	.000
1. ความรู้		0.497	6.902	.000
2. คุณธรรม		0.176	2.439	.015

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

** $p < 0.01$

จากตารางที่ 4.20 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านต่างๆ ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการผลิต

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้พยากรณ์การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการด้านการผลิตได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการแสดงความหมายของผลกระทบได้ดังนี้

$$\text{Pro} = 0.315\text{Reason} + 0.490\text{Immunity} \dots\dots\dots(1)$$

$$\text{Adj } R^2 = 0.534 \quad F = 132.419 \quad \text{Sig.} = .000$$

$$\text{Pro} = 0.518\text{Knowledge} + 0.289\text{Moral} \dots\dots\dots(2)$$

$$\text{Adj } R^2 = 0.557 \quad F = 144.913 \quad \text{Sig.} = .000$$

โดยที่	Pro	=	การจัดการด้านการผลิต
	Reason	=	ความมีเหตุผล
	Immunity	=	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
	Knowledge	=	ความรู้
	Moral	=	คุณธรรม

จากสมการที่ 1 และ 2 สามารถอธิบายได้ว่า

เมื่อกลุ่มอาชีพมีการนำองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการผลิตเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.315 และ 0.490 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อกลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้ และคุณธรรมของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการผลิตเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.518 และ 0.289 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านการผลิตของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม

2. การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้พยากรณ์การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการแสดงความหมายของผลกระทบได้ดังนี้

$$Hr = 0.293Reason + 0.430Immunity \dots\dots\dots(3)$$

$$Adj R^2 = 0.430 \quad F = 87.410 \quad Sig. = .000$$

$$Hr = 0.453Knowledge + 0.231Moral \dots\dots\dots(4)$$

$$Adj R^2 = 0.399 \quad F = 77.018 \quad Sig. = .000$$

โดยที่	Hr	=	การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์
	Reason	=	ความมีเหตุผล
	Immunity	=	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
	Knowledge	=	ความรู้
	Moral	=	คุณธรรม

จากสมการที่ 3 และ 4 สามารถอธิบายได้ว่า

เมื่อกลุ่มอาชีพมีการนำองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์เปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.293 และ 0.430 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อกลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้ และคุณธรรมของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์เปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.453 และ 0.231 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านทรัพยากรมนุษย์ มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม

3. การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการตลาด

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้พยากรณ์การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการตลาดได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการแสดงความสัมพันธ์ของผลกระทบได้ดังนี้

$$\text{Mrk} = 0.308\text{Reason} + 0.472\text{Immunity} \dots\dots\dots(5)$$

$$\text{Adj R}^2 = 0.503 \quad \text{F} = 116.736 \quad \text{Sig.} = .000$$

$$\text{Mrk} = 0.543\text{Knowledge} + 0.199\text{Moral} \dots\dots\dots(6)$$

$$\text{Adj R}^2 = 0.481 \quad \text{F} = 107.174 \quad \text{Sig.} = .000$$

โดยที่	Mrk	=	การจัดการด้านการตลาด
	Reason	=	ความมีเหตุผล
	Immunity	=	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
	Knowledge	=	ความรู้
	Moral	=	คุณธรรม

จากสมการที่ 5 และ 6 สามารถอธิบายได้ว่า

เมื่อกลุ่มอาชีพมีการนำองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการตลาดเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.308 และ 0.472 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อกลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้ และคุณธรรมของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการตลาดเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.543 และ 0.199 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการตลาด มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม

4. การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการบัญชีและการเงิน

แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาใช้พยากรณ์การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการบัญชีและการเงินได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการแสดงความขนาดของผลกระทบได้ดังนี้

$$\text{Acc} = 0.363\text{Reason} + 0.376\text{Immunity} \dots\dots\dots(7)$$

$$\text{Adj R}^2 = 0.445 \quad \text{F} = 92.673 \quad \text{Sig.} = .000$$

$$\text{Acc} = 0.497\text{Knowledge} + 0.176\text{Moral} \dots\dots\dots(8)$$

$$\text{Adj R}^2 = 0.395 \quad \text{F} = 75.782 \quad \text{Sig.} = .000$$

โดยที่	Acc	=	การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน
	Reason	=	ความมีเหตุผล
	Immunity	=	การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี
	Knowledge	=	ความรู้
	Moral	=	คุณธรรม

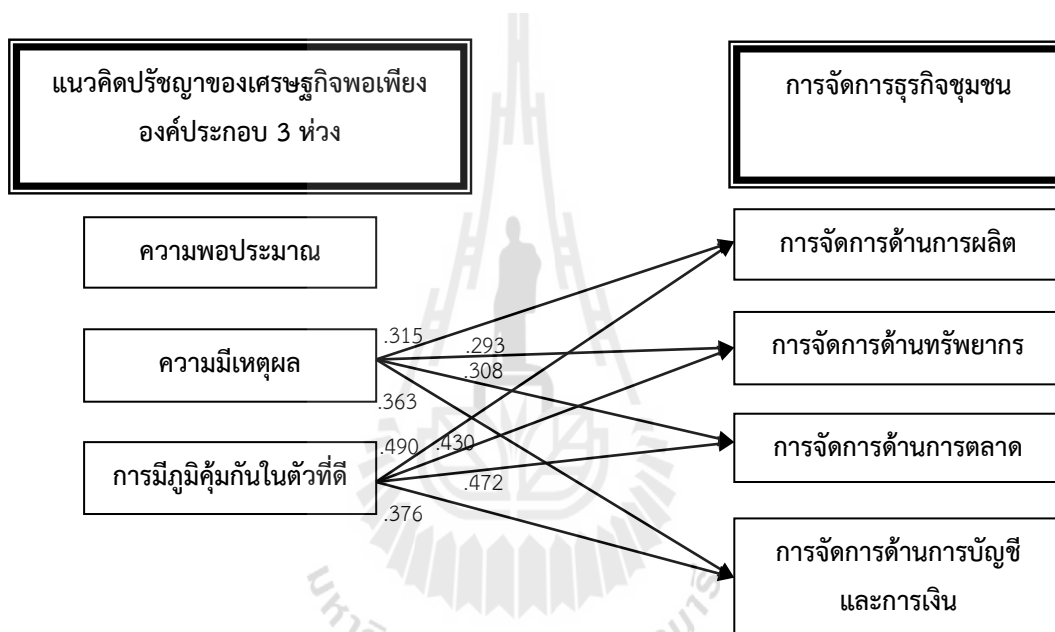
จากสมการที่ 7 และ 8 สามารถอธิบายได้ว่า

เมื่อกลุ่มอาชีพมีการนำองค์ประกอบ 3 ห่วง ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีมาประยุกต์ใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการบัญชีและการเงินเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.363 และ 0.376 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อกลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้ และคุณธรรมของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชน 1 หน่วยมาตรฐาน จะทำให้กลุ่มอาชีพมีการจัดการด้านการบัญชีและการเงินเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกัน 0.497 และ 0.176 หน่วยมาตรฐาน ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถอธิบายได้ว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านการบัญชีและการเงินของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการบัญชีและการเงิน มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม

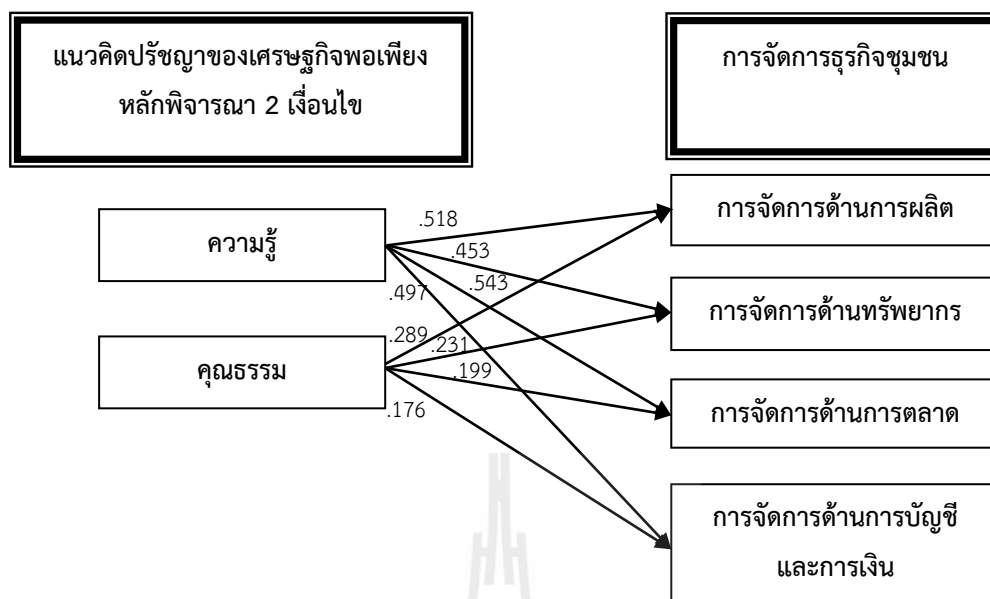
4.4.3.3 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง โดยแสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการธุรกิจชุมชน



ภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางองค์ประกอบ 3 ท่วงของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ที่มา: จากตารางที่ 4.20

—> หมายถึง ผลกระทบทางตรงของตัวแปรที่มีนัยสำคัญ



ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์เส้นทางหลักพิจารณา 2 เงื่อนไข ของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ที่มา: จากตารางที่ 4.20

→ หมายถึง ผลกระทบทางตรงของตัวแปรที่มีนัยสำคัญ

4.4.4 คุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

4.4.4.1 รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

H_0 : รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ไม่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

H_1 : รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการธุรกิจชุมชน	F จากการคำนวณ	P - value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การจัดการด้านการผลิต	4.095	.001*	ปฏิเสธ H_0
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	1.941	.089	ยอมรับ H_0

ตารางที่ 4.21 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	F จากการคำนวณ	P – value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การจัดการด้านการตลาด	1.121	.350	ยอมรับ H_0
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน	1.769	.120	ยอมรับ H_0
รวม	2.167	.059	ยอมรับ H_0

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 โดยมีค่า p – values มากกว่า 0.05 แสดงว่ารายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการผลิตแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต จำแนกตามรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันในรายช้อย่อย ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน

การจัดการธุรกิจชุมชน	รายได้	รายได้						
		1	2	3	4	5	6	
การจัดการด้านการผลิต								
- กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน	ค่าเฉลี่ย	3.18	3.43	3.96	4.29	3.83	3.63	
	1	3.18	-	.251	.785*	1.115*	.658	.452
	2	3.43	-	.534	.864*	.407	.201	
	3	3.96	-	-	.330	.137	.333	
	4	4.29	-	-	-	.457	.663	
	5	3.83	-	-	-	-	.206	
	6	3.63	-	-	-	-	-	

ตารางที่ 4.22 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	รายได้	รายได้					
		1	2	3	4	5	6
- กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิต	ค่าเฉลี่ย	3.63	3.57	4.04	4.35	4.00	3.79
	1	3.63	- .051	.415	.730*	.375	.166
	2	3.57	-	.466	.781*	.426	.217
	3	4.04		-	.315	.040	.249
	4	4.35			-	.355	.564
	5	4.00				-	.209
	6	3.79					-
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการผลิต	ค่าเฉลี่ย	3.65	3.91	4.32	4.48	4.17	4.03
ล่วงหน้า	1	3.65	- .268	.670*	.834*	.517	.380
	2	3.91	-	.402	.566*	.249	.112
	3	4.32		-	.164	.153	.290
	4	4.48			-	.317	.454
	5	4.17				-	.137
	6	4.03					-
- กลุ่มอาชีพมีการจดบันทึกข้อมูล	ค่าเฉลี่ย	4.08	3.97	4.32	4.65	5.00	4.46
เกี่ยวกับกิจกรรมการผลิต	1	4.08	- .108	.245	.570	.925	.388
	2	3.97	-	.353	.678*	1.033	.495
	3	4.32		-	.325	.680	.143
	4	4.65			-	.355	.182
	5	5.00				-	.537
	6	4.46					-

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

หมายเหตุ 1 หมายถึง รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท, 2 หมายถึง 10,000 – 19,999 บาท, 3 หมายถึง 20,000 – 29,999 บาท, 4 หมายถึง 30,000 – 39,999 บาท, 5 หมายถึง 40,000 – 49,999 บาท และ 6 หมายถึง 50,000 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.22 พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 29,999 บาท และ 30,000 – 39,999 บาท มีการจัดการการผลิตโดยมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน มีการคิดต้นทุนการผลิต มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า รวมทั้งมีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในการผลิต มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีรายได้ต่ำกว่า ได้แก่ กลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และกลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 – 19,999 บาท

4.4.4.2 ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจ

ชุมชน

H_0 : ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ ไม่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

H_1 : ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 4.23 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ

การจัดการธุรกิจชุมชน	F จากการคำนวณ	P – value*	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การจัดการด้านการผลิต	10.883	.000	ปฏิเสธ H_0
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	16.462	.000	ปฏิเสธ H_0
การจัดการด้านการตลาด	27.034	.000	ปฏิเสธ H_0
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน	16.768	.000	ปฏิเสธ H_0
รวม	23.244	.000	ปฏิเสธ H_0

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ค่า F ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกันมีการจัดการธุรกิจชุมชนในทุกๆ ด้าน ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อทำการวิเคราะห์ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพเป็นรายคู่ พบว่ามีความแตกต่างกันในรายช้อย่อย ดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ

การจัดการธุรกิจชุมชน	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
			น้อยกว่า 5 ปี	5 – 9 ปี	ตั้งแต่ 10 ปี
การจัดการด้านการผลิต					
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า	น้อยกว่า 5 ปี	3.65	-	.307*	.345*
	5 – 9 ปี	3.96	-	-	.038
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.00	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำสต็อกของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.38	-	.454*	.306
	5 – 9 ปี	3.84	-	-	.149
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.69	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า	น้อยกว่า 5 ปี	3.55	-	.490*	.333
	5 – 9 ปี	4.04	-	-	.157
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.88	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบจำนวนที่ผลิตกับแผนการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.38	-	.429*	.380*
	5 – 9 ปี	3.81	-	-	.049
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.76	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้า	น้อยกว่า 5 ปี	4.02	-	.445*	.379*
	5 – 9 ปี	4.47	-	-	.065
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.40	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
			น้อยกว่า 5 ปี	5 - 9 ปี	ตั้งแต่ 10 ปี
- กลุ่มอาชีพมีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.26	-	.713*	.723*
	5 - 9 ปี	3.97	-	-	.010
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.99	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิต	น้อยกว่า 5 ปี	3.77	-	.378*	.390*
	5 - 9 ปี	4.15	-	-	.012
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.16	-	-	-
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์					
- กลุ่มอาชีพได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน	น้อยกว่า 5 ปี	3.06	-	.751*	1.000*
	5 - 9 ปี	3.81	-	-	.250
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.06	-	-	-
- กลุ่มอาชีพนำความรู้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง	น้อยกว่า 5 ปี	3.76	-	.213	.447*
	5 - 9 ปี	3.97	-	-	.234
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.21	-	-	-
- ประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำ	น้อยกว่า 5 ปี	4.04	-	.319*	.382*
	5 - 9 ปี	4.35	-	-	.063
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.42	-	-	-
- ประธานกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญกับการประชุมกลุ่ม	น้อยกว่า 5 ปี	3.69	-	.335	.369*
	5 - 9 ปี	4.03	-	-	.034
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.06	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
			น้อยกว่า 5 ปี	5 - 9 ปี	ตั้งแต่ 10 ปี
- สมาชิกกลุ่มมีความรับผิดชอบในการทำงาน	ค่าเฉลี่ย	3.63	3.63	4.08	4.12
	น้อยกว่า 5 ปี	3.63	-	.445*	.488*
	5 - 9 ปี	4.08	-	-	.043
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.12	-	-	-
- สมาชิกกลุ่มมีการปฏิบัติงานเป็นทีม	ค่าเฉลี่ย	3.58	3.58	4.01	4.18
	น้อยกว่า 5 ปี	3.58	-	.429*	.596*
	5 - 9 ปี	4.01	-	-	.166
	ตั้งแต่ 10 ปี	4.18	-	-	-
การจัดการด้านการตลาด					
- กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า	ค่าเฉลี่ย	3.35	3.35	3.90	3.99
	น้อยกว่า 5 ปี	3.35	-	.553*	.640*
	5 - 9 ปี	3.90	-	-	.086
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.99	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของตนเอง	ค่าเฉลี่ย	2.93	2.93	3.81	3.81
	น้อยกว่า 5 ปี	2.93	-	.882*	.877*
	5 - 9 ปี	3.81	-	-	.004
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.81	-	-	-
- กลุ่มอาชีพเปรียบเทียบผลผลิตที่ขายได้จริงกับแผนที่วางไว้	ค่าเฉลี่ย	2.98	2.98	3.68	3.72
	น้อยกว่า 5 ปี	2.98	-	.707*	.740*
	5 - 9 ปี	3.68	-	-	.033
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.72	-	-	-
- กลุ่มอาชีพใช้กลยุทธ์การตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	3.26	3.26	3.84	3.70
	น้อยกว่า 5 ปี	3.26	-	.574*	.440*
	5 - 9 ปี	3.84	-	-	.134
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.70	-	-	-

ตารางที่ 4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
			น้อยกว่า 5 ปี	5 - 9 ปี	ตั้งแต่ 10 ปี
- กลุ่มอาชีพใช้กลยุทธ์การตลาด		ค่าเฉลี่ย	3.18	3.78	3.78
ด้านราคา	น้อยกว่า 5 ปี	3.18	-	.606*	.598*
	5 - 9 ปี	3.78		-	.009
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.78			-
- กลุ่มอาชีพใช้กลยุทธ์การตลาด		ค่าเฉลี่ย	2.82	3.62	3.90
ด้านการส่งเสริมการตลาด	น้อยกว่า 5 ปี	2.82	-	.799*	1.074*
	5 - 9 ปี	3.62		-	.275
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.90			-
- กลุ่มอาชีพขยายช่องทางการตลาด		ค่าเฉลี่ย	2.48	3.44	3.57
โดยนำสินค้าฝากขาย	น้อยกว่า 5 ปี	2.48	-	.967*	1.091*
	5 - 9 ปี	3.44		-	.124
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.57			-
- กลุ่มอาชีพมีการจดบันทึก		ค่าเฉลี่ย	3.14	3.75	3.67
ข้อมูลด้านการตลาด	น้อยกว่า 5 ปี	3.14	-	.604*	.529*
	5 - 9 ปี	3.75		-	.075
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.67			-
- กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุน		ค่าเฉลี่ย	3.32	3.78	3.87
ทางการตลาด	น้อยกว่า 5 ปี	3.32	-	.463*	.544*
	5 - 9 ปี	3.78		-	.081
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.87			-
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน					
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณ		ค่าเฉลี่ย	3.61	3.90	3.96
และแผนการเงิน	น้อยกว่า 5 ปี	3.61	-	.292	.348*
	5 - 9 ปี	3.90		-	.056
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.96			-

ตารางที่ 4.24 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ		
			น้อยกว่า 5 ปี	5 - 9 ปี	ตั้งแต่ 10 ปี
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเอง		ค่าเฉลี่ย	3.39	3.91	3.88
	น้อยกว่า 5 ปี	3.39	-	.519*	.488*
	5 - 9 ปี	3.91	-	-	.031
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.88	-	-	-
- กลุ่มอาชีพนำตัวเลขจากบัญชีมาปรับปรุงการดำเนินงาน		ค่าเฉลี่ย	3.14	3.89	3.70
	น้อยกว่า 5 ปี	3.14	-	.743*	.599*
	5 - 9 ปี	3.89	-	-	.185
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.70	-	-	-
- กลุ่มอาชีพควบคุมค่าใช้จ่ายไม่เกินงบประมาณที่กำหนด		ค่าเฉลี่ย	3.63	3.96	3.87
	น้อยกว่า 5 ปี	3.63	-	.331*	.235
	5 - 9 ปี	3.96	-	-	.096
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.87	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน		ค่าเฉลี่ย	3.11	3.58	3.70
	น้อยกว่า 5 ปี	3.11	-	.475*	.594*
	5 - 9 ปี	3.58	-	-	.119
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.70	-	-	-
- กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานทางการเงินกับกลุ่มอื่น		ค่าเฉลี่ย	3.05	3.61	3.76
	น้อยกว่า 5 ปี	3.05	-	.560*	.714*
	5 - 9 ปี	3.61	-	-	.154
	ตั้งแต่ 10 ปี	3.76	-	-	-

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.24 พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5 - 9 ปี มีการจัดการด้านการผลิตโดยมีการจัดทำสต็อกของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า และมีการจัดการด้านการบัญชีและการเงินโดยควบคุมค่าใช้จ่ายไม่เกินงบประมาณที่กำหนด มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี

กลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5 – 9 ปี และตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไปมีการจัดการด้านการผลิต ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี ในประเด็นต่างๆ ดังนี้ ด้านการจัดการการผลิต กลุ่มอาชีพมีการวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า มีการเปรียบเทียบจำนวนที่ผลิตกับแผนการผลิต มีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้า มีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมการผลิต และมีการคิดต้นทุนการผลิต ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์กลุ่มอาชีพได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำ สมาชิกกลุ่มมีความรับผิดชอบในการทำงาน และสมาชิกกลุ่มมีการปฏิบัติงานเป็นทีม ส่วนด้านการตลาด กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้า วิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของตนเอง เปรียบเทียบผลผลิตที่ขายได้จริงกับแผนที่วางไว้ มีการใช้กลยุทธ์การตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีการขยายช่องทางการตลาดโดยนำสินค้าฝากขาย มีการจดบันทึกข้อมูลด้านการตลาด และมีการคิดต้นทุนทางการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเอง รวมทั้งนำตัวเลขจากบัญชีมาปรับปรุงการดำเนินงาน มีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน และมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานทางการเงินกับกลุ่มอาชีพอื่น

ส่วนกลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยกลุ่มอาชีพนำความรู้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง อีกทั้งประธานกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญกับการประชุมกลุ่ม และด้านการบัญชีและการเงิน กลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณและแผนการเงิน มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี

4.4.4.3 การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

H_0 : การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ ไม่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

H_1 : การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ตารางที่ 4.25 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ

การจัดการธุรกิจชุมชน	t จากการ คำนวณ	P – value*	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
การจัดการด้านการผลิต	2.588	.013*	ปฏิเสธ H ₀
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	3.291	.002*	ปฏิเสธ H ₀
การจัดการด้านการตลาด	0.612	.541	ยอมรับ H ₀
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน	2.095	.043*	ปฏิเสธ H ₀
รวม	2.530	.015*	ปฏิเสธ H₀

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

*p<.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ค่า t ที่ได้จากการคำนวณอยู่ในขอบเขตที่ปฏิเสธ H₀ ยอมรับ H₁ โดยมีค่า p – values น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าการได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพที่ต่างกันมีการจัดการธุรกิจชุมชนโดยภาพรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า การได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพที่ต่างกันมีการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ และการจัดการด้านการบัญชีและการเงินแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

โดยพิจารณาผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชนเป็นรายด้านได้ ดังตารางที่ 4.26

ตารางที่ 4.26 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ

การจัดการธุรกิจชุมชน	การได้รับการ อบรม	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของ ค่าเฉลี่ย	P-Value
การจัดการด้านการผลิต				
- กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการผลิต ล่วงหน้า	เคย	3.87	.417	.013*
	ไม่เคย	3.15		

ตารางที่ 4.26 ผลต่างของค่าเฉลี่ยสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของการจัดการธุรกิจชุมชน จำแนกตามการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ (ต่อ)

การจัดการธุรกิจชุมชน	การได้รับการอบรม	ค่าเฉลี่ย	ผลต่างของค่าเฉลี่ย	P-Value
- กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นเป็นตอนอย่างชัดเจน	เคย	4.08	.429	.003*
	ไม่เคย	3.66		
- กลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้า	เคย	4.33	.368	.039*
	ไม่เคย	3.97		
การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์				
- กลุ่มอาชีพนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง	เคย	4.07	.828	.000*
	ไม่เคย	3.24		
การจัดการด้านการบัญชีและการเงิน				
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณเพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน	เคย	3.87	.491	.002*
	ไม่เคย	3.38		
- กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอ	เคย	3.77	.421	.007*
	ไม่เคย	3.34		

ที่มา: การสำรวจปี พ.ศ. 2556 และจากการคำนวณ

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.26 พบว่า สมาชิกในกลุ่มอาชีพที่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนจะมีการจัดการด้านการผลิต ในด้านการวางแผนการผลิตล่วงหน้า มีการจัดการกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน และมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ส่วนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มอาชีพมีการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง และด้านการบัญชีและการเงินกลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณเพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน รวมทั้งมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอ มากกว่าสมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ไม่เคยได้รับการอบรม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาที่สำคัญเพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน และศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน โดยงานวิจัยเรื่องนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Exploratory Research) ซึ่งดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาว ปี 2554 ที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ รวมทั้งสิ้น 230 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify random sampling) โดยการแบ่งประชากรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือออกเป็น 2 กลุ่ม และเลือกจังหวัดที่เป็นตัวแทนกลุ่ม กลุ่มละ 2 จังหวัด ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างมีจังหวัดที่เป็นตัวแทนคือ จังหวัดสุรินทร์ และจังหวัดชัยภูมิ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนมีจังหวัดที่เป็นตัวแทนคือ จังหวัดขอนแก่น และจังหวัดอุดรธานี หลังจากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้กลุ่มอาชีพในแต่ละจังหวัดมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน

ข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิง (Inferential statistics) ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple regressions) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปได้ดังนี้

สมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.1 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี ร้อยละ 33 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 79.1 จบการศึกษาระดับประถมศึกษา ร้อยละ 46.5 อาชีพหลักของสมาชิกในกลุ่มอาชีพส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา ร้อยละ 37.9 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย ร้อยละ 25.2 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ให้ข้อมูลมีตำแหน่งในกลุ่มอาชีพเป็นประธานกลุ่มอาชีพ ร้อยละ 43 รองลงมาคือ ตำแหน่งอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วยกรรมการกลุ่มอาชีพ และสมาชิกกลุ่มอาชีพ ร้อยละ 42.6 นอกจากนี้ยังมีตำแหน่งหน้าที่ในสังคมที่นอกเหนือจากการเป็นสมาชิกในหมู่บ้าน คือ คณะกรรมการหมู่บ้าน ร้อยละ 16.7 รองลงมาคือ คณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาท ร้อยละ 15.4 สินค้าที่กลุ่มอาชีพผลิตส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทอาหาร ร้อยละ 44.8 โดยรายได้ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,000 บาทขึ้นไป ร้อยละ 29.1 รองลงมาคือ 10,000 – 19,999 บาท ร้อยละ 26.5 ส่วนใหญ่กลุ่มอาชีพมีจำนวนสมาชิกประมาณ 10 – 20 คน ร้อยละ 44.3 และมีระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพน้อยกว่า 5 ปี ร้อยละ 36.5 จากการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่สมาชิกในกลุ่มอาชีพเคยได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนจากทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ร้อยละ 87.4 โดยมีความถี่ในการเข้าอบรม 1 ครั้งต่อปี ร้อยละ 51.2 ส่วนสมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ไม่เคยได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากไม่สะดวกเข้าร่วมอบรม ร้อยละ 41.4

ส่วนผลการวิเคราะห์แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพมีการนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงตามลำดับการปฏิบัติจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

ด้านความมีเหตุผล พบว่า กลุ่มอาชีพนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านความมีเหตุผลไปปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยสมาชิกกลุ่มคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบอยู่เสมอในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มพิจารณาถึงผลเสียที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) และสมาชิกกลุ่มมีการดำเนินธุรกิจเป็นลำดับขั้นตอน ตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบ การผลิต และการนำไปขายในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$)

ด้านความพอประมาณ พบว่า กลุ่มอาชีพนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านความพอประมาณไปปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) โดยสมาชิกกลุ่มทำการผลิตสินค้าในจำนวนที่สอดคล้องกับความต้องการซื้อของลูกค้าในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$) รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบเฉพาะที่จำเป็นที่ต้องการใช้เท่านั้นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) และสมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบในจำนวนที่ไม่มากเกินไปในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$)

ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดี พบว่า กลุ่มอาชีพนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีไปปฏิบัติในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) โดยกลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐาน

วัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ความเอื้ออาทร และความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชนหรือท้องถิ่นในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มใช้ข้อมูลจากปัญหาการดำเนินธุรกิจในอดีตเพื่อเป็นข้อมูลในการป้องกันปัญหาการจัดการธุรกิจในอนาคตในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) และสมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับการจัดสรรกำไรส่วนหนึ่งไว้สำหรับการทำประโยชน์แก่สมาชิก ชุมชน และหมู่บ้านในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$)

ทั้งนี้ กลุ่มอาชีพมีการนำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานธุรกิจชุมชนภายใต้ 2 เงื่อนไขในระดับมาก โดยใช้เงื่อนไขคุณธรรมมากกว่าเงื่อนไขความรู้ ดังนี้

ด้านเงื่อนไขคุณธรรม พบว่า กลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขคุณธรรมมาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนในระดับมาก ($\bar{X} = 4.18$) โดยสมาชิกกลุ่มดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นในชุมชนในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.43$) รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มประพฤติปฏิบัติทางกาย วาจา ใจให้ตั้งมั่นอยู่ในความดี และเคารพกฎกติกาของสังคมในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.37$) และสมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไม่ใช้ไปอย่างสิ้นเปลือง เน้นการประหยัดพลังงาน ได้แก่ น้ำมัน ไฟฟ้า น้ำประปา ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและในชีวิตประจำวันในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$)

ด้านเงื่อนไขความรู้ พบว่า กลุ่มอาชีพนำเงื่อนไขความรู้มาใช้เป็นหลักในการพิจารณาการดำเนินการจัดการธุรกิจชุมชนในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) โดยสมาชิกกลุ่มตัดสินใจซื้อวัตถุดิบด้วยความรอบคอบอยู่เสมอในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) รองลงมาคือ สมาชิกกลุ่มระมัดระวังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อวัตถุดิบไม่ให้เกิดเกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) และสมาชิกกลุ่มใช้ความรู้อย่างรอบด้าน เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง ในการดำเนินธุรกิจอย่างพอเพียงในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$)

สำหรับผลการวิเคราะห์การจัดการธุรกิจชุมชนกลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติในการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด และการจัดการการบัญชีและการเงินในระดับมากทุกด้าน ซึ่งสามารถพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับการปฏิบัติจากมากไปน้อย ได้ดังนี้

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) โดยประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีการกำหนดบทบาท และหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่มอย่างชัดเจนในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) และกลุ่มอาชีพได้นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริงในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$)

การจัดการการผลิต พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการการผลิตโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) โดยกลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้าในระดับมากที่สุด

($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจนในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) และกลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิตในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$)

การจัดการการบัญชีและการเงิน พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการการบัญชีและการเงินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$) โดยกลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณ/แผนการเงิน เพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน และกลุ่มอาชีพมีการควบคุมการใช้จ่ายเพื่อดำเนินธุรกิจไม่เกินงบประมาณที่กำหนดไว้ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) และกลุ่มอาชีพมีการนำตัวเลขจากบัญชีมาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$)

การจัดการการตลาด พบว่า กลุ่มอาชีพมีระดับการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการการตลาดโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) โดยกลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในตลาดในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาคือ กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนทางการตลาดในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) และกลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$)

สำหรับผลการศึกษาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวิจัยสรุปสาระสำคัญได้ ดังต่อไปนี้

5.1.1 วิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

5.1.1.1 การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน

การวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน พบว่า องค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการบัญชีและการเงิน มีค่า KMO เท่ากับ 0.788 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 602.886 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 นอกจากนี้ยังมีค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 3.091 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 77.270% โดยองค์ประกอบทุกตัวมีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ สามารถจัดให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน หรือเป็นองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน

5.1.1.2 ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในองค์ประกอบ 3 ห่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีค่า KMO เท่ากับ 0.666 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square

เท่ากับ 201.992 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 นอกจากนี้ยังมีค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 2.078 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 69.283% โดยองค์ประกอบทุกตัว มีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบ 3 ห่วง สามารถจัดให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน หรือเป็นองค์ประกอบ 3 ห่วงของแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ส่วนการวิเคราะห์องค์ประกอบที่สำคัญของแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในเงื่อนไข 2 เงื่อนไข ได้แก่ เงื่อนไขความรู้ และเงื่อนไขคุณธรรม มีค่า KMO เท่ากับ 0.500 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีการแจกแจงโดยประมาณแบบ Chi-Square เท่ากับ 153.507 และได้ค่า Significance เท่ากับ .000 นอกจากนี้ยังมีค่า Total Initial Eigenvalues เท่ากับ 1.701 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้มากที่สุดถึง 85.026% โดยองค์ประกอบทุกตัวมีค่า Factor Loading เข้าใกล้ 1 จึงสามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบทั้ง 2 องค์ประกอบ สามารถจัดให้อยู่ในปัจจัยเดียวกัน หรือเป็นองค์ประกอบ 2 เงื่อนไขของแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

5.1.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

การจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการผลิต พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีมีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิตมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.490 และ 0.315 ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.518 และ 0.289 ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.430 และ 0.293 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านทรัพยากรมนุษย์ มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.453 และ 0.231 ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการตลาด พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านการตลาดของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.472 และ 0.308 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการตลาด มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.543 และ 0.199 ตามลำดับ

การจัดการธุรกิจชุมชนด้านการจัดการการบัญชีและการเงิน พบว่า การประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดการด้านการบัญชีและการเงินของกลุ่มอาชีพมากที่สุด รองลงมาคือ ความมีเหตุผล โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.376 และ 0.363 ตามลำดับ ทั้งนี้กลุ่มอาชีพใช้เงื่อนไขความรู้มาเป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการบัญชีและการเงิน มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.497 และ 0.176 ตามลำดับ

จึงสามารถสรุปโดยภาพรวมได้ว่า กลุ่มอาชีพมีการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มากกว่าความมีเหตุผล ในการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด และการจัดการการบัญชีและการเงิน โดยใช้เงื่อนไขความรู้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนในทุกๆ ด้านมากกว่าเงื่อนไขคุณธรรม

5.1.3 ศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

จากผลการวิเคราะห์สรุปได้ว่าคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนแตกต่างกัน ดังนี้

ด้านรายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 29,999 บาท และ 30,000 – 39,999 บาท มีการจัดการการผลิต ในด้านการมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน มีการคิดต้นทุนการผลิต มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า รวมทั้งมีการจดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในการผลิต มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีรายได้ต่ำกว่า ได้แก่ กลุ่มอาชีพที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,000 – 19,999 บาท

ด้านระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ พบว่า กลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจ 5 – 9 ปี และตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป มีการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการตลาด และด้านการบัญชีและการเงิน มากกว่ากลุ่มอาชีพที่มีระยะเวลาดำเนินธุรกิจน้อยกว่า 5 ปี

ด้านการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ พบว่า สมาชิกในกลุ่มอาชีพที่เคยได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนจะมีการจัดการด้านการผลิต ในด้านการวางแผนการผลิตล่วงหน้า มีการจัดการกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน และมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก ส่วนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ สมาชิกกลุ่มอาชีพมีการนำความรู้ที่ได้จากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง และด้านการบัญชีและการเงิน สมาชิกกลุ่มอาชีพมีการจัดทำ

งบประมาณเพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน รวมทั้งมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอมากกว่าสมาชิกในกลุ่มอาชีพที่ไม่เคยได้รับการอบรม

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ที่ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มอาชีพที่ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3 - 5 ดาวที่มีพื้นที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดขอนแก่น สุรินทร์ อุดรธานี และชัยภูมิ สามารถอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

5.2.1 องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

5.2.1.1 องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน

ผลการศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า การจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างแท้จริงของการจัดการธุรกิจชุมชน โดยการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของเย็นใจ เลาหวิช (2545 อ้างถึงใน สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสภาสถาบันราชภัฏ) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของธีระพล ศิริบุชา (2549) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องหนัง (รองเท้า) ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี และพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการธุรกิจชุมชนประกอบด้วย ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด ด้านการบริหารการเงิน ด้านบุคลากร แต่องค์ประกอบทั้ง 4 ด้านดังกล่าวแตกต่างจากการศึกษาของจุลศักดิ์ ชาญณรงค์ (2546) ที่สรุปว่าการประกอบการธุรกิจขององค์กรชุมชนมีทั้งสิ้น 10 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านระบบบัญชี ด้านแรงงาน ด้านการบริหารจัดการ ด้านการทำงานเป็นกลุ่ม ด้านการประสานความร่วมมืออย่างแท้จริง ด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการร่วมเป็นเจ้าของ และดำเนินกิจกรรม และด้านนโยบายของรัฐยังไม่เอื้ออำนวย ทั้งในด้านภาษี สินเชื่อ ตลอดจนระบบโครงสร้างราชการ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังแตกต่างจากผลการศึกษาของณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ (2542) ซึ่งได้กล่าวถึงปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการจัดการธุรกิจชุมชนว่าประกอบด้วยปัจจัย 9 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงินหรือเงินทุน ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านการผลิต ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านผู้นำชุมชน ปัจจัยด้านแรงงาน ปัจจัยการมีส่วนร่วมของสมาชิก ปัจจัยระเบียบข้อบังคับ และปัจจัยปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ส่วนงานของปภาวัฒน์ อุทัยเลิศ (2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระพี้ อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม พบว่า องค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การดำเนินงาน

ของคณะกรรมการ การจัดการอาคารสถานที่ การประกอบธุรกิจชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชน นอกจากนี้การศึกษาของธวัชชัย เฟ็งพิณิจ (2551) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา หมู่บ้านโฮมสเตย์ จังหวัดหนองคาย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชน หมู่บ้านโฮมสเตย์บ้านจอมแจ้ง หมู่ที่ 1 ตำบลสีกาย อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ประกอบด้วย 1) ทูนาทางธรรมชาติ 2) ทูนาทางสังคมและวัฒนธรรม 3) ผู้นำทางการและกึ่งทางการในชุมชน 4) การมีส่วนร่วมและเรียนรู้ด้วยกันของสมาชิกในชุมชน 5) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ 6) การสร้างเครือข่าย 7) การสร้างข้อตกลงร่วมกัน 8) การกระจายรายได้ 9) ความโปร่งใส และ 10) มีกิจกรรมต่อเนื่อง ส่วนงานวิจัยของนันทิยา หุตานวัตร (ออนไลน์, 2555) ในประเด็นกลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งของการจัดการธุรกิจชุมชน พบว่า องค์กรธุรกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือใช้กลยุทธ์ที่เน้นกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาคนและการเงินเท่านั้น อีกทั้งศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ออนไลน์, 2555) ได้ค้นพบว่า ปัจจัยที่กำหนดความสำเร็จของการจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบไปด้วย 5 ปัจจัยสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านความเข้าใจของสมาชิก ปัจจัยด้านความต้องการและเป้าหมายของธุรกิจชุมชน ปัจจัยด้านเงินทุน ปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคล และปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน

นอกจากนี้ผลการศึกษาด้านการจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างแท้จริงของการจัดการธุรกิจชุมชนยังมีความแตกต่างจากงานวิจัยในต่างประเทศ เช่นงานของ Miller N. J. and Besser T. L. (2000) ที่ค้นพบว่าองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการธุรกิจชุมชนที่สำคัญมี 5 ด้าน ได้แก่ การสร้างความร่วมมือในการดำเนินงานภายในชุมชน การพัฒนาทางเลือกให้หลากหลาย การร่วมมือกับธุรกิจชุมชนกลุ่มอื่น การพัฒนาความเชี่ยวชาญให้แก่ผู้ประกอบการและผู้จัดการ และการสร้างเครือข่ายกับธุรกิจนอกชุมชน ส่วนงานของ Jackson E. T. (2004) ได้เพิ่มเติมองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการธุรกิจชุมชนว่า ควรมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกันและกันระหว่างชุมชน การเป็นผู้ประกอบการ การเผยแพร่ความรู้ และการทำข้อตกลงร่วมกัน สำหรับการศึกษาของ Markusen A. (2004) ได้เน้นถึงการจัดการธุรกิจชุมชนที่ต้องมีการวางแผนและมีนโยบายอย่างสมเหตุสมผล ในการระบุและการกำหนดเป้าหมายของอาชีพ ประกอบด้วย การมีทักษะสูง การแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการเติบโต การรวมกลุ่ม การร่วมมือกับส่วนอื่น การสนับสนุนการประกอบการ และการพิจารณาศักยภาพของพื้นที่ อีกทั้งการพัฒนาทุนทางสังคมจะทำให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้ดีกว่าการพยายามเสริมสร้างความแข็งแกร่งในทางอุตสาหกรรม โดยเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อชุมชนที่สามารถช่วยให้เกิดการจัดการธุรกิจชุมชน สามารถควบคุมสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และมีพื้นที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวาง จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการเสริมความแข็งแกร่งในชุมชนนั้นๆ (Crowe J. A., 2006)

ดังนั้นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชนจึงมีความหลากหลายในการนำมาศึกษาและวิจัย

5.2.1.2 องค์ประกอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการศึกษาการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงประกอบด้วยเกณฑ์ 3 ห่วงและ 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัวอง ภายใต้เงื่อนไขความรู้และคุณธรรมซึ่งเป็นผลของการทดสอบเชิงยืนยันที่มีค่าเชิงสถิติมาสนับสนุนว่าเป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแท้จริงตามที่สำนักราชเลขาธิการ (ออนไลน์, 2550) ได้นำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 ว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงประกอบด้วยเกณฑ์ 3 ห่วง และ 2 เงื่อนไขดังกล่าว นอกจากนี้ทองทิพภา วิริยะพันธ์ (2550) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียงจะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญ ได้แก่ 1) ใช้ทางสายกลาง โดยเน้นการดำเนินชีวิตหรือการดำเนินงานในลักษณะไม่เร่งรัดหรือแข็งข้านจนเกินไป มีความพอดี อยู่อย่างประมาณตน ตามฐานะ ตามอัตภาพ ไม่หลงกระแสวัตถุนิยม มีอิสรภาพ สร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับชีวิตทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ 2) ให้ความสำคัญกับความพอประมาณ โดยยึดหลักความมีเหตุผล และตั้งอยู่บนพื้นฐานความไม่ประมาท ใช้สติปัญญาในการพิจารณาเรื่องต่างๆ 3) ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ ให้มีความพอเพียงทั้งในด้านวัตถุ และด้านจิตใจ เป็นการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับจริยธรรม คุณธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ให้รู้จักคำว่าพอ ขจัดความโลภให้น้อยลง ให้มีความสุขทั้งทางกาย จิตใจ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความวุ่นวายให้แก่สังคมโดยรวม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้มนุษย์รู้จักการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด รู้จักความพอเพียง รู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี ควรผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 5) ด้านเศรษฐกิจ ควรให้ความสำคัญกับหลักการประหยัด ตัดทอนค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นทุกด้าน ลดการฟุ่มเฟือยฟุ้งเฟ้อ ยึดหลักพออยู่ พอกิน พอใช้ หลีกเลี่ยงการก่อหนี้ที่ไม่มีผลตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า

ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550) ได้กล่าวถึง การน้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ซึ่งทุกคนสามารถนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินชีวิตได้ไม่ใช่ว่าเฉพาะในหมู่คนจนหรือเกษตรกรที่ต้องเกิดจิตสำนึกมีความศรัทธาเชื่อมั่นเห็นคุณค่า และนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง แล้วจึงขยายไปสู่ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศชาติต่อไป โดยแบ่งเป็นระดับ ความพอเพียงระดับบุคคลและครอบครัว ความพอเพียงระดับชุมชน ความพอเพียงในภาคธุรกิจเอกชน และความพอเพียงระดับประเทศ เป็นการบริหารจัดการประเทศ โดยเริ่มจากการวางรากฐานให้ประชาชนส่วนใหญ่อยู่อย่างพอกิน และพึ่งตนเองได้ มีความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต มีการรวมกลุ่มของชุมชนหลายๆ แห่งเพื่อ

แลกเปลี่ยนความรู้ สืบทอดภูมิปัญญาแล้วร่วมกันพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างรู้ รัก สามัคคี เสริมสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างชุมชนให้เกิดเป็นสังคมแห่งความพอเพียงในที่สุด

สำหรับสำนักงานเศรษฐกิจเกษตร (2555) ได้อธิบายถึงการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มาประยุกต์ใช้ว่า พื้นฐานของประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ดังนั้นจุดเริ่มต้นของการพัฒนา เศรษฐกิจพอเพียง คือ การฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นตั้งแต่ขั้นการฟื้นฟูและขยายเครือข่าย เกษตรกรรมให้ยั่งยืน ที่ยึดเส้นทางสายกลางของความพอดี ในหลักของการพึ่งพาตนเอง 5 ประการ ได้แก่ ความพอดีด้านจิตใจ ความพอดีด้านสังคม ความพอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพอดีด้านเทคโนโลยี และความพอดีด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ เศรษฐกิจพอเพียงยังสามารถ ประยุกต์ใช้ได้ในทุกระดับ ทุกสาขา และทุกภาคของเศรษฐกิจ ไม่จำเป็นจะต้องจำกัดเฉพาะแต่ภาค การเกษตร หรือภาคชนบท แม้แต่ภาคการเงิน ภาคอสังหาริมทรัพย์ และการค้าการลงทุนระหว่าง ประเทศ โดยมีหลักการที่คล้ายคลึงกันคือ เน้นการเลือกปฏิบัติอย่างพอประมาณ มีเหตุมีผล และสร้าง ภูมิคุ้มกันให้แก่ตนเองและสังคม (มูลนิธิชัยพัฒนา, ออนไลน์, 2555)

5.2.2 วิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการ จัดการธุรกิจชุมชน

ผลการวิจัยโดยภาพรวมสรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพมีการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงด้านการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี มากกว่าความมีเหตุผล ในการจัดการธุรกิจชุมชนในด้านการ ผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด และการจัดการการบัญชีและการเงิน แต่ ขนาดของการนำการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีและความมีเหตุผลมาใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชนทางด้าน ต่างๆนั้นยังไม่เข้มข้น ทั้งนี้การจัดตั้งกลุ่มอาชีพในช่วงเริ่มต้นนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อการสนับสนุนเป็น อาชีพเสริมเท่านั้นซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นอาชีพหลักมุงรายได้มากเกินไป บางกลุ่มอาชีพที่ทำธุรกิจอยู่ ในชุมชนจะมีนายทุนเพียงคนเดียวเข้ามาบริหารจัดการทุกด้าน และจ้างชุมชนผลิตออกสู่ตลาด เลย เป็นผลให้มีใช้เงื่อนไขความรู้เป็นหลักในการพิจารณาการจัดการธุรกิจชุมชนในทุกๆ ด้านมากกว่า เงื่อนไขคุณธรรม เพราะทำธุรกิจเพื่อมุงรายได้มากเกินไปนั่นเอง สำหรับกลุ่มที่เป็นธุรกิจชุมชนที่เกิด จากการรวมตัวกันของคนภายในชุมชนจริง แต่รายได้ของกลุ่มจะมีมูลค่าน้อย ไม่คุ้มค่ากับต้นทุนที่ เกิดขึ้น ขาดความพอประมาณว่าปริมาณการผลิตจะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดหรือไม่ ทำ ให้ผลการศึกษาพบว่าความพอประมาณไม่ได้มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน ทั้งนี้สมาชิกในกลุ่มอาชีพ มีความจำเป็นที่ต้องกิน ต้องใช้ตามภาวะเศรษฐกิจในกระแสนิยมที่อยากมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี เช่นเดียวกับคนในชุมชนเมืองทั่วไป อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษางานวิจัยเป็นจำนวนมากที่ศึกษาการ นำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ให้เกิดขึ้นจริง แต่งานวิจัยต่างๆดังกล่าวไม่ได้ ทำการศึกษาถึงอิทธิพลเฉพาะของเกณฑ์ 3 ห่วง ภายใต้ 2 เงื่อนไขดังกล่าวว่ามีขนาดของผลกระทบ

ต่อการนำไปประยุกต์ใช้มากหรือน้อยเพียงใด เช่น ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์ (อ้างถึงในสุทิน ลีปะชาติ นริสา พิชัยวรุฒมะ และอาทิสุดา ณ นคร, 2550) ได้สรุปไว้ในบทความวิชาการเกี่ยวกับความพอเพียงในธุรกิจเอกชน โดยได้อธิบายถึงการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับการดำเนินการของภาคธุรกิจเอกชนว่า มักจะมีความเข้าใจผิดว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่สอดคล้องกับระบบตลาดระบบที่เน้นการแข่งขัน มุ่งหากำไร ตามความจริงแล้ว ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้ปฏิเสธระบบตลาด แต่ว่าเป็นเครื่องชี้นำ เครื่องกำกับการทำงานของกลไกตลาดให้มีเสถียรภาพดีขึ้น โดยเฉพาะเงื่อนไขทางดานคุณธรรม จะเป็นตัวทำให้การแข่งขันมีความเป็นธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมมากขึ้น ธุรกิจที่จะใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องคำนึงถึงว่าการแข่งขันจะต้องทำอย่างไรพอประมาณ โดยคำนึงถึงศักยภาพของตัวเอง จะต้องทำธุรกิจที่มีความชำนาญหรือใช้หลักความรู้มาพัฒนาตัวเองใหม่มีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันก็ต้องระวังอย่าดำเนินการในลักษณะที่มีความเสี่ยงมากเกินไป ซึ่งถ้าเป็นแบบนี้ก็หมายถึงว่าจะสามารถแข่งขันได้และมีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน ส่วนงานของกัญญามาน อินทว้าง (ออนไลน์, 2553) ที่สรุปว่าแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานธุรกิจชุมชน เพราะธุรกิจชุมชนเป็นการประกอบการโดยกลุ่ม หรือองค์กรชุมชนเป็นเจ้าของ และร่วมกันดำเนินธุรกิจ ตลอดจนร่วมรับผลประโยชน์จากการดำเนินการ ในการดำเนินกิจกรรมธุรกิจชุมชนเป็นการผลิต และการบริการที่เหมาะสมต่อสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน นอกจากนี้จะจัดสรรผลตอบแทนแก่สมาชิกกลุ่มแล้ว ยังจัดสรรเงินกำไรบางส่วนสำหรับการบริหารจัดการ การขยายธุรกิจ ตลอดจนจัดสรรไว้สำหรับดำเนินกิจกรรมสาธารณประโยชน์และกิจกรรมพัฒนาในชุมชนอีกด้วย

ในด้านการศึกษาหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการบริหารงานของธุรกิจชุมชนนั้น ทับทิม สวรรค์วงศ์ (ออนไลน์, 2553) พบว่า ด้านความพอประมาณ ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เมื่อเทียบกับการดำเนินธุรกิจได้แก่ การมีจุดมุ่งหมายที่มุ่งหวังได้รับผลประโยชน์หรือผลกำไรสุทธิระยะยาวมากกว่าระยะสั้น โดยการประยุกต์ใช้หลักความพอประมาณในทางธุรกิจ จะมีลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญๆ คือ การผลิตจะเน้นการผลิตเพื่อลูกค้าบางกลุ่มมากกว่าการผลิตเพื่อขายทั่วไป ด้านความมีเหตุมีผล การรู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง ซึ่งทำให้การบริหารมีลักษณะที่สำคัญๆ ดังนี้ เข้าใจในธุรกิจของตน และตลาดที่ตนแข่งขันอยู่อย่างถ่องแท้ ด้านการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ต้องเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมโดยกระจายผลิตภัณฑ์และตลาดเพื่อลดความเสี่ยง ปรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าฟุ่มเฟือยมาเป็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ประจำ และกระจายตลาดในหลายประเทศ

นอกจากนี้ควรส่งเสริมความรู้และคุณธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และใช้ความรู้ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง สร้างเสริมให้สมาชิกได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนา

เทคโนโลยีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ ส่วนทางด้านคุณธรรมนั้น ต้องมีการสร้างความตระหนักและให้ยึดมั่นในคุณธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในด้านความเพียร ความอดทน และความซื่อสัตย์ นอกจากนี้ยังมีงานของเดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ (2554) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน บนแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอ ดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า การพัฒนาความรู้ให้แก่กลุ่มอาชีพ ทำให้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง มีรูปแบบในการดำเนินงานเชิงธุรกิจครบทุกหน้าที่ ได้แก่ การบริหารจัดการ การตลาด การผลิต และการเงินบัญชี ทำให้กลุ่มมีการบริหารงานด้วยหลักเหตุผล มีความรอบรู้ทางการตลาด มีความรอบคอบในการผลิต และเกิดความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน จนกลุ่มสามารถจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดงได้เป็นผลสำเร็จ แสดงถึงศักยภาพและความสามารถของชุมชน ในการพัฒนาการดำเนินงานธุรกิจชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจะเป็นภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีสำหรับธุรกิจชุมชน บนหลักความพอประมาณตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

5.2.3 การศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพ ได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ผลการวิจัยการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียงค้นพบว่า รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจ และการได้รับการอบรมด้านการจัดการมีผลต่อประสิทธิภาพในการจัดการธุรกิจชุมชน โดยถ้าหากกลุ่มอาชีพมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในระดับสูงมากเพียงใดก็จะยิ่งสะท้อนถึงความสามารถในการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนได้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน และถ้าหากกลุ่มอาชีพในชุมชนมีระยะเวลาดำเนินการมายาวนานก็ยิ่งมีความสามารถในการจัดการธุรกิจด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการเงินและบัญชีให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่าการได้รับการอบรมของสมาชิกในแต่ละกลุ่มอาชีพเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านการเงินและบัญชี จะยิ่งทำให้สามารถประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจของกลุ่มอาชีพเพิ่มขึ้น ตามที่พิชัย มีชัย (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนโดยใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และพบว่าในการดำเนินธุรกิจชุมชนตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถูกต้องวิธิตวรได้รับการเรียนรู้ให้มากขึ้นกว่าเดิม และควรดำเนินชีวิตตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ได้ความรู้ ความคิด และแบบอย่างในการดำเนินชีวิต โดยควรทำคุณประโยชน์แก่คนในชุมชน ตามผลการศึกษาของ ขนิษฐา กาญจนรังสีพันธ์ (2554) เรื่องโครงการวิจัยประโยชน์สุขจากเศรษฐกิจพอเพียง

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผลการวิจัยค้นพบว่าการจัดการด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง คือ ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ยังคงสนับสนุนด้านงบประมาณในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแก่กลุ่มอาชีพในชุมชนต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ใหม่ๆด้านการผลิต การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการตลาด และการจัดการด้านการเงินและบัญชี จากวิทยากรที่มีประสบการณ์จริงอย่างมืออาชีพ และมีประสบการณ์เฉพาะด้านขององค์ประกอบต่างๆในการจัดการธุรกิจชุมชน โดยใช้วิทยากรจากภาครัฐ และเอกชนด้วยเทคนิคการถ่ายทอดให้กลุ่มอาชีพในชุมชนซึ่งเป็นชาวบ้านให้มีความเข้าใจและนำไปใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชนได้จริง เพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ นอกจากนี้รัฐบาลของประเทศไทยควรมีความชัดเจนในการพัฒนากลุ่มอาชีพที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชนอย่างแท้จริงเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันนโยบายของรัฐบาลได้มีการขยายการให้ความช่วยเหลือครอบคลุมถึงกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลุ่มอาชีพที่มีนายทุนเจ้าของคนเดียวแต่จ้างคนในชุมชนมารับจ้างผลิตแต่จัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพที่รัฐให้ความช่วยเหลือ จึงยิ่งทำให้การพัฒนากลุ่มอาชีพที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชนอย่างแท้จริงไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความเข้มแข็งแก่เศรษฐกิจชุมชนระดับฐานรากของประเทศ

2. องค์ประกอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไข 2 ข้อ คือ ความรู้และคุณธรรม นั้น กลุ่มอาชีพในชุมชนควรศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้มากยิ่งขึ้นถึงความพอเหมาะพอดี และพึ่งพาตนเองได้อย่างดีและยั่งยืน เกิดความสมดุลในการนำวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชนอย่างแท้จริงโดยการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน รู้จักเสียสละและแบ่งปันซึ่งกันและกัน ตลอดจนส่งเสริมและสนับสนุน ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์แก่กลุ่มคนรุ่นใหม่ภายในชุมชนต่อไป อีกทั้งควรจัดสรรรายได้หรือกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชนในรูปแบบต่างๆ เช่น การสนับสนุนทุนทางการศึกษา หรือการให้ความช่วยเหลือผู้สูงอายุภายในชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้การจัดการธุรกิจชุมชนต้องไม่มีผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนด้วยความรู้และคุณธรรมอย่างแท้จริง

3. ผลการวิจัยค้นพบว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในประเด็นเรื่องของความพอประมาณนั้นไม่มีผลอย่างชัดเจนต่อการจัดการธุรกิจชุมชน เนื่องจากกลุ่มอาชีพภายในชุมชนมีการจัดซื้อวัตถุดิบมากเกินไปสำหรับใช้ในการผลิตโดยไม่มี การวางแผนล่วงหน้า หรือทำการผลิตสินค้าใน

ปริมาณที่มากเกินไปไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทั้งนี้การจัดตั้งกลุ่มอาชีพในช่วงเริ่มต้นนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อการสนับสนุนเป็นอาชีพเสริมเท่านั้นซึ่งปัจจุบันได้กลายเป็นอาชีพหลักมีรายได้มากเกินไป บางกลุ่มอาชีพที่ทำธุรกิจอยู่ในชุมชนจะมีนายทุนเพียงคนเดียวเข้ามาบริหารจัดการทุกด้าน และจ้างชุมชนผลิตออกสู่ตลาด อย่างไรก็ตามการจัดการธุรกิจชุมชนได้นำประเด็นความมีเหตุผลและการมีภูมิคุ้มกันในตัวมาใช้ในการตัดสินใจดำเนินการธุรกิจชุมชนทุกด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการการผลิตและการจัดการการตลาด ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หรือหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ควรมีการจัดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานเกี่ยวกับการวางแผนการจัดซื้อวัตถุดิบ การสต็อกวัตถุดิบและสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า การได้รับการฝึกอบรมจะทำให้กลุ่มอาชีพที่เกิดจากการรวมตัวของคนในชุมชนได้รับความรู้ที่นำไปสู่การจัดการธุรกิจที่ทำให้ฐานะความเป็นอยู่ของสมาชิกดีขึ้น เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

1. นอกจากปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน ตัวอย่างเช่น ภาวะเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ระดับของการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดการธุรกิจ หรือภาวะผู้นำของหัวหน้าชุมชน เป็นต้น ดังนั้นจึงควรที่จะนำประเด็นหรือปัจจัยอื่นๆที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนมาศึกษาและทำวิจัยต่อยอดข้อค้นพบต่อไป ซึ่งการนำปัจจัยต่างๆดังกล่าวที่มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนนั้นอาจศึกษาในรูปแบบการวิเคราะห์ด้วยสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) เพื่อวิเคราะห์ถึงขนาดของผลกระทบของปัจจัยต่างๆว่าแต่ละปัจจัยมีอิทธิพลมากหรือน้อยเพียงใด
2. ควรมีการเปรียบเทียบผลการวิจัยปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชนกับภูมิภาคอื่นว่ามีผลของการวิจัยแตกต่างกันอย่างไร จะได้เป็นข้อเสนอแนะต่อการวางนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนากลุ่มอาชีพของชุมชน เนื่องจากธุรกิจชุมชนมีผลต่อเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นฐานรากของการพัฒนาประเทศไทย

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). **การจัดการและวางแผนธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: ศรีสยาม พริ้นท์แอนด์แพคค์.
- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2549). **คู่มือปฏิบัติการเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชนเพื่อยกระดับรายได้ครัวเรือน**. สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน.
- กรมส่งเสริมสหกรณ์. (2554). **จำนวนกลุ่มอาชีพ แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ รายจังหวัด**. [ออนไลน์] ได้จาก: http://www.cpd.go.th/cpd/cpdinter/Information_tradenew1.html
- กัญญาณอน อินทว้าง. (2553). **แนวทางธุรกิจชุมชนโดยใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่ระบบฐานรากที่ยั่งยืน**. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://kanyamon555.igetweb.com>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). **การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2548). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล**. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด
- กิตติมา จอร์นส. (2547). **กระบวนการจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องจักรสาน ขององค์การบริหารส่วนตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชนัญญา กาญจนรังษิณนธ์ และคณะ. (2554). **โครงการวิจัยประโยชน์สุขจากเศรษฐกิจพอเพียง**. รายงานการวิจัย. กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2540). **การจัดการธุรกิจฟาร์ม**. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2554). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง”. **วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน**. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 19 (2): 77-110.
- คณิต ไช่มุกด์. (2546). **สถิติพื้นฐาน**. นครราชสีมา: สำนักพิมพ์น้ำฝน จำกัด.
- จตุศักดิ์ ชาญณรงค์. (2546). **ธุรกิจชุมชน: ตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่**. สุทธิปริทัศน์: กรุงเทพฯ.

- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2539). การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจชุมชน โครงการทดลอง
บริษัทธุรกิจชุมชนหัวไทร ตำบลเขาพังไกร อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช. สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย: กรุงเทพฯ.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2551). ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย:
กรุงเทพฯ.
- ดิรก สาระวดี. (2539). ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจชุมชน. เอกสารประกอบการสัมมนาทางเลือก
และศักยภาพชาวอีสาน. สถาบันวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยขอนแก่น: ขอนแก่น.
- เดชวิทย์ นิลวรรณ และคณะ. (2554). การจัดการความรู้ เพื่อพัฒนาธุรกิจชุมชน บนแนวคิด
เศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มตัดเย็บบ้านดอกแดง ตำบลสง่าบ้าน อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด
เชียงใหม่. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ทับทิม สวรรค์วงศ์. (2553). ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจ ชุมชน (บ้านอนุรักษ์กระดาศ
สา). [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.learners.in.th/blogs/posts/339544>
- ทองทิพภา วิริยะพันธ์. (2550). เศรษฐกิจพอเพียง: ความพอเพียงมวลรวมในประเทศ. พิมพ์ครั้งที่
3. ดวงกลมสมัยจำกัด: กรุงเทพมหานคร.
- ไทยตำบล ดอท คอม. (2553). สินค้าสุดยอดโอท็อป 5 ดาวปี 2553 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
[ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.thaitambon.com/OPC2553/5Star_3.htm
- ธงชัย สันติวงษ์. (2539). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2549). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: บริษัท เอช
เอ็น กรู๊ป จำกัด.
- ธนาธร ภูพันธ์เอก และนภาพรรณ พัฒนฉัตรชัย. (2551). การพัฒนาธุรกิจชุมชนกรณีศึกษา สุรา
กลั่นชุมชน จังหวัดสุรินทร์. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- ธวัชชัย เพ็งพินิจ. (2551). การศึกษารูปแบบการจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านโฮมสเตย์
และหมู่บ้านประมงน้ำจืด จังหวัดหนองคาย. รายงานการศึกษาดุษฎี, คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- ธีระพล ศิระบุชา. (2549). การจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องหนัง (รองเท้า) ขององค์การ
บริหารส่วนตำบลหนองหาน อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี. รายงานการวิจัย.
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นันทิยา หุตานวัตร. (2555). กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งธุรกิจชุมชน. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://anchan.lib.ku.ac.th/thai-ciard/handle/009/29427>

- ประเวศ วะสี. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียงและประชาสังคม: แนวทางพลิกฟื้นเศรษฐกิจสังคม**. พิมพ์ครั้งที่ 6. หมอชาวบ้าน: กรุงเทพมหานคร.
- ปานวัฒน์ อุทัยเลิศ. (2551). **การจัดการธุรกิจชุมชนของตลาดริมน้ำดอนหวาย ตำบลบางกระทึก อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พิชัย มีชัย. (2552). **การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. รายงานการศึกษาอิสระ. คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิทยา ว่องกุล. (2539). **แนวคิดฝ่าวิกฤตทุนนิยมไร้พรมแดน: เศรษฐธรรมและอธิปไตยชุมชนไทย**. อมรินทร์วิชาการ: กรุงเทพฯ.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2541). **การวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญจันทร์ สังข์แก้ว. (2551). **การพัฒนารูปแบบการจัดการองค์กรธุรกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเองตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงประเภทธุรกิจเกษตร ของเกษตรกรปลูกมะขามหวานเพื่อการค้า จังหวัดเพชรบูรณ์**. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- เพ็ญมณี พลขำนิ. (2554). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการดำเนินงานตามโครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) ตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตพื้นที่ตำบลพัฒนา อำเภอเมืองมหาสารคาม จังหวัดมหาสารคาม**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ภาวิณี เพ็ญสงคราม. (2551). **การจัดการธุรกิจชุมชน กรณีศึกษาฟาร์มเห็ดนางฟ้าในเขตบ้านดอนมัน ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม**. รายงานการศึกษาอิสระ. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- มนต์รัก อีรานุสรณ์. (2550). **ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2555). **เศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.chaipat.or.th/chaipat/index.php>
- วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล และอมราวรรณ ทิวถนอม (2552). “การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ”. **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 46(2): 45-54.
- วิกิพีเดีย. (2552). **เศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://th.wikipedia.org/wiki/>

- ศิริวรรณ วรรณศรี. (2551). **กระบวนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในบ้านตาดเสริม ตำบลบ้านม่วง อำเภอสังขาม จังหวัดหนองคาย**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศรีสุภา สหชัยเสรี. (2546). **Marketing 101: การบริหารการตลาดในยุคเศรษฐกิจใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท ทิปป์ พอยท์ จำกัด.
- ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2555). **ธุรกิจชุมชน**. [ออนไลน์] ได้จาก: <http://www.mcc.cmu.ac.th/>
- สมพันธ์ เตชะอธิก และคณะ (2542). **การพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้าน**. เจริญวิทย์การพิมพ์: กรุงเทพฯ
- เสน่ห์ จามริก. (2546). **เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาที่ยั่งยืน**. วรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มพัฒนากรอบแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.
- สุคนธ์ เหลืองอิงคะสุต. (2551). **ความสัมพันธ์ของความรู้ความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริกับการบันทึกบัญชีครัวเรือนของประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- สุทิน ลีปะชาติ นริสา พิชัยวรุฒมะ และอาทิสุดา ณ นคร. (2550). **ความพอเพียงในธุรกิจเอกชน**. **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 44(4): 4-11.
- สุภาพ สุทธิรักษ์. (2549). **การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเกษตร กรณีแปรรูปอาหาร**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- สุภาพ สุทธิรักษ์. (2551). **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความเข้มแข็ง กรณีดอกไม้ประดิษฐ์จากใบยางพารา**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- สุมาลี พุ่มภิญโญและคณะ. (2545). **สถานการณ์ด้านการผลิต การตลาดโอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กรณีศึกษาดอกไม้ประดิษฐ์ จังหวัดนครราชสีมา และอ่างทอง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สุวิมล ติรกานันท์. (2550). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- แสนย์ สายสุภลักษณ์. (2547). **ระบบการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนท้องถิ่นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดเชียงใหม่**. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). **ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์] ได้จาก: www.industry.go.th
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). **รายงานประเมินความยากจนปี 2550**. [ออนไลน์]. ได้จาก: http://www.nesdb.go.th/portals/0/tasks/eeco_crowd/Poverty%202007.pdf.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร (2555). **การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์] ได้จาก: http://oae.go.th/ewt_news.php?nid=6582
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตรเขต1. (2554). **การศึกษาวิเคราะห์การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดแม่ฮ่องสอน**. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์: จังหวัดเชียงใหม่.
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้. (2550). “การจัดทำตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง”. **วารสารเศรษฐกิจและสังคม**. สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 44(4): 12-21.
- สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). **ชุดวิชาการจัดการธุรกิจชุมชน**. เอกสารประกอบการเรียน.
- สำนักราชเลขาธิการ. (2550). **เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร**. [ออนไลน์]. ได้จาก:<http://www.serffi.ciendyeconomy.org>
- อภิชัย พันธเสน และคณะ. (2545). **การจัดการธุรกิจชุมชน**. สำนักมาตรฐานการศึกษา สำนักงานสถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ: กรุงเทพมหานคร.
- อภิชัย พันธเสน และปัทมาวดี โพชนุกูล ชูชุกิ. (2546). **การประเมินปัญหาและความต้องการของธุรกิจชุมชน**. รายงานการศึกษา สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- อานันท์ อรรถนิตย์. (2549). **การจัดการธุรกิจชุมชนของกลุ่มทอผ้าไหมในอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เอกจิตรา เพ็งวิชัย. (2549). **การจัดการธุรกิจชุมชนประเภทเครื่องหนัง(รองเท้า)ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Besser, T. l. (1999). “Community Involvement and the Perception of Success among Small Business Operators in Small Towns”. **Journal of Small Business Management**. 37(4): 16-29.

- Bosworth G. (2009). Education, mobility and rural business development. **Journal of Small Business and Enterprise Development**. 16(4) 660-677. Available from: www.emeraldinsight.com/1462-6004.htm
- Crowe J. A. (2006). Community Economic Development Strategies in Rural Washington: Toward a Synthesis of Natural and Social Capital. **Rural Sociology**. 71(4): 573-596.
- Donkwa, K. (2012). "The Development of the Community's Economy in the Northeast of Thailand". *Suranaree Journal of Science and Technology*. 19(3): 215-223.
- Jackson E. T. (2004). Community Innovation Through Entrepreneurship: Grantmaking in Canadian Community Economic Development. **Journal of the Community Development Society**. 35(1): 65-81.
- Kean, R., and et al. (1998). "Effect of Community Characteristics, Business Environment, and Competitive Strategies on Rural Retail Business Performance". **Journal of Small Business Management**. 36(2): 45-57.
- Markusen A. (2004). Targeting Occupations in Regional and Community Economic Development. **Journal of the American Planning Association**. 70(3): 253-268.
- Miller N. J. and Besser T. L. (2000). The importance of community values in small business strategy formation: Evidence from rural Iowa. **Journal of Small Business Management**. 38(1) 68-85. Available from: ABI
- Raymond L. C. (1996). The entrepreneurial community approach to community economic development. **Economic Development Review**. 14(2): 16-20.

ภาคผนวก
แบบสอบถามในการวิจัย





แบบสอบถามในการวิจัย

เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Community Business Management on a Self-Sufficiency Economy)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 2 องค์ประกอบ ดังนี้
องค์ประกอบปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบไปด้วย 3 ตัวแปร ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี โดยอยู่ภายใต้ 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม

องค์ประกอบการจัดการธุรกิจชุมชน ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ การจัดการการผลิต การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี

ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยไม่มีผลกระทบใดๆ ต่อท่าน และข้อมูลในการตอบแบบสอบถามจะเก็บเป็นความลับทั้งหมด

คำแนะนำ แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดคำถาม 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจชุมชน

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

() ชาย () หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพ

() โสด () สมรส
() หย่าร้าง/หม้าย () อื่น (โปรดระบุ)

4. ระดับการศึกษา

() ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น
() มัธยมศึกษาตอนปลายสายสามัญ () ปวช.
() ปวส. () ปริญญาตรี
() สูงกว่าปริญญาตรี () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. อาชีพ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ทำไร่ () ทำนา
() ทำสวน () รับจ้าง
() ค้าขาย () ปศุสัตว์
() ประมง () อื่นๆ (โปรดระบุ)

.....

6. ท่านมีตำแหน่งอะไรในกลุ่มอาชีพ

() ประธานกลุ่มอาชีพ () รองประธานกลุ่มอาชีพ
() เภรัญญิกกลุ่มอาชีพ () อื่นๆ (โปรดระบุ)

7. ตำแหน่ง/บทบาทหน้าที่ทางสังคมของท่าน

() คณะกรรมการหมู่บ้าน () คณะกรรมการกองทุนชุมชน
() คณะกรรมการกองทุนพัฒนาบทบาท () ผู้นำชุมชน
() ประชาชนชาวบ้าน () ผู้ทรงคุณวุฒิ
() อื่นๆ (โปรดระบุ)

8. ประเภทของสินค้าที่กลุ่มผลิต

() ประเภทอาหาร () ประเภทเครื่องดื่ม
() ประเภทผ้า และเครื่องแต่งกาย () ประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก
() ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

9. รายได้ปัจจุบันของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน
- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,000 – 19,999 บาท () 20,000 – 29,999 บาท
 () 30,000 – 39,999 บาท () 40,000 – 49,999 บาท () 50,000 บาทขึ้นไป
10. ปัจจุบันจำนวนสมาชิกภายในกลุ่มอาชีพมีกี่คน
- () ต่ำกว่า 10 คน () 10 - 20 คน () 21 - 30 คน
 () 31 - 40 คน () 41 - 50 คน () มากกว่า 50 คนขึ้นไป
11. ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ
- () น้อยกว่า 5 ปี () 5 – 9 ปี () ตั้งแต่ 10 ปีขึ้นไป
12. สมาชิกภายในกลุ่มอาชีพได้รับการอบรมในการจัดการธุรกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนหรือไม่
- () เคย (ตอบเฉพาะข้อ 13) () ไม่เคย (ตอบเฉพาะข้อ 14)
13. ท่านได้รับการฝึกอบรมในการจัดการธุรกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนกี่ครั้งต่อปี
- () 1 ครั้ง/ปี () 2 ครั้ง/ปี () 3 ครั้ง/ปี
 () มากกว่า 4 ครั้ง/ปี
14. เพราะเหตุใดท่านจึงไม่เคยได้รับการฝึกอบรมในการจัดการธุรกิจชุมชนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- () ไม่สนใจ () ไม่สะดวกเข้าร่วม
 () ไม่ได้รับการคัดเลือกเป็นผู้แทนเข้าฝึกอบรม
 () อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับการนำไปปฏิบัติของกลุ่มอาชีพมากที่สุด

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ความพอประมาณ						
1.	สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบเฉพาะที่จำเป็นที่ต้องการใช้เท่านั้น					
2.	สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบในจำนวนที่ไม่มากเกินไป					
3.	สมาชิกกลุ่มไม่กู้เงินจากกองทุนหมู่บ้าน/ชุมชน เกินความจำเป็น					
4.	สมาชิกกลุ่มทำการผลิตสินค้าในจำนวนที่สอดคล้องกับความต้องการซื้อของลูกค้า					
ความมีเหตุผล						
5.	สมาชิกกลุ่มมีการดำเนินธุรกิจเป็นลำดับขั้นตอน ตั้งแต่การซื้อวัตถุดิบ การผลิต และการนำไปขาย					
6.	สมาชิกกลุ่มคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินที่ใช้ในการซื้อวัตถุดิบอยู่เสมอ					
7.	สมาชิกกลุ่มเข้าใจถึงกระบวนการผลิตที่ทำให้เกิดต้นทุนสูงในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ					
8.	สมาชิกกลุ่มมักพิจารณา เพื่อค้นหาสาเหตุหรือต้นตอของปัญหาในการจัดการธุรกิจของกลุ่มอาชีพ					
9.	สมาชิกกลุ่มพิจารณาถึงผลเสียที่เกิดขึ้นกับสังคมและสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ					
มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี						
10.	สมาชิกกลุ่มใช้ข้อมูลจากปัญหาการดำเนินธุรกิจในอดีต เพื่อเป็นข้อมูลในการป้องกันปัญหาการจัดการธุรกิจในอนาคต					

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
11.	กลุ่มอาชีพดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้แก่ ความเอื้ออาทร และความร่วมมือร่วมใจของสมาชิกในชุมชนหรือท้องถิ่น					
12.	สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญกับการจัดสรรกำไรส่วนหนึ่งไว้สำหรับการทำประโยชน์แก่สมาชิก/ชุมชน/หมู่บ้าน					
13.	มีการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มอาชีพเพื่อพัฒนาและแก้ปัญหาในการจัดการธุรกิจ					
14.	สมาชิกกลุ่มเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงในกระแสเศรษฐกิจและสังคม โดยมีการวางแผนล่วงหน้า					
เงื่อนไขความรู้						
15.	สมาชิกกลุ่มหาข้อมูลรายละเอียด ก่อนทำการตัดสินใจซื้อวัตถุดิบ					
16.	สมาชิกกลุ่มใช้ความรู้รอบด้าน เพื่อการตัดสินใจที่ถูกต้อง ในการดำเนินธุรกิจอย่างพอเพียง					
17.	สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญถึงความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้น เพื่อระมัดระวังในการดำเนินธุรกิจตามแผนที่วางไว้					
18.	สมาชิกกลุ่มตัดสินใจซื้อวัตถุดิบด้วยความรอบคอบอยู่เสมอ					
19.	สมาชิกกลุ่มระมัดระวังในการใช้จ่ายเพื่อซื้อวัตถุดิบไม่ให้เกินกว่างบประมาณที่กำหนดไว้					
เงื่อนไขคุณธรรม						
20.	สมาชิกกลุ่มประพฤติปฏิบัติทางกาย วาจา ใจให้ตั้งมั่นอยู่ในความดี และเคารพกฎกติกาของสังคม					
21.	สมาชิกกลุ่มดำเนินธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์โดยไม่สร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่นในชุมชน					

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
22.	สมาชิกกลุ่มรู้จักตั้งสติเมื่อต้องเผชิญปัญหาและเหตุการณ์ที่บันทึกจนจิตใจในการดำเนินธุรกิจ					
23.	สมาชิกกลุ่มซื้อวัตถุดิบโดยคำนึงถึงความซื่อสัตย์ของผู้ขายวัตถุดิบอยู่เสมอ					
24.	สมาชิกกลุ่มให้การส่งเสริมและสนับสนุนคนในชุมชนให้เข้ามาร่วมในกิจกรรมการจัดการธุรกิจชุมชน					
25.	สมาชิกกลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไม่ใช้ไปอย่างสิ้นเปลือง เน้นการประหยัดพลังงาน (น้ำมัน ไฟฟ้า น้ำประปา) ที่ใช้ในการดำเนินธุรกิจและในชีวิตประจำวัน					

ส่วนที่ 3 การจัดการธุรกิจชุมชน

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับการนำไปปฏิบัติของกลุ่มอาชีพมากที่สุด

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การจัดการการผลิต						
26.	กลุ่มอาชีพมีการวางแผนในการจัดซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า					
27.	กลุ่มอาชีพมีการจัดทำสต็อกของวัตถุดิบสำหรับใช้ในการผลิต					
28.	กลุ่มอาชีพมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า					
29.	กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนที่ผลิตจริงกับแผนการผลิตที่กำหนดไว้					
30.	กลุ่มอาชีพมีกระบวนการผลิตเป็นขั้นตอนอย่างชัดเจน					

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
31.	กลุ่มอาชีพมีการผลิตโดยเน้นคุณภาพของสินค้า					
32.	กลุ่มอาชีพมีการจัดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมในการผลิต					
33.	กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนการผลิต					
การจัดการทรัพยากรมนุษย์						
34.	กลุ่มอาชีพมีการกำหนดบทบาท และหน้าที่ความรับผิดชอบของสมาชิกในกลุ่มอย่างชัดเจน					
35.	กลุ่มอาชีพได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน ได้แก่ การทำบัญชี การทำการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือ การอบรมทางด้านอื่นๆ					
36.	กลุ่มอาชีพได้นำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมมาใช้ในการปฏิบัติจริง					
37.	ประธานกลุ่มอาชีพมีความเป็นผู้นำ					
38.	ประธานกลุ่มอาชีพให้ความสำคัญกับการประชุมสมาชิกภายในกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ					
39.	สมาชิกในกลุ่มอาชีพมีความรับผิดชอบในการทำงาน					
40.	สมาชิกในกลุ่มอาชีพมีการปฏิบัติงานเป็นทีม					
การจัดการการตลาด						
41.	กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าในตลาด					
42.	กลุ่มอาชีพมีการวิเคราะห์จุดอ่อน และจุดแข็งของตนเองอยู่เสมอ					
43.	กลุ่มอาชีพมีการพยากรณ์ยอดขายล่วงหน้า					
44.	กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบจำนวนผลผลิตที่ขายได้จริงกับยอดขายที่ได้วางแผนไว้ล่วงหน้า					
45.	กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์					

ที่	ปัจจัย	ระดับการนำไปปฏิบัติ				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
46.	กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านราคา					
47.	กลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดด้านการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หรือระบบการรับคืนผลิตภัณฑ์ เป็นต้น					
48.	กลุ่มอาชีพมีการขยายช่องทางตลาดโดยการติดต่อนำสินค้าฝากขายเช่น ร้านค้าชุมชน หรือห้างสรรพสินค้า เป็นต้น					
49.	กลุ่มอาชีพมีการจัดบันทึกข้อมูลทางการตลาด ได้แก่ ยอดขาย ค่าขนส่งผลิตภัณฑ์ เป็นต้น					
50.	กลุ่มอาชีพมีการคิดต้นทุนทางการตลาด					
การจัดการการเงินและบัญชี						
51.	กลุ่มอาชีพมีการจัดทำงบประมาณ/แผนการเงิน เพื่อประมาณการผลกำไรและขาดทุน					
52.	กลุ่มอาชีพมีการจัดทำบัญชีของตนเองอย่างสม่ำเสมอ					
53.	กลุ่มอาชีพมีการนำตัวเลขจากบัญชีมาปรับปรุงการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม					
54.	กลุ่มอาชีพมีการควบคุมค่าใช้จ่ายเพื่อดำเนินธุรกิจไม่เกินงบประมาณที่กำหนดไว้					
55.	กลุ่มอาชีพมีความสามารถในการจัดหาแหล่งเงินทุน					
56.	กลุ่มอาชีพมีการเปรียบเทียบผลการดำเนินงานทางการเงินกับกลุ่มอาชีพอื่นอยู่เสมอ					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

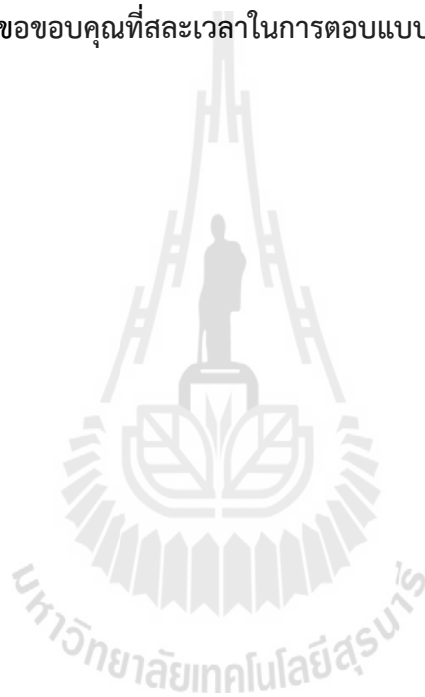
.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม



ประวัติผู้เขียน

รศ.ดร. ขวัญกมล ดอนขวา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปัจจุบัน อายุ 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอกทางด้านเศรษฐศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาได้เข้าทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์ผังเมือง กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ได้ประมาณ 6 ปี หลังจากนั้นได้โอนมารับราชการ ณ. สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในตำแหน่งเศรษฐกรได้ประมาณ 6 ปี จึงลาออกจากการรับราชการ มาดำรงตำแหน่งปัจจุบันดังกล่าวแล้วข้างต้น โดยรับผิดชอบการสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท มากกว่า 10 รายวิชา

จากประวัติการทำงานดังกล่าวทำให้มีประสบการณ์ในการทำงาน และทำวิจัยเป็นจำนวนมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลงานที่รับผิดชอบเป็นหัวหน้าโครงการวิจัย

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข.การผลิตและการส่งออกกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย. รายงานวิจัย. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2540.

สุเวทย์ นิงสานนท์ และขวัญกมล ดอนขวา.การประเมินศักยภาพการผลิตพืชสมุนไพรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อใช้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพและสารให้คุณสมบัติเฉพาะในอาหาร. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2543.

ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2544.

ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของพืชสมุนไพรที่ใช้เป็นอาหารของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย. นครราชสีมา:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2548.

ขวัญกมล ดอนขวา. การศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการการค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานวิจัย.นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2548.

- สุเวทย์ นิงสานนท์ ศิววัฒน์ ไทยอุดม ปิยะวรรณ กาสลัก และขวัญกมล ดอนขวา. **สถานการณ์ความปลอดภัยจากการปนเปื้อนสารเคมีและจุลินทรีย์ในผัก ผลไม้ ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง : กรณีศึกษาตลาดสด-รถเร่.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **การวิเคราะห์อุปสงค์และอุปทานเมล็ดกาแฟของประเทศไทย.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา คณิต ไช่มุกด์ และนพคุณ กสานติกุล. **การประเมินผลหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2550.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2552.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2553.
- ขวัญกมล ดอนขวา และนิรมล กลัดสมบุรณ์. **การรับรู้ข่าวสารประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในประเทศไทย.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **แบบจำลองการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสถานะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2555.
- ขวัญกมล ดอนขวา. **การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.** รายงานวิจัย. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, 2556.

งานวิจัยต่างประเทศ

- K.Donkwa, S.Chanmei, and L.Xiaohong. **An Analysis of SMEs' problems and basic demands between Thailand and China (Case Study: Nakhon Ratchasima and Guiyang.** Research report. Nakhon Ratchasima: Suranaree University of Technology, 2005.

บทความวิจัย และการนำเสนอผลงาน (พ.ศ.2543 - ปัจจุบัน)

ภาษาไทย

- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 17(3) : 64-74.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การรับรู้ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจการเกษตรของครัวเรือนเกษตรกรในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 18(3) : 73-85.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2545). “ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 11(1) : 1-44.
- ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2549). “ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของเครื่องดื่มสมุนไพรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ” วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 13(4) : 373-381.
- ขวัญกมล ดอนขวา และสุนิตยา เกื่อนนาดี. (2549). “การศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการการค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 13 (2) : 95-132.
- เรวัตกร ก่อวงศ์กาญจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2551). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 2(1): 47-66.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และขวัญกมล ดอนขวา. (2552). “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(1): 37-54.
- ณัชชา ลิ้มปศิริสุวรรณ และขวัญกมล ดอนขวา. (2552). “การใช้ช่องทางการตลาดของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(2): 127-142.
- ขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “การพัฒนาการวิจัยทางการจัดการหรือด้านบริหารธุรกิจระดับบัณฑิตศึกษา”. วารสารราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 7(2) : 6-10.
- จิราภา เจริญรยากุล คณิต ไข่มุกด์ และขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “ระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร. 4 (1) : 71-84.

- ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม และขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินค้าเชื่อบัตรเครดิต”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 4(2) : 33-48.
- ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิ้มปศิริสุวรรณ.(2554). “กลยุทธ์การตลาดของภาคธุรกิจไทยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2(2) : 145-164.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2554). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 19 (2) : 77-110.
- ประภาวี วงษ์บุตรศรี และขวัญกมล ดอนขวา. (2557). “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารสหศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. 14(1): in Press.

ภาษาอังกฤษ

- K.Donkwa, S.Chanmei, and L.Xiaohong. (2006). “An Analysis of SMEs’ problems and basic demands between Thailand and China (Case Study : Nakhon Ratchasima and Guiyang.)” **Journal of Public and Private Management.**, 12(3): 59-88.
- K.Donkwa. (2007). “An Analysis of Demand and Supply of Coffee in Thailand”. **International Conference on Business, Environment, International Competitiveness and Sustainable Development of the Asia Pacific Economics 2007 by Monash University, during 3-4, on December, 2007 at Sunway Lagoon Resort Hotel, Selangor Malaysia.** (Oral Presentation).
- K.Donkwa. (2010). “Increasing the Potential of Rural Communities to Support Tourism Business in Northeast, Thailand.” **Journal of Humanities & Social Science.**, 27(3): 100-118.
- K.Donkwa. (2011). “Marketing Strategies of Thai’s Business Sector on A Self-Sufficiency Economy”. **The 2011 Barcelona European Business & Economi Conference. during 6-9, on June, 2011 at NH Calderon Hotel in Barcelona, Spain.** (Oral Presentation).

- K.Donkwa, and K.Kladsomboon. (2012).“Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand”.**International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference** “. during 1-5, on April, 2012 at Austria Trend Hotel Ananas in Vienna , Austria. (Oral Presentation).
- K.Donkwa, and K.Kladsomboon. (2012). “Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand.” *Journal of Teaching and Education*. 1(7): 339-343. Available from: <http://www.universitypublications.net/jte/0107/index.html>
- K.Donkwa, and N.Limpasirisuwon. (2012). “The Tourists’ Perception Toward Service Performance and Economic Effects of Agro Tourism in Northeastern Thailand”. **International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference**”. during 2-7, on December, 2012 at Schulstrae 15, 79288 Gottenheim in German. (Oral Presentation).
- K.Donkwa. (2012). “The Development of the Community’s Economy in the Northeast of Thailand”. *Suranaree Journal of Science and Technology*. 19(3): 215-223.
- K.Donkwa, P.Wongbutesri and N.Limpasirisuwon. (2013). “The Quality Development of Historical Tourism in Northeastern, Thailand”. **International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference**”. During 5-8, on November, 2013 at the University of London Union, Malet Street, London WC1E 7HY, UK. (Oral Presentation).