รายงานวิจัย

ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

Sufficiency economy corporate sustainability of One Tambon One Product Enterprise in the Three Southern Border Provinces

โดย

นัททที ขจรกิตติยา

อัปสร อีซอ

รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา

เวคิน วุฒิวงศ์

ดุษฎี นาคเรือง

ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดินประจำปี 2558

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

หัวข้อวิจัย ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ชื่อผู้วิจัย นัททที ขจรกิตติยา
อัปสร อีซอ
รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา
เวคิน วุฒิวงศ์
ดุษฎี นาคเรือง

มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ปีการศึกษา 2558

บทคัดย่อ

การศึกษามีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 4) เพื่อค้นหาแนวทางสำหรับการส่งเสริมและลดปัญหา อุปสรรคของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง การออกแบบการวิจัยเป็นวิธีการวิจัยแบบผสมผสานโดยใช้ผลวิธีการเชิงคุณภาพมาอธิบายผลวิธีเชิงปริมาณ การเก็บข้อมูลด้วยวิธีเชิงปริมาณทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนจากกลุ่มตัวอย่าง วิธีการเชิงคุณภาพเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง โดยเก็บข้อมูลจากประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก และพบว่า ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจะไม่มีความแตกต่างกันตามระดับดาวอย่างมีนัยสำคัญ แต่มีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม โดยกล่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งมากกว่า 20 ปีจะมีค่าที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง พบว่า แบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องดี (χ^2 = 427.041.218, df = 98 RMSEA = 0.079 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA อยู่ในช่วง 0.071 ถึง 0.087 CFI = 0.972, SRMR =0.048) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และค่านิยมร่วมในการ

ดำเนินธุรกิจพอเพียงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญ ปัญหา อุปสรรคที่สำคัญของกลุ่มผู้ผลิต คือ เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และไม่มีตลาดแน่นอน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการเงินทุนหรือเป็นหน่วยงานในการประสานเพื่อเชื่อมต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือการเข้าถึงแหล่งทุน อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิต รวมทั้งสถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมความรู้ด้านการบริหารเงินทุน การบริหารการตลาด และการบริหารผลิต ให้กับประธานกลุ่มหรือสมาชิกในกลุ่มซึ่งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิต

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา YALA RAJABHAT UNIVERSITY

Thesis Title Sufficiency economy corporate sustainability of One Tambon One Product Enterprise in the Three Southern Border Provinces

Author Mr. Nattee Kachornkittiya
Mrs Apsorn E-sor
Miss Runglawan Chantaratana
Mr.Vakin Wutthiwong
Mrs. Dussadee Nakraung

University Yala Rajabhat University

Academic Year 2015

ABSTRACT

The study on Sufficiency economy corporate sustainability of One Tambon One Product Enterprise in the Three Southern Border Provinces aimed at investigating 1) The level of Transformational leadership, Share value of Sufficiency Economy Philosophy, Competitiveness, and Sufficiency economy corporate sustainability. 2) To compare Sufficiency economy corporate sustainability by star level and by length of organization established year. 3) To develop a structural equation model of Sufficiency economy corporate sustainability. And 4) To investigated the ways to improve business performance under Sufficiency Economy and reduce the problem occurred. A mixed method qualitative to explain quantitative design was used in order to collect quantitative data and qualitative data. For a quantitative data, chairman and committee were selected by using proportion stratified sampling while for qualitative tool the purposive was used. The results showed that the mean of variables; Transformational leadership, Share value of Sufficiency Economy Philosophy, Competitiveness, and Sufficiency economy corporate sustainability were high. The result showed that Sufficiency economy corporate sustainability differed significantly by length of organization established year, especially the firm that length of organization established year over 20 years

have highest level while the star level did not differ significantly. The results of the structural equation model of factors influencing Sufficiency economy corporate sustainability showed it fitted the empirical data (χ^2 = 427.041.218, df = 98 RMSEA = 0.079, 90%CI of RMSEA = 0.071 - 0.087 CFI = 0.972, SRMR =0.048). The Transformational leadership, Share value of Sufficiency Economy Philosophy have direct positive effects on Sufficiency economy corporate sustainability While Competitiveness has no direct effect on Sufficiency economy corporate sustainability. The major problems are not enough cash flow, lacking of high technology devices for goods production and uncertainty market. Therefore, government agency is supposed to promote the cognition of Capital Management or coordinate with the relevant authorities in exchanging knowledge or accessing to capital that will lead to the sustainability of sufficiency economy on the group. In addition, academics institution in the area should have a role in promoting knowledge of cash flow management, marketing management, and production management to the chairman or group member who plays a key role in driving the implementation of the producer group.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยด้วย ด้วยความกรุณาและการให้ความร่วมมือด้วยดีจากกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลที่ตระหนักและเห็นคุณค่าของการศึกษาโดยกรุณาสละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาตรวจสอบเครื่องมือการวิจัยและให้แนวคิดข้อเสนอแนะที่มีคุณค่ายิ่งต่อปรับปรุงเพื่อให้การสร้างเครื่องมือการวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น คือ ดร.สุภาวดี สุทธิรักษ์ ดร.ธีรพร ทองขะโชค และ ผศ.ดร.ชมพูนุช ศรีพงษ์

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่ผู้ประสานงาน และนักศึกษา ที่ช่วยในการประสานงานและช่วยดำเนินการจัดเก็บข้อมูลทำให้การศึกษาครั้งนี้ดำเนินไปอย่างราบรื่นตามเป้าหมาย และที่สำคัญคณะผู้วิจัยกราบขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุนทุนในการวิจัย

นัทที ขจรกิตติยา
และคณะ

YALA RAJABHAT UNIVERSITY

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย..... (1)

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... (3)

กิตติกรรมประกาศ..... (5)

สารบัญ..... (6)

สารบัญตาราง..... (9)

สารบัญภาพ..... (10)

บทที่ 1 บทนำ..... 1

ความสำคัญและที่มาของปัญหา..... 1

คำถามการวิจัย..... 3

วัตถุประสงค์ของการวิจัย..... 4

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... 4

ขอบเขตของการวิจัย..... 5

นิยามศัพท์เฉพาะ..... 7

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... 10

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 11

แนวคิดและการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 28

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 37

ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 50

กรอบแนวคิดการวิจัย..... 54

สมมติฐานการวิจัย..... 56

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย..... 57

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกตัวอย่าง..... 57

เครื่องมือในการวิจัย..... 60

การสร้างและหาประสิทธิภาพ 62

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

การเก็บรวบรวม 65

การวิเคราะห์ข้อมูล..... 66

บทที่ 4 ผลการวิจัย..... 69

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงปริมาณ..... 70

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง..... 71

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร..... 74

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 84

ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์... 86

ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์..... 95

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงคุณภาพ..... 98

ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 99

ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 104

ผลการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง..... 108

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบผสมผสานวิธี..... 112

บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 116

สรุป..... 117

อภิปรายผล..... 120

ข้อเสนอแนะ..... 122

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย..... 123

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ..... 124

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป..... 125

บรรณานุกรม..... 126

ภาคผนวก..... 132

สารบัญ (ต่อ)

		หน้า
ก	แบบสอบถามการวิจัย	133
ข	แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง	144
ค	ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย	146
ง	ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ	148
จ	ภาพกิจกรรมการอบรมการเก็บข้อมูลให้กับผู้ช่วยนักวิจัย (นักศึกษา)	161
ฉ	ภาพกิจกรรมการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม	164
ช	คำสั่งและผลการวิเคราะห์ข้อมูล	169
ซ	ประวัติผู้วิจัย	173

YALA RAJABHAT UNIVERSITY

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	ความสอดคล้องระหว่างแนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	29
2	แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงและผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน.....	31
3	ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	57
4	กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับดาวและจังหวัด.....	59
5	การเลือกตัวอย่างจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์.....	59
6	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	64
7	ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง.....	71
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปร (n = 549).....	74
9	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (n = 549)	77
10	จำนวนและร้อยละจำแนกตามมิติความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง.....	79
11	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษา (n = 547).....	81
12	การเปรียบเทียบแต่ละมิติของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาว และระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่ม.....	84
13	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานและสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของตัวแปรสังเกตจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน.....	88
14	ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองการวัดที่ปรับปรุง.....	90
15	ความตรงเชิงจำแนกระหว่างตัวแปรแฝง (Divergent validity).....	91
16	ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total effects: TE) ระหว่างตัวแปรเชิงเหตุกับตัวแปรเชิงผล.....	94
17	ปัญหาอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	96
18	ผลการผสมผสานข้อมูลของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง.....	113

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน Diamond Model.....	19
2	ปัจจัยที่กำหนดศักยภาพแห่งการทำกำไรในอุตสาหกรรม.....	20
3	พลังผลักดันการแข่งขันทั้งห้า.....	24
4	แนวคิดภาวะผู้นำตามทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย.....	27
5	แนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	31
6	โมเดลการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง.....	36
7	กระบวนการนำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปปฏิบัติ.....	39
8	โมเดลการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง.....	42
9	โมเดลการวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง.....	46
10	โมเดลการวัดความสามารถในการแข่งขัน.....	49
11	กรอบแนวคิดการศึกษา.....	54
12	รูปแบบการวิจัย.....	60
13	เปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระดับดาว.....	85
14	เปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม.....	86
15	ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝง.....	87
16	ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝง (ปรับปรุง).....	88
17	แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (จากการปรับแบบจำลอง)	93
18	ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 3 ดาว.....	96
19	ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 4 ดาว.....	97
20	ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 5	97

บทที่ 1
บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากกระแสโลกที่มีความแปรผันและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้แต่ละประเทศต้องปรับตัวเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ในการขับเคลื่อนความสำเร็จของประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยี ในขณะที่ ปัจจุบันประเทศต่าง ๆได้พัฒนาขีดความสามารถ ในการแข่งขันให้เพิ่มมากขึ้นไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทางเทคโนโลยี การเพิ่มคุณภาพผลิตภัณฑ์ การเพิ่มความสามารถในการผลิต การเปิดตลาดใหม่ การดูแลลูกค้าหลังการขาย เพราะแต่ละประเทศต้องการจะอยู่รอดได้ในยุคที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง (ทวีเกียรติ ประพฤทธิ์ตระกูล, 2553: 30) แม้ว่าในภาพรวมสังคมไทยจะมีภูมิคุ้มกันเพิ่มขึ้นทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคม แต่ยังไม่เพียงพอที่จะรองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น จึงได้มีการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 เป็นต้นมา โดยเฉพาะในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 มีแนวคิดที่จะมุ่งสร้างภูมิคุ้มกันโดยการมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและลดการพึ่งพาปัจจัยภายนอก รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งให้ผู้ผลิตสินค้าโดยเฉพาะผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้มีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (แผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ ฉบับที่ 11: ช) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนให้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญยุทธศาสตร์หนึ่งในการแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

แนวคิดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นแนวทางสำคัญประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญให้ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเจริญและความเป็นอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ของตนเอง สอดคล้องกับวัฒนธรรม มีหลักพื้นฐาน 3 ประการ คือ ประการแรก ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ประการที่สอง พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และประการที่สาม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (สุพิศพรรณ วัจนเทพินทร์ และชุตระ ระบอบ, 2555: 91) โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งจัดเป็นวิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise) ประเภทหนึ่งที่มีวัตถุประสงค์สำคัญในการแก้ปัญหาความยากจน โดยมุ่งเน้นเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เข้มแข็ง แต่ยังพบว่า ผู้ประกอบการและวิสาหกิจกิจชุมชนส่วน

ใหญ่ประสบปัญหาต่างๆ อาทิเช่น ปัญหาด้านการผลิต ได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ ข้อจำกัดของวัตถุดิบ ปัญหาด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ไม่ค่อยได้มาตรฐาน ปัญหาผลิตภัณฑ์ไม่ตรงต่อความต้องการของตลาด ปัญหาการบริหารจัดการกลุ่ม (วิภาดา กฤษณะภูติ, 2553; ธันยมัย เจียรกุล, 2557) ปัญหาขาดการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่ายสร้างความร่วมมือ ปัญหาด้านการเงินและแหล่งเงินทุนต่ำ ปัญหาด้านเทคโนโลยี ปัญหาการขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐอย่างจริงจัง (ธันยมัย เจียรกุล, 2557) ในขณะที่ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจได้มีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย อาทิเช่น ความต้องการของลูกค้า เทคโนโลยี ราคาความปลอดภัยของสินค้า ภาพลักษณ์องค์การ ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าวจึงยากที่จะบ่งชี้ได้ว่าองค์การใดมีความยั่งยืนหรือมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างเหมาะสม

แนวทางหนึ่งในการให้ธุรกิจมีการปรับตัวและพัฒนาอย่างเหมาะสมเพื่อไปสู่ความยั่งยืน คือ การดำเนินธุรกิจภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นการปรับตัวหรือพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนความรู้ ความรอบคอบและคุณธรรมในการดำเนินธุรกิจจะสร้างความเข้มแข็งให้กับองค์กร (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553) โดยมีผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่าองค์กรที่มีการดำเนินธุรกิจสอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถผ่านวิกฤตการณ์และประสบความสำเร็จได้ (อภิชัย พันธเสน และคณะ, 2546) และจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ประสบปัญหาด้านความเข้มแข็งในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ (ณัฐกาญจน์ เอกอุรุ และคณะ, 2554) ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีปัญหาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมและภาคธุรกิจไม่มีความมั่นใจในการประกอบธุรกิจสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบกับที่ผ่านมา การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตภาคเหนือ ((วีระพล ทองมา และคณะ, 2557; ทิวา แก้วเสริม, 2551) ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายความร่วมมือของผู้ประกอบการ (วีระพล ทองมา และคณะ, 2557) และปัญหาอุปสรรคของกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ทิวา แก้วเสริม, 2551) ในขณะที่เขตภาคใต้เป็นการศึกษาการดำเนินของกลุ่มผู้ผลิตฯ ในภาพรวมของภาคใต้ (ปิยะพรรณ ช่างวัฒนชัย และ โสมสกาว เพชรานนท์, 2555) ในขณะที่การศึกษาในเชิงบริบทพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังมีค่อนข้างน้อย

ดังนั้น การศึกษาความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลที่ให้แต่ละชุมชนใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตหรือพัฒนาสินค้า โดยอาศัยหน่วยงานต่างๆ ให้ความช่วยเหลือด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อ

เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการดำเนินธุรกิจอยู่บนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและมีการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละผลิตภัณฑ์ จะมีผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งหากองค์กรธุรกิจที่มีการดำเนินธุรกิจอย่างสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะมีความสามารถในการให้ผลตอบแทนที่ดีตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้เป็นอย่างดี (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553: 11) ภายใต้การขับเคลื่อนของผู้นำ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะพัฒนากระบวนการทำงาน การผลิต การตลาด การวางแผนกลยุทธ์และการบริหารจัดการที่มีผลต่อความสำเร็จขอและประสิทธิผลของกลุ่มผู้ผลิตฯ (ดุษฎี นาคเรือง, 2558) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ผู้นำที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นที่จะไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จ (Dvir, Eden, Avolio, & Shamir, 2002, p. 735) รวมทั้งความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม ทั้งนี้ หากสมาชิกในองค์กรมีค่านิยมร่วมกันในการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงจะมีผลต่อความยั่งยืนขององค์กร อันจะเป็นส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาการดำเนินธุรกิจให้มีการปรับตัวและพัฒนาได้อย่างเหมาะสมตามบริบทเชิงพื้นที่ และจะเป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ใหม่ในการดำเนินธุรกิจภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สำหรับการขับเคลื่อน “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อที่จะทำให้สามารถช่วยเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนและเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนและท้องถิ่นไปสู่ความยั่งยืน

คำถามการวิจัย

1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้มีมากน้อยเพียงใด
2. ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละระดับดาว และระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมีความแตกต่างกันหรือไม่
3. รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างอย่างไร
4. แนวทางส่งเสริมและลดปัญหา อุปสรรคที่มีต่อการเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีแนวทางใดบ้าง

และมีแนวทางอย่างไรสำหรับการนำไปสู่ความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตภายใต้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
3. วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
4. เพื่อค้นหาแนวทางสำหรับการส่งเสริมและลดปัญหา อุปสรรคของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งหนึ่งผลิตภัณฑ์ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน มีประโยชน์ทั้งเชิงวิชาการ เชิงประยุกต์และการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ คือ

1. ประโยชน์เชิงวิชาการ

1.1 เป็นการผนวกแนวคิดทางด้านธุรกิจมาประยุกต์ใช้กับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงภายใต้บริบทของเศรษฐกิจในชุมชน ซึ่งเป็นขยายขอบองค์ความรู้ทางด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

1.2 เป็นการตรวจสอบและขยายองค์ความรู้ทางด้านความสามารถในการแข่งขันมาประยุกต์ใช้กับบริบทของท้องถิ่นในพื้นที่

2. ประโยชน์เชิงประยุกต์

2.1 ทำให้ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทราบถึงศักยภาพของกลุ่ม และมีความเข้าใจ เข้าถึงแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสำหรับไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืนภายใต้ความร่วมมือและสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.2 สามารถถอดบทเรียนกลุ่มผู้ผลิตที่มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่สอดคล้องและเหมาะสมกับบริบทในพื้นที่สำหรับนำไปถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับผู้ที่มีส่วนได้เสียหรือผู้ประกอบการอื่นๆ สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ

3. ประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น

3.1กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้และพื้นที่ใกล้เคียง ได้ทราบแนวทางในการพัฒนาศักยภาพภายใต้ข้อจำกัดและบริบทเชิงพื้นที่ และเกิดการเรียนรู้แลกเปลี่ยนและร่วมมือในการประสานการทำงานร่วมกันในอนาคตสำหรับการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มอย่างยั่งยืนบนพื้นฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

3.2 สถาบันการศึกษา(มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา) เข้าไปมีส่วนร่วมกับหน่วยงานภาครัฐในการสนับสนุนร่วมมือ ประสานงานสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนในพื้นที่อันเป็นการตอบสนองต่อพันธกิจของมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาองค์กรหรือแผนธุรกิจ รวมถึงการติดตามและประเมินผลกระบวนการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง (Continuous improvement) ของกลุ่มผู้ผลิตสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพอื่น หรือกลุ่มผู้ผลิตที่ศักยภาพต่ำกว่าเพื่อสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ รวมทั้งนำไปเป็นกรณีศึกษาสำหรับการเรียนรู้ของนักศึกษาสำหรับนำไปปรับใช้ในการประกอบอาชีพหรือดำเนินธุรกิจในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

3.3 หน่วยงานภาครัฐ อาทิเช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานพาณิชย์จังหวัด กรมส่งเสริมการเกษตร มีการปรับเปลี่ยนนโยบาย แนวทางการดำเนินงาน การประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน สำหรับการขับเคลื่อนผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและเป็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกับบริบทของแต่ละกลุ่ม

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งการพัฒนาสู่ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาว ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การสร้างแรงบันดาลใจ การกระตุ้นปัญญา การมีอิทธิพลทางอุดมคติ และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล

1.2 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย การสร้างภูมิคุ้มกัน ความเพียร

ความพอประมาณ การแบ่งปัน การมีจริยธรรม การพัฒนาภูมิสังคม และการดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจ

1.3 ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความสามารถด้านนวัตกรรม ความสามารถด้านการผลิต ความสามารถด้านการจัดการตลาด

1.4 ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การส่งเสริมความรู้ และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง

1.5 แนวทางสำหรับการส่งเสริมและลดอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 **ประชากรที่ใช้ในการศึกษา** คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้รับการคัดสรรสินค้าในระดับ 3-5 ดาว ในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 220 กลุ่ม

2.2 **กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา** คือ ประธานกลุ่ม/คณะกรรมการ หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ได้รับการคัดสรรสินค้าในระดับ 3-5 ดาว จำนวน 150 กลุ่มๆ ละ 4 คน

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

3.2 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3.3 ความสามารถในการแข่งขัน

3.4 ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

3.5 **ขอบเขตด้านพื้นที่**

ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ที่ได้รับการคัดสรรสินค้าในระดับ 3-5 ดาว ในปี พ.ศ. 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง** คือ คุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่แสดงให้ผู้ตามหรือสมาชิกรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ พันธกิจ และเป้าหมายร่วมกันสำหรับการเพิ่มผลการดำเนินงานองค์กร โดยแสดงให้ผู้ตามรู้สึกเชื่อมั่น ชื่นชม ยกย่อง รับรู้ถึงความชัดเจนของวิสัยทัศน์ กระตุ้นความคิดของผู้ตาม คำนึงถึงความต้องการของผู้ตาม และรับฟังความเห็นของผู้ตาม ประกอบด้วย 4 มิติ คือ

1.1 การสร้างแรงบันดาลใจ คือ คุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่แสดงให้ผู้ตามเกิดความสนใจที่จะปฏิบัติงานโดยการสนับสนุนและเผชิญกับงานร่วมกัน รวมถึงมีการสื่อสารที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมาย

1.2 การกระตุ้นทางปัญญา คือ คุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่มีการกระตุ้นความคิดของผู้ตามทำให้ผู้ตามเกิดความท้าทาย และมีการหาแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา

1.3 การมีอิทธิพลทางอุดมคติ คือ คุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่ทำให้ผู้ตามชื่นชม ยกย่อง เคารพนับถือ และทำให้ผู้ตามเกิดการกระทำเลียนแบบ

1.4 การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล คือ คุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่รับฟังและคำนึงถึงความต้องการและความแตกต่างของผู้ตามแต่ละคน รวมถึงการทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงและผู้ฝึกสอนให้กับผู้ตาม

2. ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ทัศนคติ ความคาดหวัง ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสมาชิกในองค์การที่มีการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการผลิตสินค้า บริการเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และสมาชิกในองค์การมีการบริหารความเสี่ยงพร้อมที่จะฝ่าฟันปัญหาอุปสรรค ภายใต้นโยบายการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสมาชิก ลูกค้า และชุมชน รวมถึงการแบ่งปันความรู้ ทักษะ ระหว่างสมาชิกในกลุ่มและกับกลุ่มอื่นๆ ประกอบด้วย 7 มิติ คือ

2.1 สร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง คือ การดำเนินการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนานวัตกรรมทางด้านสินค้า บริการหรือกระบวนการทำงาน การบริหารความเสี่ยงทางด้านกระบวนการทำงาน การตลาด การเงินและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ

2.2 ความเพียร คือ ความพยายามของสมาชิกในการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จหรือทำให้ลูกค้ามีความพอใจสูงสุด

2.3 ความพอประมาณ คือ การดำเนินนโยบายการขายสินค้าและบริการที่มิได้มุ่งหวังผลให้เกิดกำไรเร็วที่สุด และมีการปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าตามสภาวการณ์

2.4 การแบ่งปัน คือ การแบ่งปันความรู้ ทักษะของตนเองให้กับคู่แข่งขันทางธุรกิจ และหากตนเองไม่สามารถผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้าได้ จะมีการส่งผ่านความต้องการสินค้า บริการให้กับคู่แข่ง

2.5 จริยธรรม คือ ความรับผิดชอบของสมาชิกในการทำงานเมื่อประสบปัญหา

2. 6 การพัฒนาภูมิสังคม คือ กระบวนการทำงานที่ส่งเสริมให้สมาชิกมีการทำงานที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม มีนโยบายที่จะใช้วัตถุดิบในชุมชนและให้คนในชุมชนเข้ามีส่วนร่วม

2.7 การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การให้ความสำคัญกับสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจโดยการเข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้า รวมทั้งให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ

3.ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถของกิจการในการผลิตสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องตอบสนองความต้องการของลูกค้าผลิตสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งและยากต่อการลอกเลียนแบบ มีการบริหารจัดการปัจจัยการการผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และมีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ ประกอบด้วย 3 มิติ คือ

3.1 ความสามารถด้านนวัตกรรม คือ การดำเนินการผลิตคิดค้นสินค้าใหม่ๆ ซึ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้ายาก โดยแตกต่างจากคู่แข่งและยากต่อการลอกเลียนแบบ

3.2 ความสามารถด้านการผลิต คือ การดำเนินการบริหารจัดการวัตถุดิบ แรงงาน เงินทุน เพื่อมาใช้ในการผลิตที่มีคุณภาพและมีการส่งมอบสินค้าที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

3.3 ความสามารถด้านการจัดการตลาด คือ การดำเนินการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า การกำหนดเป้าหมายการขาย การจัดช่องทางจำหน่ายสินค้า เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายการขายที่วางไว้โดยตอบสนองความต้องการของลูกค้า

4.ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีการผลิต

มุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง การผลิตตามกำลังคนและความสามารถที่มีอยู่ขององค์กรเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมความรู้สมาชิกอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมทั้งมีการป้องกันปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ คือ

4.1 ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว คือ การดำเนินธุรกิจที่ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น โดยมีการผลิตตามกำลังที่มีอยู่เพื่อรักษาคุณภาพ โดยไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้น รวมทั้งการแบ่งปันร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจทั้งแก่สมาชิกและคู่ค้า

4.2 ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง คือ การที่สมาชิกรับรู้และเข้าใจความสามารถของตนเอง สภาพการแข่งขันและความต้องการลูกค้า เพื่อการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด

4.3 การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง คือ ธุรกิจมีการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการผลิต การตลาด เงินทุน รวมทั้งมีการประเมินสภาวะความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ

4.4 การส่งเสริมความรู้ และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง คือ การที่สมาชิกในกลุ่มมีการส่งเสริมหรือแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างต่อเนื่อง มีการแบ่งปันความรู้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาสินค้าเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐาน

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ แล้วนำมาสังเคราะห์เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ และกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งมีแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง แนวคิดการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง และความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอรายละเอียดแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ คือ

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
   1.1. แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
   1.2. ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน
   1.3. ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย
2. แนวคิดและการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในที่นี้จะพิจารณาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยจะทำการตรวจสอบถึงความหมาย วิธีการวัด ของปัจจัยแต่ละปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีรายละเอียดดังนี้ คือ
   3.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
   3.2 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
   3.3 ความสามารถในการแข่งขัน
4. ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดการวิจัย
6. สมมติฐานการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

การศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการแข่งขันเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือ แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นแนวคิดที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานให้กับสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในไปใช้ในการพัฒนาประเทศในปี พ.ศ.2542 โดยมีหลักพิจารณาอยู่ 5 ส่วน คือ

1. **กรอบแนวคิด**เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากแนววิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลาและเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีลักษณะพลวัตร มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤตเพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา
2. **คุณลักษณะ** เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน
3. **คำนิยาม ความพอเพียง (Sufficiency)** จะต้องประกอบด้วย ดังนี้
   (1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ
   (2) ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้นๆ อย่างรอบคอบ
   (3) การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวพร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต
4. **เงื่อนไข** การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียง

นั้น ต้องอาศัยทั้งความรู้และคุณธรรม กล่าวคือ เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่างๆ อย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกันเพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต และมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต

5. **แนวทางปฏิบัติ/ผลที่คาดว่าจะได้รับ** จากการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ คือ การพัฒนาที่สมดุลและสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และความรู้และเทคโนโลยี

จากหลักแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าว จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2551) กล่าวถึง เศรษฐกิจพอเพียงกับความยั่งยืนของธุรกิจ โดยเห็นว่า เศรษฐกิจพอเพียงมีบทบาทสำคัญต่อภาคธุรกิจไทย โดยเริ่มจากธุรกิจขนาดเล็กที่กำลังริเริ่มโครงการใหม่ควรจะศึกษาต้นทุนของตนเองพร้อมกับตลาดและคู่แข่ง โดยให้มีการดำเนินธุรกิจแบบค่อยเป็นค่อยไป กล่าวคือ อดทน มีความเพียร มีสติ ปัญญา โดยมีลักษณะการมุ่งกำไรสูงสุดในระยะยาว (Long-term profit) ทั้งนี้จะต้องมีความซื่อสัตย์สุจริตและการไม่เบียดเบียนผู้อื่น โดยเห็นว่าตั้งแต่วิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ประเทศไทยยังขาดความรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลง ขาดภูมิคุ้มกันที่ดี กล่าวคือ ยังพึ่งตนเองไม่ได้เท่าที่ควรและขาดความพอดี ในประเด็นสำคัญ 5 ประการ คือ

1. ขาดความพอดีด้านจิตใจ คือ สภาวะจิตใจไม่เข้มแข็ง ไม่สามารถพึ่งตนเองได้ ขาดจิตสำนึกที่ดี ไม่รู้จักประนีประนอม และเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัวมากเกินไป

2. ขาดความพอดีด้านสังคม คือ ไม่ค่อยช่วยเหลือเกื้อกูลกัน การไม่สร้างกระบวนการเรียนรู้

3.ขาดความพอดีด้านทรัพยากรธรรมชาติและส่งแวดล้อม คือ ขาดความรบคอบในการใช้และจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และใช้ทรัพยากรที่ไม่คำนึงถึงความสมดุลระยะยาว

4. ขาดความพอดีด้านเทคโนโลยี คือ ยังไม่รู้จักการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม รับเทคโนโลยีจากต่างประเทศโดยขาดความรู้ความเข้าใจ ละทิ้งเทคโนโลยีจากภูมิปัญญาชาวบ้าน

5. ขาดความพอดีด้านเศรษฐกิจ คือ การดำรงชีวิตเดินฐานะของตน

องค์กรธุรกิจถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ โดยหากองค์กรธุรกิจมีการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการวางกลยุทธ์และกำหนดนโยบาย จะช่วยทำให้องค์กรเปรียบเสมือนมีเข็มทิศในการดูแลกิจการที่ดีให้สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้การดำเนินธุรกิจดำเนินงานได้อย่างมีเหตุผล รู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง รวมทั้งทำให้พนักงานมีความรู้และยึดมั่นในคุณธรรมซึ่งจะเป็นเครื่องมือป้องกันธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากความเสี่ยงทางธุรกิจ

1.1.1 เศรษฐกิจพอเพียงกับ 4 ลักษณะของธุรกิจ

คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงร่วมกับสถาบันพัฒนบริหารศาสตร์ ศึกษาการประยุกต์ใช้ของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจเอกชนที่แตกต่างกัน 4 ลักษณะคือ ธุรกิจชุมชน ธุรกิจขนาดเล็ก บริษัทจดทะเบียน และกลุ่มอุตสาหกรรมนาดใหญ่ พบว่า หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์กับการบริหารงานของธุรกิจ (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2551: 121-126) ได้ดังนี้

1. ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น หลักความพอประมาณของเศรษฐกิจพอเพียงที่สำคัญ คือ ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เมื่อเทียบกับการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ การมีจุดมุ่งหมายที่มุ่งหวังได้รับผลประโยชน์หรือกำไรสุทธิระยะยาวมากกว่าระยะสั้น โดยการประยุกต์ใช้หลักความพอประมาณทางธุรกิจ มีลักษณะการดำเนินงานที่สำคัญ คือ

(1) การผลิต เน้นการผลิตเพื่อลูกค้าบางกลุ่มมากกว่าการผลิตเพื่อขายทั่วไป

(2) การรับคำสั่ง รับคำสั่งเฉพาะที่จะทำได้ตามกำลังที่มีอยู่ เพื่อรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับสูง

(3) การแสวงหากำไร ยึดถือหลักการแบ่งปัน ไม่เบียดเบียนคู่ค้า ให้ร่วมมือกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจในระยะยาวและเกิดความไว้วางใจรวมทั้งให้ความสำคัญต่อการจ่ายเงินให้แก่พนักงานและผู้จำหน่ายสินค้าอย่างรวดเร็ว ตลอดจนกันกำไรส่วนหนึ่งสำหรับพัฒนาความรู้และกิจกรรมสังคม

(4) การก่อหนี้และขยายการลงทุนในธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อกำไรมากพอ ไม่กู้ยืมเงินและเน้นเฉพาะสาขาธุรกิจที่ตนเชี่ยวชาญ รวมทั้งรักษาอัตราส่วนหนี้สินต่อทุนให้เหมาะสม การแข่งขันด้วยความยุติธรรมเพื่อสร้างพันธมิตรธุรกิจ โดยมีเครือข่ายผู้ผลิตที่เล็กกว่าที่จะจัดส่งงานบางส่วนให้ รวมทั้งมีการฝึกอบรมและให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง

2.ความมีเหตุผล ต้องรู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง หลักความมีเหตุผล คือ การรู้จักลูกค้า รู้จักตลาด รู้จักคู่แข่ง และรู้จักตัวเอง โดยการบริหารธุรกิจควรมีลักษณะสำคัญดังนี้

(1) เข้าใจในธุรกิจของตน และตลาดที่ตนแข่งขันอยู่อย่างถ่องแท้ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากคู่แข่งและมีนวัตกรรมใหม่ๆ มีการวิจัยตลาดอย่างถ่องแท้ และเร่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นผู้นำตลาด รวมทั้งเข้าใจถึงความสามารถหลักขององค์กร (Core competency) และเน้นการผลิตที่ตรงกับความสามารถขององค์กร ตลอดจนตรวจสอบผลการทำงานของตนกับบริษัทคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอ (Benchmarking)

(2) เข้าใจถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จของธุรกิจ (Key success factors) โดยพยายามไม่ให้พนักงานมีหนี้สินและความกังวล ซึ่งจะกระทบต่องานศิลปะที่ต้องใช้ความประณีต รวมทั้งมีการรักษากระบวนการผลิตให้ตรงกับความต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น การรักษากระบวนการผลิตให้เป็นธรรมชาติที่สุด

(3) ธุรกิจที่อิงกับเทคโนโลยี ต้องพัฒนาความรู้ของพนักงานอย่างต่อเนื่อง และต้องเน้นที่การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ ตลอดจนมีการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน และมีความยืดหยุ่นในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มในช่วงเวลาต่างๆ

(4) ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่และกระบวนการผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระจายการผลิตบางส่วนไปในประเทศที่มีแรงงานถูกกว่า เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน และคิดค้นกระบวนการที่จะนำวัตถุดิบที่มีต้นทุนสูงหรือหายากกลับมาใช้ใหม่

(5) รับความเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม โดยใช้หลักการบริหารการตลาดแบบที่ต้องใช้กลยุทธ์มุ่งเน้นหรือให้ความสำคัญ (Concentrated Strategy) เพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าให้ชัดเจนก่อนที่จะขยายตลาดไปที่อื่น และให้สิทธิการจำหน่ายในตลาดใหม่ๆ แทนการลงทุนเจาะตลาดด้วยตนเอง

3. สร้างภูมิคุ้มกัน เตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในการดำเนินธุรกิจ คือ จะต้องเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างเหมาะสมโดย

(1) กระจายผลิตภัณฑ์และตลาดเพื่อลดความเสี่ยง โดยการปรับผลิตภัณฑ์จากสินค้าฟุ่มเฟือยมาเป็นสินค้าที่ลูกค้าใช้ประจำ และกระจายตลาดในหลายประเทศ เพื่อลดผลกระทบจากวัฏจักรเศรษฐกิจต่อสินค้าฟุ่มเฟือย

(2) ควบคุมกระบวนการจัดหาวัตถุดิบให้ต่อเนื่อง โดยลงทุนในแหล่งวัตถุดิบของตนเอง รักษาอัตราการหมุนเวียนของพนักงานให้อยู่ในระดับต่ำ ให้ราคาแก่ตัวแทนจำหน่ายอย่างเหมาะสม เพื่อรักษาความสัมพันธ์ระยะยาว และลดต้นทุนของการหาตัวแทนจำหน่ายใหม่ๆ (Switching costs)

(3) สะสมเงินออม โดยมีระบบการแบ่งเงินที่เหลือจากเงินหมุนเวียนเป็นเงินออมระยะยาว และมีนโยบายการจ่ายเงินปันผลที่เหมาะสมกับการสะสมเงินไว้สำหรับการลงทุนใหม่

(4) ประเมินสถานการณ์ความเสี่ยงล่วงหน้าอย่างสม่ำเสมอ โดยมีนโยบายและกำหนดเวลาที่ต้องประเมินความเสี่ยงอย่างชัดเจน มีการสร้างระบบเตือนภัยล่วงหน้า และป้องกันความเสี่ยงจากความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนด้วยสัญญาซื้อขายล่วงหน้า รวมทั้งพยายามสร้างความสมดุลด้านรายรับและรายจ่ายในเงินสกุลต่างประเทศแต่ละสกุล

4. ส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจต่างๆ ต้องมีการสร้างฐานความรู้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและใช้ความรู้ด้วยความรอบคอบระมัดระวัง โดย

(1) สร้างเสริมให้พนักงานได้รับความรู้อย่างต่อเนื่อง และมีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตอย่างสม่ำเสมอ

(2) ร่วมกับผู้ประกอบการอื่นๆ ในการพัฒนาความรู้และมาตรฐานของธุรกิจ โดยเครือข่ายการลงทุนทางสังคม (Social venture network) และกลุ่มพันธมิตรผู้ให้บริการเว็บไซต์ภาษาไทย

ส่วนทางด้านคุณธรรม ต้องมีการสร้างความตระหนักและให้ยึดมั่นในคุณธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะความเพียร ความอดทน และความซื่อสัตย์ โดย

(3) มีความมุ่งมั่นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

(4) มีคุณธรรมและความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า โดยรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และรักษาความลับของลูกค้าอย่างเคร่งครัด

(5) มีคุณธรรมกับสังคมรอบข้าง โดยการป้องกันผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมและจัดทำโครงการเพื่อสังคม

(6) ส่งเสริมคุณธรรมให้เป็นวัฒนธรรมองค์กร โดยปกครองพนักงานด้วยหลักความเมตตา และการให้สิทธิ์ลาเพื่อไปนั่งสมาธิ รวมทั้งการปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัดและยอมรับผลระทบที่เกิดขึ้นในช่วงวิกฤต

1.1.2 ภาคเอกชนกับการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องชี้นำ เครื่องกำกับการทำงานของกลไกตลาดให้มีเสถียรภาพดีขึ้น โดยเฉพาะเงื่อนไขทางด้านคุณธรรม จะเป็นตัวทำให้การแข่งขันมีความเป็นธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมมากขึ้น ธุรกิจที่ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจจะต้องคำนึงถึงการแข่งขันจะต้องทำพอประมาณ โดยคำนึงถึงศักยภาพของตนเอง ต้องทำธุรกิจที่มีความชำนาญ หรือใช้หลักความรู้มาพัฒนาตนเองให้มีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันต้องระวังอย่าดำเนินการในลักษณะที่มีความเสี่ยงมากเกินไป โดยหากมีการดำเนินการเช่นนี้จะสามารถแข่งขันได้และมีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีความเป็นสากลและทันสมัย เพราะว่า หลักการของการมีภูมิคุ้มกันที่ดี หรือห่วงที่สาม คือ การจัดการความเสี่ยง (Risk management) ซึ่งเป็นที่ยอมรับในการจัดการสมัยใหม่ แนวทางการจัดการความเสี่ยงที่ธุรกิจเอกชน ควรจะนำไปใช้ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน (ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์, 2551: 129) คือ

ขั้นที่หนึ่ง ต้องมีการวิเคราะห์และบ่งชี้ว่า อะไรคือความเสี่ยง โอกาสที่ความเสี่ยงจะเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน และผลกระทบธุรกิจอย่างไร

ขั้นที่สอง ต้องประเมินว่า ผลกระทบจากความเสี่ยงนั้นรุนแรงแค่ไหน ธุรกิจมีขีดความสามารถจะรับได้เพียงใด

ขั้นที่สาม ต้องกำหนดกรอบในการดูแลความเสี่ยง ซึ่งมีหลายวิธี เช่น ถ่ายโอนออกไป หากเป็นสิ่งที่ตนเองไม่ถนัด หรืออาจหลีกเลี่ยงความเสี่ยงนั้น

จากลักษณะดังกล่าว ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นหลักที่ใช้ในการกำกับการดำเนินงานของธุรกิจเอกชนที่สมบูรณ์ทุกด้าน คือ

ประการที่หนึ่ง หลักในการที่จะต้องมีความพอประมาณและมีเหตุมีผล คือ การทำแผนธุรกิจขององค์กรต่างๆ ต้องทำอย่างเหมาะสม คำนึงถึงศักยภาพ คำนึงถึงความพร้อม ซึ่งแผนธุรกิจจะเกิดผลที่ตรงกับความต้องการนั้นจะต้องใช้หลักความรอบรู้ รอบคอบ ซื่อสัตย์ ขยัน

ประการที่สอง หลักคุ้มกัน คือ หลักในการบริหารความเสี่ยง

ประการที่สาม คือ เงื่อนไขด้านความรู้ โดยที่ธุรกิจต่างๆ ต้องพิจารณาศักยภาพของตนเองและหาแนวทางพัฒนาความรู้ ความสามารถเพิ่มขึ้น พัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

ประการสุดท้าย คือ เงื่อนไขด้านคุณธรรม ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่จะทำให้องค์กรดำเนินต่อไปได้ เรียกหลักนี้ว่า บรรษัทภิบาล (Corporate governance) ซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องทำทั้งระดับบุคคลและองค์กร

จะเห็นได้ว่า การบริหารธุรกิจสมัยใหม่ต้องเน้นในเรื่องความยั่งยืน ความมีเหตุผล และความมั่นคงทางธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงแต่จะให้ความสำคัญกับพนักงาน กระบวนการ เงินทุน และลูกค้าเท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงการดูแลผู้มีส่วนได้เสียหรือผู้เกี่ยวข้องต่าง ๆ เช่น คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคมโดยส่วนรวม ซึ่งสิ่งสำคัญของการบริหารธุรกิจ คือ ความรู้ต้องควบคู่คุณธรรม (อาชว์ เตาลานนท์, 2555)

1.1.3 หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: หลักคิดเพื่อการตัดสินใจ

หลักการตัดสินใจในแต่ละกิจกรรมทางธุรกิจที่นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

เป็นหลักคิดในการตัดสินใจเพื่อสร้างความ สมดุลและยั่งยืนให้แก่องค์กรธุรกิจได้ คือ การสร้างบรรษัท ภิบาลเพื่อความยั่งยืน เน้นการตอบสนองกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียขององค์กรที่มีความคาดหวังที่เพิ่มสูงขึ้น เมื่อพิจารณารายละเอียด จะเห็นได้ว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะมีความสัมพันธ์ในลักษณะความคาดหวังผลประโยชน์/ผลกระทบที่คาดว่าจะได้รับจากองค์กรธุรกิจและสิ่งองค์กรธุรกิจคาดหวังผลประโยชน์ และผลกระทบจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ดังนี้ (ณดา จันทร์สม, 2555)

- พนักงาน คาดหวังที่จะได้รับการดูแลอย่างดีและเป็นธรรมจากองค์กรธุรกิจ ในขณะที่ องค์กรธุรกิจเองก็คาดหวังที่จะได้รับการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของพนักงาน การเพิ่มผลิตภัณฑ์ในการผลิต และมีบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง

- ลูกค้า /ผู้บริโภค คาดหวังที่จะได้รับการตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ และมีการดูแลความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง (Client Relationship) ในขณะที่องค์กร ธุรกิจก็คาดหวังที่จะให้ลูกค้าและผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าและใช้บริการผลิตภัณฑ์ของตนอย่างต่อเนื่อง มีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ และมีบทบาทในการที่จะแนะนำสินค้าให้แก่ลูกค้าและ ผู้บริโภครายใหม่ (Brand Ambassador)

- นักลงทุน /ผู้ถือหุ้น คาดหวังที่จะได้รับการดูแลให้ได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างสม่ำเสมอ มี ความสอดคล้องกับระดับความเสี่ยงของการลงทุน และไม่มีการดำเนินการที่จะไม่ทำให้องค์กรมีความเสี่ยงที่สูงเกินไป

- เจ้าหนี้ คาดหวังที่จะได้ให้องค์กรธุรกิจผู้กู้ยืมเงินมีวินัยทางการเงินและรักษาระดับความน่าเชื่อถือทางการเงินในระดับเดิมหรือดีขึ้น เพื่อสร้างความ ไว้วางใจ (Trust) ให้แก่เจ้าหนี้ได้ และในขณะเดียวกันองค์กรธุรกิจก็คาดหวังที่จะได้รับความไว้วางใจจากเจ้าหนี้ และให้แหล่งเงินทุนในการดำเนินกิจการและขยายกิจการในอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสมไม่สูงจนเป็นภาระทางการเงินแก่กิจการในอนาคต และมีความพร้อมในการที่จะช่วยเหลือ หากกิจการประสบ ปัญหาทางการเงิน

- คู่ค้า คาดหวังที่จะมีการทำข้อตกลงทางการค้าที่ไม่เอารัดเอาเปรียบระหว่างกัน มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขของสัญญาการค้าอย่างเคร่งครัด และเพื่อสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระหว่างกัน

- รัฐบาล คาดหวังให้องค์กรธุรกิจปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ และชำระภาษีอย่างถูกต้อง โดยองค์กรธุรกิจคาดหวังรัฐบาลให้มีบทบาทในการสร้างบรรยากาศการลงทุนและทางธุรกิจที่เอื้อต่อการแข่งขันที่เป็นธรรมลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุน และส่งเสริม สนับสนุนให้การดำเนินกิจการมีความราบรื่น

- ชุมชน คาดหวังองค์กรธุรกิจในการมีส่วนร่วมกับการพัฒนา ชุมชน สังคม และและประเทศชาติโดยรวม ทั้งในด้านการพัฒนาสินค้าของชุมชน การสร้างงานในชุมชน และ การมีส่วนในการพัฒนาในด้านต่างๆของชุมชน เป็นต้น องค์กรธุรกิจคาดหวังความเป็นมิตรจากชุมชน การเอื้อประโยชน์ จากการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน และเป็นแหล่งแรงงานสำคัญและวัตถุดิบที่มีคุณภาพให้แก่องค์กรธุรกิจได้

- สิ่งแวดล้อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อมคาดหวังให้องค์กรธุรกิจมีการดำเนินการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างจริงจัง

- องค์กรอุตสาหกรรม คาดหวังองค์กรธุรกิจมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรม ในขณะที่องค์กรธุรกิจคาดหวังให้องค์กรทางอุตสาหกรรมมีบทบาทในการกำกับการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการอย่างเป็นธรรม

1.2 ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน

ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness Theory) เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงความสามารถในการแข่งขันระดับเศรษฐกิจจุลภาค คือ การสร้างสิ่งแวดล้อมธุรกิจในพื้นที่ให้มีคุณภาพ มีปัจจัยองค์ประกอบสี่ด้าน เรียกว่า Diamond Model เพื่อใช้ในการผลักดันความสำเร็จของอุตสาหกรรม ปัจจัยองค์ประกอบ 4 ด้าน ประกอบด้วย (บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2554: 161-162)

(1) การวิเคราะห์ด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทุน โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ถนน ท่าเรือ ท่าอากาศยาน ไฟฟ้า ประปา ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

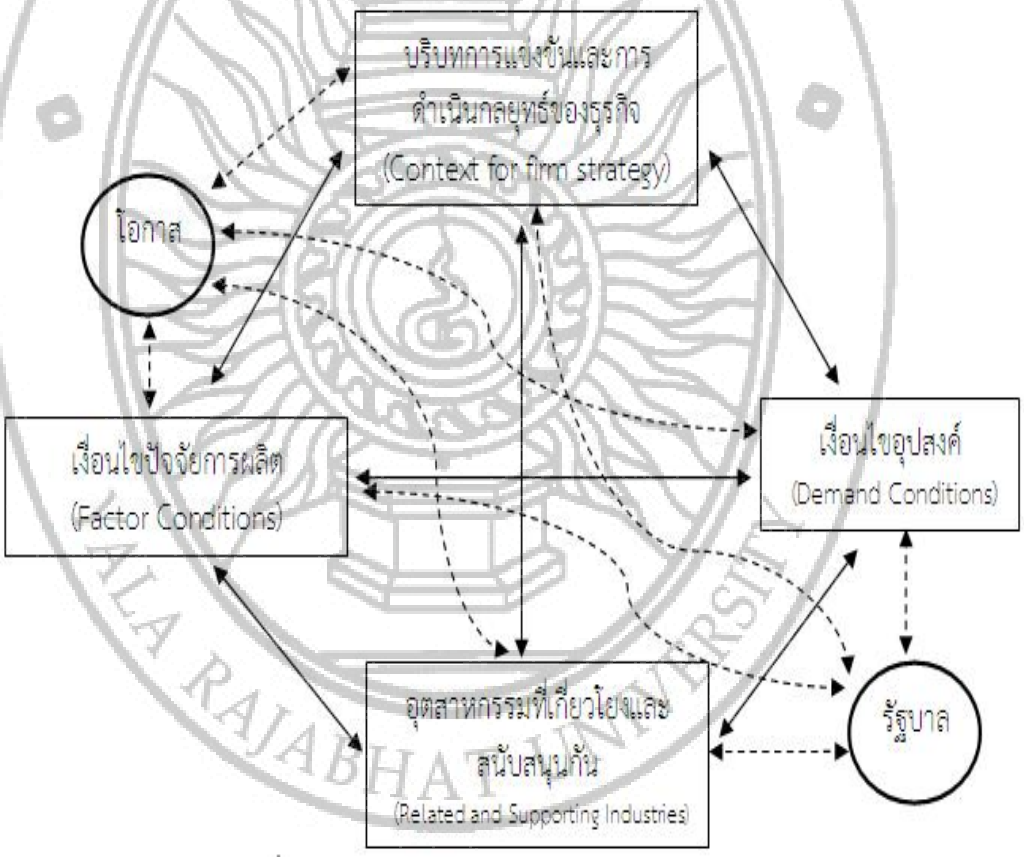
(2) เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) เป็นการวิเคราะห์ถึงคุณภาพของอุปสงค์ภายในประเทศมากกว่าปริมาณ รวมทั้งพิจารณาความพิถีพิถันและระดับความต้องการด้านคุณภาพที่เป็นรูปแบบของผู้บริโภคซึ่งมีผลกระตุ้นให้ผู้ประกอบการภายในประเทศต้องปรับตัวและพัฒนาสินค้า นอกจากนี้ อุปสงค์ของผู้บริโภคภายในประเทศยังมีความสำคัญในการคาดอุปสงค์ของผู้บริโภคในต่างประเทศด้วย

(3) อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน (Related and Supporting Industries) เป็นการวิเคราะห์ถึงการมีอยู่ และคุณภาพของผู้ผลิตหรือผู้จัดหาวัตถุดิบในท้องถิ่น ซึ่งช่วยเสริมให้ห่วงโซ่การผลิตมีความเข้มแข็งและต่อเนื่องรวมทั้งการพิจารณาระดับของการประสานความร่วมมือของธุรกิจต่างๆ ความสัมพันธ์เชื่อมโยงกิจกรรมในกระบวนการผลิตตามห่วงโซ่อุปทานเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจในแนวนอนด้วย ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมในเครือข่ายที่ต้องเกื้อหนุนกันและกันและเสริมความสามารถในการแข่งขันซึ่งกันและกัน แต่ไม่ได้อยู่ในสายการผลิตห่วงโซ่อุปทาน การวิเคราะห์การเชื่อมโยงในแนวตั้งและแนวนอนตามตัวแบบ Diamond Model มี 2 ลักษณะ คือ ความเชื่อมโยงกิจกรรม เป็นการวิเคราะห์ถึงการมีอยู่และคุณภาพของซัพพลายเออร์ในท้องถิ่น ซึ่งช่วยเสริมให้ห่วงโซ่อุปทานมีความเข้มแข็งและต่อเนื่อง และความเชื่อมโยงเชิงความร่วมมือ ซึ่งวิเคราะห์จากระดับการประสานความร่วมมือของธุรกิจต่างๆ ในเครือข่ายวิสาหกิจ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลข่าวสาร การร่วมมือในการพัฒนาทักษะของบุคลากร การทำวิ

ขัน หรือการทำการตลาด ซึ่งจะช่วยทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในเครือข่ายนั้นสามารถเข้าถึงปัจจัยการผลิตและบริการที่คุณภาพและราคาถูก และสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(4) บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ (Firm Strategy, Structure, Rivalry and Competition) เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมที่ธุรกิจเกิดขึ้น ตลอดจนธรรมชาติของการแข่งขันในท้องถิ่นว่าทำให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรมเอื้อต่อการเพิ่มผลผลิตของธุรกิจหรือไม่เพียงใด การวิเคราะห์จะพิจารณาถึงนโยบายและกฎระเบียบของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการแข่งขันและการดำเนินธุรกิจของภาคเอกชน บรรยากาศการแข่งขันจะส่งผลต่อการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์การแข่งขันที่ธุรกิจในคลัสเตอร์ใช้ในการดำเนินธุรกิจของตน

ปัจจัยทั้ง 4 ประการของ Diamond Model ที่เป็นแกนสำคัญของการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันสามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1

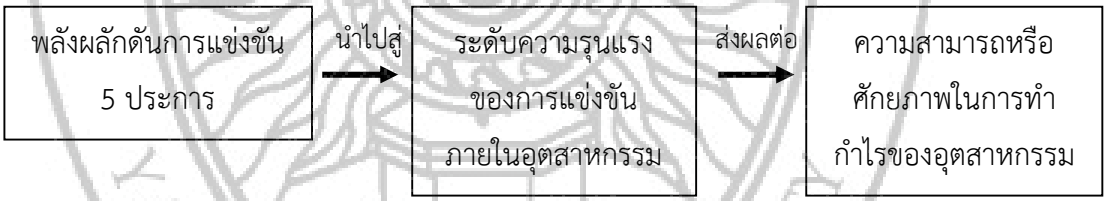


ภาพที่ 1 ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน Diamond Model
ที่มา: บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2554: 163)

เครื่องมือในการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมและระดับการแข่งขันที่นิยมใช้อย่างหนึ่ง คือ Five force Model ตามแนวคิดของ Michael E. Porter ที่เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์โครงสร้างอุตสาหกรรมว่าพลังผลักดัน (Competitive force) ที่จะมีผลต่อระดับการแข่งขันในอุตสาหกรรม และมีผลต่อศักยภาพของการทำกำไร ประกอบด้วย 5 กลุ่ม คือ คู่แข่งปัจจุบัน คู่แข่งรายใหม่ที่จะเข้ามา ลูกค้า ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือซัพพลายเออร์ และสินค้าทดแทน โดยหาก (สุพานี สฤษฎ์วานิช, 2553)

- โอกาสที่คู่แข่งรายใหม่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ง่าย การแข่งขันก็จะสูงขึ้น ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง
- คู่แข่งขันในปัจจุบัน มีการแข่งขันมาก ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง
- ลูกค้ามีอำนาจการต่อรองสูง ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง
- ซัพพลายเออร์มีอำนาจการต่อรองสูง ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง
- สินค้าทดแทน สามารถทดแทนได้มากลูกค้าก็จะมีทางเลือกมาก ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง

ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้ง 5 กลุ่มที่มีต่อความสามารถหรือศักยภาพในการทำกำไรของอุตสาหกรรม ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่กำหนดศักยภาพแห่งการทำกำไรในอุตสาหกรรม
ที่มา: สุพานี สฤษฎ์วานิช (2553: 112)

พลังผลักดันทั้งห้าที่เป็นปัจจัยในการกำหนดระดับความรุนแรงของการแข่งขันและศักยภาพแห่งการทำกำไรในอุตสาหกรรม มีรายละเอียด ดังนี้

1. แรงผลักดันจากผู้บุกรุกหน้าใหม่ที่มีศักยภาพที่จะเข้ามาลงทุนในอุตสาหกรรม

ถ้าอุปสรรคกีดกั้นการเข้ามาสู่อุตสาหกรรม (Barrier to entry) ไม่มาก แรงผลักดันจะสูง จะมีคู่แข่งขันรายใหม่ๆ เข้ามาสู่ตลาดและทำให้เกิดการแข่งขันมากขึ้น ศักยภาพในการทำกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลงไป

โอกาสที่คู่แข่งขันรายใหม่จะเข้าสู่อุตสาหกรรม ขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 กลุ่ม คือ

1) อุปสรรคกีดขวางจากการเข้าสู่อุตสาหกรรม ได้แก่

- การประหยัดจากขนาด (Economies of scale) เนื่องจาก ผลิตสินค้าที่เป็นมาตรฐานเป็นจำนวนมาก จะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าลดต่ำลง เพราะ สามารถลดต้นทุนคงที่ต่อหน่วยลงไป รวมทั้งการซื้อวัตถุดิบในปริมาณมาก ก็จะได้ราคาถูกลง ดังนั้น ผู้ผลิตรายเดิมจะได้เปรียบรายใหม่ซึ่งมักจะเริ่มการผลิตในจำนวนที่น้อยกว่า และความสามาร
-ถในด้านการตลาดจะต่ำกว่า
- ความภักดีในตรายี่ห้อ (Brand loyalty) ถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่ลูกค้ามีความภักดีในตราสินค้า ยี่ห้อรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมก็เข้าได้ยาก
- เงินลงทุน (Capital requirements) ถ้าต้องลงทุนสูง ก็จะเป็นอุปสรรคต่อรายใหม่
- การเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่าย (Access to distribution) ถ้าช่องทางจัดจำหน่ายมีจำกัดก็เป็นอุปสรรค
- นโยบายรัฐบาล ถ้ารัฐบาลไม่มีนโยบายส่งเสริม หรือมีข้อห้าม ก็เป็นอุปสรรค
- ข้อได้เปรียบด้านอื่นๆ เช่น เป็นเจ้าของเทคโนโลยีเฉพาะ มีแหล่งวัตถุดิบราคาถูก มีทำเลที่ตั้งดีกว่า มีแหล่งเงินทุนที่ต้นทุนถูก และทำมานานจนเกิดประสบการณ์เรียนรู้ (Learning effect)

2) การป้องกันหรือตอบโต้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม โดยปกติมักจะใช้การลดราคา (Pricing Cutting) ให้ต่ำที่สุดเพื่อไม่จูงใจให้รายใหม่เข้ามา ซึ่งการป้องกันจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม ถ้าอุตสาหกรรมยังคงมีการเติบโต การตอบโต้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมก็จะน้อยกว่ากรณีที่อุตสาหกรรมไม่เติบโตแล้ว รวมทั้ง หากมีอัตรากำไรดี การระมัดระวังหรือการตอบโต้ก็จะน้อยกว่ากรณีที่อุตสาหกรรมมีผลกำไรที่ต่ำลง

2. แรงผลักดันจากผู้ผลิตหรือคู่แข่งที่มีอยู่ในอุตสาหกรรม

การแข่งขันระหว่างผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมีความรุนแรงมาก ผลกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง พฤติกรรมการแข่งขัน คือ การลดราคา การทุ่มโฆษณา และการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ ปัจจัยที่ใช้พิจารณาความรุนแรงของการแข่งขัน ได้แก่

- จำนวนคู่แข่ง ถ้ามีคู่แข่งขันเป็นจำนวนมาก และ/หรือ มีกำลังและขีดความสามารถพอๆกัน จะทำให้มีการแข่งขันที่รุนแรง

- อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม (Industry growth rate) ถ้าอุตสาหกรรมยังคงเติบโต การแข่งขันจะไม่รุนแรงมากนัก
- ความแตกต่างของสินค้า (Product differences) ถ้าสินค้ามีความแตกต่างกันไป การแข่งขันก็จะลดลง
- ความภักดีในตรายี่ห้อ ถ้าลูกค้ามีความภักดีในตรายี่ห้อสูง การแข่งขันก็จะน้อยลง
- กำลังการผลิตส่วนเกิน ถ้าอุตสาหกรรมมีกำลังการผลิตส่วนเกิน การแข่งจันจะรุนแรง
- ต้นทุนคงที่ของธุรกิจ ถ้าเป็นอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนคงที่สูง การแข่งขันจะรุนแรง
- ต้นทุนในการเก็บรักษา ถ้าต้องมีต้นทุนในการเก็บรักษาสูง การแข่งขันก็จะรุนแรง
- คู่แข่งมีเป้าหมายทางกลยุทธ์ที่หลากหลาย (High Strategic Stake) เช่น มีเป้าหมายเพียงแค่ต้องการส่วนครองตลาดไม่เน้นกำไร หรือต้องการสภาพคล่องในสภาวการณ์ช่วงนั้น การแข่งขันก็จะรุนแรง
- อุปสรรคกีดขวางการออกจากอุตสาหกรรม เช่น มีข้อตกลงกับสหภาพแรงงานในการจ่ายชดเชยที่สูงมาก ดังนั้น ถ้ามีอุปสรรคมาก ออกได้ยาก การแข่งขันก็จะสูง

3. แรงผลักดันซึ่งเกิดจากอำนาจต่อรองของกลุ่มผู้ซื้อหรือลูกค้า

กลุ่มผู้ซื้อมีอำนาจการต่อรองสูง ลูกค้าก็มักเรียกร้องให้ลดราคาหรือขอสิทธิประโยชน์ต่างๆ เพิ่มศักยภาพในการทำกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง ปัจจัยที่กำหนดอำนาจการต่อรองของลูกค้า ได้แก่

- ปริมาณการซื้อ ถ้าซื้อมาก ก็มีอำนาจต่อรองสูง
- ข้อมูลต่างๆ ที่ลูกค้าได้รับเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขาย ถ้าลูกค้ามีข้อมูลมากก็ต่อรองได้มาก
- ความภักดีในตรายี่ห้อ (Brand Loyalty) ถ้าลูกค้ามีความภักดีในตรายี่ห้อมาก อำนาจต่อรองของลูกค้าก็จะต่ำ
- ความยากง่ายในการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ซื้อ ถ้าผู้ซื้อ (ลูกค้า) รวมตัวกันได้ง่ายก็มีอำนาจต่อรองของลูกค้าก็จะต่ำ

- ความสามารถของผู้ซื้อที่จะทำการรวมกิจการไปด้านหลัง (Backward Integration) ถ้าลูกค้าสามารถผลิตสินค้าได้ด้วยตนเอง อำนาจต่อรองก็จะสูง
- ต้นทุนในการเปลี่ยนไปใช้สินค้าของคนอื่น (Switching Cost) ถ้าลูกค้าจะเปลี่ยนไปซื้อหรือใช้สินค้าของคู่แข่งแล้ว ลูกค้าต้องมีต้นทุนในการเปลี่ยนสูง อำนาจต่อรองของลูกค้าก็จะต่ำ

4. แรงผลักดันซึ่งเกิดจากอำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์

ถ้าผู้ผลิตหรือผู้ป้อนวัตถุดิบให้กับธุรกิจมีอำนาจต่อรองสูง ศักยภาพในการทำกำไรของอุตสาหกรรมก็จะลดลง ปัจจัยที่จะกำหนดอำนาจต่อรอง ได้แก่

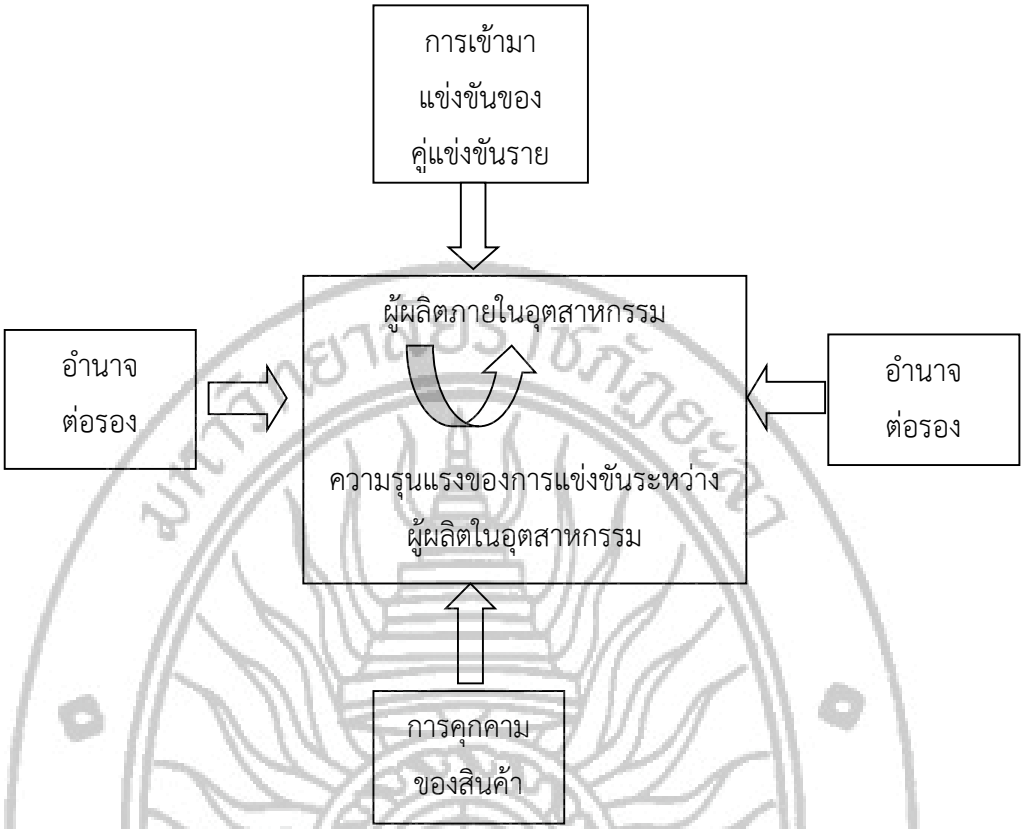
- จำนวนผู้ขายวัตถุดิบที่มีอยู่ ถ้ามีผู้ขายน้อยรายอำนาจต่อรองของผู้ขายจะสูง
- ระดับการรวมตัวกันของผู้ขายวัตถุดิบ ถ้าผู้ขายรวมตัวกันได้ อำนาจต่อรองจะสูง
- จำนวนวัตถุดิบหรือแหล่งวัตถุดิบที่มี ถ้าวัตถุดิบน้อย อำนาจต่อรองจะสูง
- ความแตกต่างและความเหมือนกันของวัตถุดิบ ถ้าวัตถุดิบมีความแตกต่างกันมาก อำนาจต่อรองของผู้ขายจะสูง

5. แรงผลักดันซึ่งเกิดจากสินค้าอื่นๆ ซึ่งสามารถใช้ทดแทนได้

หากสินค้าของอุตสาหกรรมมีสินค้าที่สามารถทดแทนได้ อุตสาหกรรมนี้ก็อาจถูกคุกคามได้ง่าย ผลกำไรก็อาจลดลงได้ง่าย ปัจจัยที่จะกำหนดภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ได้แก่

- ระดับการทดแทน เป็นการทดแทนได้มาก หรือทดแทนได้น้อย
- ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการเปลี่ยนแปลงการใช้สินค้าปัจจุบันไปสู่การใช้สินค้าทดแทน
- ระดับความภักดีในสินค้าปัจจุบัน
- ระดับราคาสินค้าทดแทนและคุณสมบัติใช้งานของสินค้าทดแทน

จากแนวคิดพลังผลักดันทั้งห้าดังกล่าวสามารถแสดงระดับการแข่งขันได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 พลังผลักดันการแข่งขันทั้งห้า
ที่มา: สุพานี สฤษฎ์วานิช (2553)

1.3 ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย

ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย (Path-Goal Theory) เป็นทฤษฎีภาวะผู้นำตามสถานการณ์ตามแนวคิดของ เฮาส์ (House, 1987) ซึ่งพัฒนามาจากทฤษฎีความคาดหวังของวูม (Vroom) โดยแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม ผลงาน รางวัล และแรงจูงใจ โดยเชื่อว่าผู้นำจะสามารถสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์กร และกำหนดแนวทางในการดำเนินการให้บรรลุเป้าหมาย เฮาส์ (House, 1987) ได้เสนอว่าผู้นำที่ดี คือ ผู้นำที่สามารถปรับพฤติกรรมให้เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและสามารถช่วยผู้ใต้บังคับบัญชาให้สามารถปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายของกลุ่มหรือองค์กรได้โดยสามารถลดปัญหา และเพิ่มโอกาสในการดำเนินการให้บรรลุผลสำเร็จได้ แนวคิดนี้ให้ความสำคัญใน 2 ส่วนขององค์กร (วันชัย มีชาติ, 2548, น. 213-214) คือ

8.2.1 **คุณลักษณะของผู้ใต้บังคับบัญชา (Characteristic of**

Subordinates) การปฏิบัติหน้าที่ของผู้นำจะต้องได้รับการยอมรับจากผู้ใต้บังคับบัญชา ผลงานต่างๆ จึงจะเกิดขึ้น หากผู้ปฏิบัติงานให้การยอมรับและมีความพึงพอใจในการปฏิบัติหน้าที่ การดำเนินการขององค์กรก็จะเกิดผลดี ซึ่งการพิจารณาลักษณะของผู้ใต้บังคับบัญชาจะพิจารณาในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ความรู้ความสามารถ (Ability) เป็นการพิจารณาพนักงานถึงความรู้ความสามารถต่อการดำเนินการให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร

ความสามารถในการควบคุม (Locus of control) เป็นการพิจารณาว่าผู้ปฏิบัติงานสามารถควบคุมสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างไร

ความต้องการแรงจูงใจ (Needs of motives) ลักษณะของแรงจูงใจและความต้องการของผู้ปฏิบัติงานจะมีผลต่อรูปแบบของผู้นำ ซึ่งทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย เป็นการพิจารณาแรงจูงใจและความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชาที่เหมาะสมกับรูปแบบการนำของผู้นำ เช่น ผู้ตามที่ต้องการความรักจะต้องการผู้นำที่คอยสนับสนุน เป็นต้น

8.2.2 **ลักษณะของสภาพแวดล้อม (Characteristic of work environment)** การพิจารณาสภาพแวดล้อมในการทำงานจะประกอบไปด้วย

งานของผู้ใต้บังคับบัญชา งานของผู้ใต้บังคับบัญชามีการจัดระบบและมีความชัดเจนเพียงใด เช่น หากงานขาดความชัดเจนและไม่มีโครงสร้างจะเหมาะกับผู้นำแบบสั่งการหรืออำนวยการ เป็นต้น

ลักษณะของกลุ่ม ลักษณะและพัฒนาการของกลุ่มจะมีผลต่อการเลือกรูปแบบการนำของผู้นำ เช่น การยึดเหนี่ยวของกลุ่ม ขนาดของกลุ่ม การรวมตัวกันและขั้นตอนการพัฒนาของกลุ่ม

ลักษณะขององค์กร เป็นการพิจารณาถึงสภาพแวดล้อมในการทำงานในด้านความกดดัน ความเครียดในการทำงาน สภาพความแน่นอนในการทำงาน กฎ ระเบียบต่างๆ ตลอดจนนโยบายขององค์กร

จะเห็นได้ว่า หากผู้นำมีคุณลักษณะและพฤติกรรมที่ตรงกับความคาดหวังของผู้ใต้บังคับบัญชา รวมทั้งผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับมอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถและมีความก้าวหน้าตลอดจนมีบรรยากาศการทำงานที่อบอุ่น จะทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีผลการปฏิบัติงานที่มีคุณภาพ และมีความพึงพอใจในงาน ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ อัลแดรคส์ และคูซูฮาร์ร่าห์ (Aldag & Kuzuhara, 2002, p. 311) ที่เห็นว่า พฤติกรรมของผู้นำสามารถสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจในระดับที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของผู้ใต้บังคับบัญชาโดยการชี้แจงเส้นทางไปยังเป้าหมายให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา และเห็นว่า พฤติกรรมของผู้นำจะก่อให้เกิดแรงจูงใจที่มีต่อพนักงานในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายในการทำงาน (Work-goal attainment) รวมถึงเป็น

การเพิ่มเครื่องมือของการดำเนินการตามเป้าหมายสำหรับให้พนักงานปฏิบัติงานเพื่อไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ จากแนวคิดทฤษฎีดังกล่าว สามารถแบ่งพฤติกรรมภาวะผู้นำออกเป็น 4 แบบ (Aldag & Kuzuhara, 2002, p. 311-312) ดังนี้

(1) **ภาวะผู้นำแบบชี้นำ (Directive leadership)** เป็นพฤติกรรมของผู้นำมีการปฏิบัติที่แสดงให้เห็นถึงการวางแผน การกำหนดเป้าหมายและมาตรฐานการปฏิบัติ ชี้นำให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทราบว่างานที่รับผิดชอบมีอะไรบ้างและปฏิบัติอย่างไร เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาใช้เป็นมาตรฐานในการปฏิบัตามที่ผู้นำกำหนด

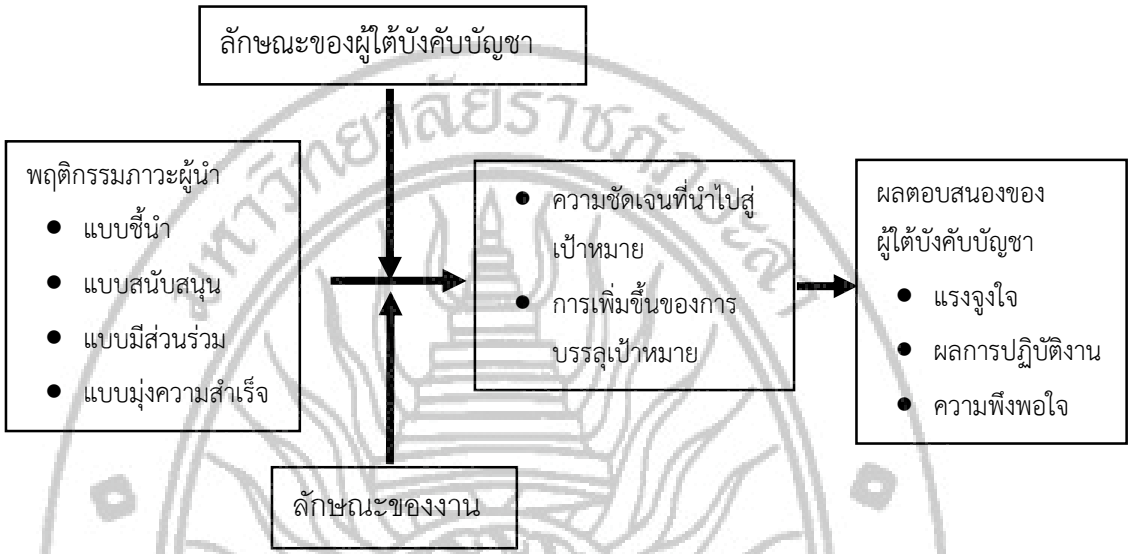
(2) **ภาวะผู้นำแบบสนับสนุน (Supportive leadership)** เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่มีการปฏิบัติโดยแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีความก้าวหน้า มีการอธิบายและชี้แจงเพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาเข้าใจบทบาทของตนเอง คำนึงถึงความต้องการของผู้ใต้บังคับบัญชา ให้รางวัลเมื่อผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย มีความเป็นมิตรกับผู้ใต้บังคับบัญชา เปิดเผย และปฏิบัติกับผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนอย่างเสมอภาค

(3) **ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (Participative leadership)** เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่มีการปฏิบัติโดยแสดงให้เห็นถึงการเสริมสร้างพลังอำนาจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ใช้หลักการบริหารแบบมีส่วนร่วม ยึดหลักปรัชญา “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมตัดสินใจ”ให้เอกสิทธิ์ในการทำงาน (Autonomy) หมายถึง ให้อิสระ (Independent) ให้อำนาจ (Authority) และกระจายความรับผิดชอบ (Responsibility) ที่เหมาะสมกับของเขตหน้าที่

(4) **ภาวะผู้นำแบบมุ่งความสำเร็จ(Achievement-oriented leadership)** เป็นพฤติกรรมของผู้นำที่มีการตั้งเป้าหมายที่ท้าทายความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชา สนับสนุนให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาความรู้ความสามารถ เสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ให้ความสำคัญกับคุณภาพงาน ปรับปรุงงานและพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง

จากลักษณะของพฤติกรรมภาวะผู้นำดังกล่าว จะเห็นได้ว่า การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีพฤติกรรมภาวะผู้นำแบบชี้นำ แบบสนับสนุน แบบมีส่วนร่วมและแบบมุ่งความสำเร็จ ส่วนผู้ใต้บังคับบัญชาควรพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถ มีความรับผิดชอบและมีความเชื่ออำนาจแห่งตน (Locus of control) นอกจากนี้องค์กรต้องมีสภาพแวดล้อมหรือบรรยากาศการทำงานที่ดีโดยกำหนดนโยบายการบริหารอย่างเป็นระบบ กำหนดขอบเขตการปฏิบัติงานที่ชัดเจน มอบหมายงานที่ท้าทายความสามารถแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา และมีการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ จะทำให้ผลการปฏิบัติงานมีคุณภาพและผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจ จากแนวคิดดังกล่าว หยิง และอาเหม็ด (Yiing & Ahmad, 2009) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมภาวะผู้นำที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า พฤติกรรมภาวะผู้นำมีผลต่อผลการดำเนินงานขององค์กร รวมทั้งมีผลต่อความพึงพอใจและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

จากผลดังกล่าว จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมภาวะผู้นำมีผลต่อการรับรู้ของพนักงานอันส่งผลที่เชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งสามารถสรุปปัจจัยต่างๆ ตามแนวคิดของ ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย (Path-Goal Theory) ได้ดังดังภาพที่ 4 ดังนี้



ภาพที่ 4 แนวคิดภาวะผู้นำตามทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย
ที่มา : Aldag & Kuzuhara (2002, p. 312)

จากทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมายที่หากผู้นำมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนก็จะมีผลทำให้พนักงานในองค์กรดำเนินงานต่างๆ ไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกันกับองค์กร โดยเฉพาะองค์กรขนาดเล็กที่จะมีความสำคัญมาก เนื่องจาก มีความคล่องตัวมากกว่าองค์กรขนาดใหญ่ ดังนั้น ผู้นำองค์กรที่มีการให้ความสำคัญกับคนในองค์กรให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีความเพียร ภายใต้ความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องย่อมทำให้องค์กรไปสู่ความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง องค์กรจะต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะหรือมีความถนัดเฉพาะเรื่องเพื่อให้เกิดความสามารถพิเศษในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า (ผลิน ภู่จรูญ, 2550)

2.แนวคิดและการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

2.1 แนวคิดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

การศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจของไทยเริ่มมีการศึกษากันอย่างจริงจังในประเทศไทยในช่วง 7-8 ปีที่ผ่านมา โดยเป็นการศึกษาแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2550) การประยุกต์เศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ (จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา, 2551) การพัฒนาระบบการผลิตการเกษตรและวิสาหกิจชุมชนตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง (อารี วิบูลย์พงศ์, 2551) หลักการและรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่กำลังดำเนินกิจการเพื่อแสวงหาความสำเร็จอย่างยั่งยืนภายใต้กรอบของเศรษฐกิจพอเพียง (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ, 2552) และการพัฒนาตัวชี้วัดและกระบวนการมาตรฐานในการประเมินองค์กรธุรกิจตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553) โดยการศึกษาการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจยังขาดแนวทางที่ชัดเจน รวมถึงตัวชี้ว่าองค์กรธุรกิจใดดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่ (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2550: 1)

สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2550) ได้ศึกษาแนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า โดยการสังเคราะห์ข้อมูลขององค์กร 5 องค์กร ได้แก่ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท กสิกรไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท ทรูคอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) บริษัท ทิปก็ฟูดส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ บริษัท แพนเอเชียฟุตแวร์ จำกัด (มหาชน) รวมถึงการศึกษาองค์กรธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เห็นว่าแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Leadership Practice Model) มีอยู่ 10 แนวทาง คือ

1. มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจเชิงนโยบาย ไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว โดยรวมถึงการคาดการณ์ถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต และลงทุนในการเตรียมองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น
2. ให้ความสำคัญแก่พนักงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการรักษาและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่องแม้ในยามวิกฤต นอกเหนือจากนี้แล้วยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารระดับสูงจากภายในองค์กร
3. ให้ความสำคัญกับการรักษาผลประโยน์ของผู้มีส่วนได้เสียของธุรกิจทั้งหมด รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคตอย่างเป็นรูปธรรม แม้ว่าในบางกรณีการรักษาผลประโยชนีจะทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

4. ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทุกมิติขององค์กรอย่างต่อเนื่อง

5. การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

6. พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตหรือให้บริการที่มีประสิทธิภาพสูงแต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย

7. ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป แม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะทำให้เสียโอกาสในการทำกำไรระยะสั้นขององค์กรก็ตาม

8. บริหารความเสี่ยงโดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง

9. แบ่งปัน รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาตลาดและผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภคและสังคม

10. มีวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่ง โดยมีจริยธรรม ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร และนวัตกรรมเป็นค่านิยมพื้นฐาน

จากแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ 10 ประการ ดังกล่าวได้สอดคล้องปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังแสดงตารางที่ 1

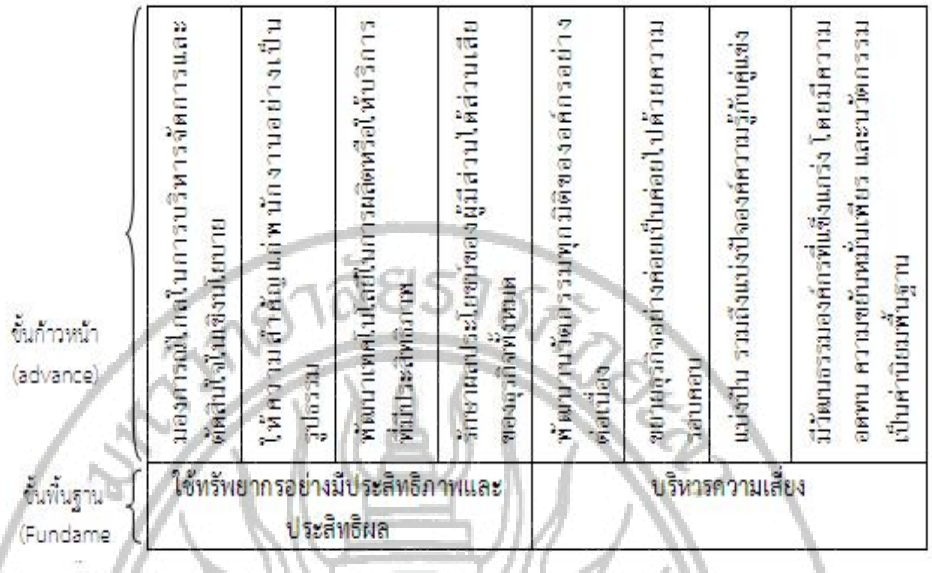
ตารางที่ 1 ความสอดคล้องระหว่างแนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง		**ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**
1	มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเชิงนโยบาย ไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว	ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกัน
2	ให้คุณค่าแก่พนักงานอย่างจริงใจและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง (รวมถึงการพัฒนาพนักงานของตนเองในเป็นผู้บริหาร) หลีกเลี่ยงการให้พนักงานออกแม่ในยามทุกยากทางเศรษฐกิจ เพราะ พนักงานคือ สินทรัพย์ (ที่พัฒนาได้) ขององค์กร	ความพอประมาณ ความมีเหตุผล คุณธรรม

ตารางที่ 1 (ต่อ)

แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง		ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
3	จริงใจและหวังดีต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคต	ความพอประมาณ ความมีเหตุผล คุณธรรม
4	ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทั่วทั้งองค์กร ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์และกระบวนการให้บริการหรือกระบวนการผลิต	ความมีเหตุผล ความรู้
5	ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	ความมีเหตุผล ความรู้
6	ใช้และ/หรือพัฒนาเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ แต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีแบบไทยๆ พื้นบ้าน	ความมีเหตุผล ความรู้
7	ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อพร้อมทุกด้านเท่านั้น	ความพอประมาณ การสร้างภูมิคุ้มกัน
8	ลดความเสี่ยง โดยการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ตลาดที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง	การสร้างภูมิคุ้มกัน ความมีเหตุผล ความรู้
9	แบ่งปัน รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งเพื่อพัฒนาตลาด เพื่อผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภคและสังคม	ความรู้ คุณธรรม
10	มีวัฒนธรรมองค์กรที่มีจริยธรรม ความอดทนและขยันหมั่นเพียรเป็นค่านิยมพื้นฐาน	คุณธรรม

จากแนวทางดังกล่าว ผู้บริหารองค์กรไม่ว่าจะเป็นองค์กรใดๆ สารมารถนำไปใช้ในเป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าว สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2550) ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาดัชนีแห่งความยั่งยืน 8 ประการ สามารถสรุปได้เป็นรูปภาพจำลองแนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Leadership Practice Model) ได้ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แนวปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ที่มา: สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2550: 296)

หากองค์กรธุรกิจที่มีการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะส่งผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนขององค์กรธุรกิจ สามารถแสดง ดังตารางที่ 2 (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2550: 306)

ตารางที่ 2 แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงและผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน

แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง		**ผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน**
1	มองการณ์ไกลในการบริหารจัดการและตัดสินใจในเชิงนโยบาย ไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่คิดถึงผลกระทบในระยะยาว โดยรวมถึงการคาดการณ์ถึงสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในอนาคต และลงทุนในการเตรียมองค์กรให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น	ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงในขณะที่มุ่งสู่เป้าหมาย มีความสามารถในการบริหารความเสี่ยง
2	ให้ความสำคัญแก่พนักงานอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการรักษาและพัฒนาพนักงานอย่างต่อเนื่อง แม้ในยามวิกฤต รวมทั้งให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้บริหารระดับสูงภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง	มีนวัตกรรมสูง และสามารถตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึงได้ดีกว่า

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แนวทางในการปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจสิบประการแห่งองค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง		ผลกระทบต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน
3	ให้ความสำคัญกับการรักษาผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจทั้งหมด รวมถึงประชากรและสังคมในอนาคตอย่างเป็นรูปธรรม ถึงแม้ว่าในบางกรณีการรักษาผลประโยชน์อาจจะหมายถึงค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นด้วย	ป้องกันวิกฤตทางสังคม และมีคนช่วยเหลือให้ธุรกิจดำเนินต่อได้เมื่อประสบวิกฤต
4	ให้ความสำคัญต่อการพัฒนานวัตกรรมทุกมิติขององค์กรอย่างต่อเนื่อง ไม่จำกัดอยู่เพียงนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์หรือการให้บริการที่หน่วยงาน research& Development เพียงอย่างเดียว	มีนวัตกรรมสูง ทั้งแบบ Radical และ incremental ลอกเลียนแบบยาก จึงรักษาสถานะความเป็นผู้นำได้
5	การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	ต้นทุนต่ำ สร้างความสามารถในการแข่งขัน
6	พัฒนาเทคโนโลยีในการผลิตหรือให้บริการที่มีประสิทธิภาพ แต่ราคาไม่สูง โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย	ต้นทุนต่ำ มีนวัตกรรม สร้างความสามารถในการแข่งขัน
7	ขยายธุรกิจอย่างค่อยเป็นค่อยไป เมื่อพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วเท่านั้น ถึงแม้ว่าการกระทำดังกล่าวจะจำกัดโอกาสในการสร้างกำไรในระยะสั้นขององค์กรก็ตาม	ไม่มีความเสี่ยงสูง พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่คาดไม่ถึง
8	บริหารความเสี่ยง โดยมีการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และการลงทุนที่หลากหลาย โดยอยู่บนพื้นฐานของความรู้จริง	ความเสี่ยงต่ำ สามารถดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง
9	แบ่งปัน รวมถึงการแบ่งปันองค์ความรู้ที่มีกับคู่แข่งหรือองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาตลาดและผลประโยชน์ที่ตกแก่ผู้บริโภคและสังคม	นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง
10	มีนวัตกรรมองค์กรที่เข้มแข็ง โดยมีจริยธรรม ความอดทน ความขยันหมั่นเพียร และนวัตกรรมเป็นค่านิยมพื้นฐาน	ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพ มีความสามารถในการตอบรับต่อการเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า และสามารถฝ่าฟันวิกฤตได้

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ (2552) ได้ศึกษาหลักการและรูปแบบการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่แสวงหาความสำเร็จอย่างยั่งยืนในกรอบของความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี และคุณธรรมในการประกอบการ พบว่า การพัฒนาองค์กรให้มีคุณธรรมในการประกอบการจะมีความสัมพันธ์กับการเสริมสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ โดยเห็นว่า การดำเนินงานขององค์กรให้อยู่ในวิถีที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องเริ่มจากการระบุถึงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (Strategic objectives) และตัวชี้วัดการดำเนินงาน (KPIs) ขององค์กรในปัจจุบันต่อน้ำหนักของการพัฒนาคุณภาพในการประกอบการเพื่อใช้วิเคราะห์สถานภาพปัจจุบันของกิจการว่ามีส่วนที่ขาดหรือบกพร่องที่สามารถเติมเต็มให้มีความเข้มข้นหรือไม่ จากนั้นจะเป็นการพิจารณาปรับปรุงวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์และตัวชี้วัดการดำเนินงานของการพัฒนาคุณธรรมในการประกอบการเพื่อให้สอดคล้องกับคุณลักษณะและเงื่อนไขในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งจะนำไปสู่การยกระดับองค์กรสู่ระดับที่สูงขึ้น จากการศึกษาดังกล่าว จึงได้จำแนกองค์กรธุรกิจที่ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มเข้าข่าย (Partial Practice) เป็นองค์กรธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมเข้าในคุณลักษณะใดลักษณะหนึ่งของเศรษฐกิจพอเพียง หรือมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยธรรมชาติ และอาจไม่มีความรู้เรื่องเศรษฐกิจพอเพียงมาก่อน

2. กลุ่มเข้าใจ (Comprehension) เป็นองค์กรธุรกิจที่มีการดำเนินงานสอดคล้องกับคุณลักษณะในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แต่อาจมิได้ปฏิบัติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างสมบูรณ์แบบ

3. กลุ่มเข้าถึง (Inspiration) เป็นองค์กรธุรกิจที่มีการดำเนินงานสอดคล้องกับคุณลักษณะและเงื่อนไขในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างครบถ้วน มีคุณธรรมในการประกอบการและปฏิบัติตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงได้อย่างสมบูรณ์ จนถูกหยิบยกขึ้นเป็นกรณีศึกษาอย่างชัดเจน

ต่อมา สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) ได้ทำการศึกษาเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดและกระบวนการมาตรฐานในการประเมินองค์กรธุรกิจตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากองค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกของหอการค้าไทยและสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย พบว่า ลักษณะของตัวแปรความเป็นธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจมีการเกาะกลุ่ม 3 กลุ่ม คือ 1) ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง 2) ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม 3) ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข และพบว่า ค่านิยมร่วม7 ประการมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการเป็นองค์กรแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งได้แก่ ค่านิยมร่วมเกี่ยวกับการสร้างภูมิคุ้มกัน ความเพียร ความพอประมาณ การแบ่งปัน จริยธรรม การพัฒนาภูมิสังคม และการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย โดยพบว่า ค่านิยมแห่งความเพียร

ค่านิยมร่วมด้านภูมิคุ้มกันมีความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากเป็นตัวแปรที่ทำให้ความสามารถสองในสามประการแห่งองค์กรยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดีขึ้น กล่าวคือ ค่านิยมเกี่ยวกับความเพียรสามารถพยากรณ์ความสามารถที่ดีขึ้นแห่งองค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง และความสามารถแห่งองค์กรที่ดีขึ้นในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม ส่วนค่านิยมร่วมด้านภูมิคุ้มกันสามารถพยากรณ์ความสามารถที่ดีขึ้นแห่งองค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่งและความสามารถที่ดีขึ้นแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข

จากแนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน จะเห็นได้ว่า การศึกษาของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2550) คิดเห็นว่า องค์กรธุรกิจที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางสิบประการจะประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนโดยสามารถทำให้ผลการดำเนินงานที่ดี ทนทานต่อความยากลำบากทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงรักษาความเป็นผู้นำรายหนึ่งในประเภทธุรกิจของตน ขณะที่ พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ (2552) คิดเห็นว่า ความยั่งยืนของกิจการ สามารถนำกระบวนการของซีเอสอาร์ มาปรับใช้กับหลักของ Balanced Scorecard เดิม โดยพิจารณามุมมองเพิ่มเติมในอีก 4 ด้าน คือ 1) มุมมองนอกเหนือการเงิน (Non- Financial Perspective) 2) มุมมองทางด้านสังคม (Society Perspective) 3) มุมมองทางด้านกระบวนการภายนอก (External Process Perspective) 4) มุมมองทางด้านความมีศีลธรรมและความยั่งยืน (Morality and Sustainability Perspective) สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) พบว่า องค์กรธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจมีการเกาะกลุ่ม 3 กลุ่ม เกี่ยวกับ ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม และความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุข ซึ่งการดำเนินธุรกิจดังกล่าวอยู่ภายใต้การขับเคลื่อนของค่านิยมร่วมในกระบวนการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้ง Avery (2005) เห็นว่า องค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนจะต้องมีคุณลักษณะ คือ คือ 1) ความสามารถในการให้ผลตอบแทนที่ดีที่แข่งขันได้ 2) ความสามารถที่จะทนทานต่อความยากลำบากทางสังคมและเศรษฐกิจ 3) ความสามารถในการรักษาสถานะความเป็นผู้นำในตลาด (ผู้หนึ่ง) ที่ดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอยู่ได้ ศ.ดร.อภิชัย พันธเสน เห็นว่า องค์กรที่ยั่งยืนควรจะครอบคลุมถึง 4) ความสามารถในการสร้างความสุขให้แก่พนักงานในองค์กร 5) ความสามารถในการสร้างความสุขให้แก่สังคม หรือประโยชน์สุข ทั้งนี้ ณดา จันทร์สม (2555) เห็นว่า ธุรกิจที่มีความยั่งยืนจะต้องเป็นธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการสินค้าและบริการของลูกค้าและผู้บริโภครวมทั้งมีส่วนช่วยสร้างความเป็นอยู่ที่ดีโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมตลอดอายุของกิจการ

จากผลการศึกษาของนักวิชาการเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กล่าวได้ว่า หากผู้ประกอบการหรือผู้บริหารองค์กรยึดหลักการดำเนินการตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะสามารถนำทางให้ธุรกิจไปสู่ความเข้มแข็งและเกิดความยั่งยืนตลอดจนเป็นที่

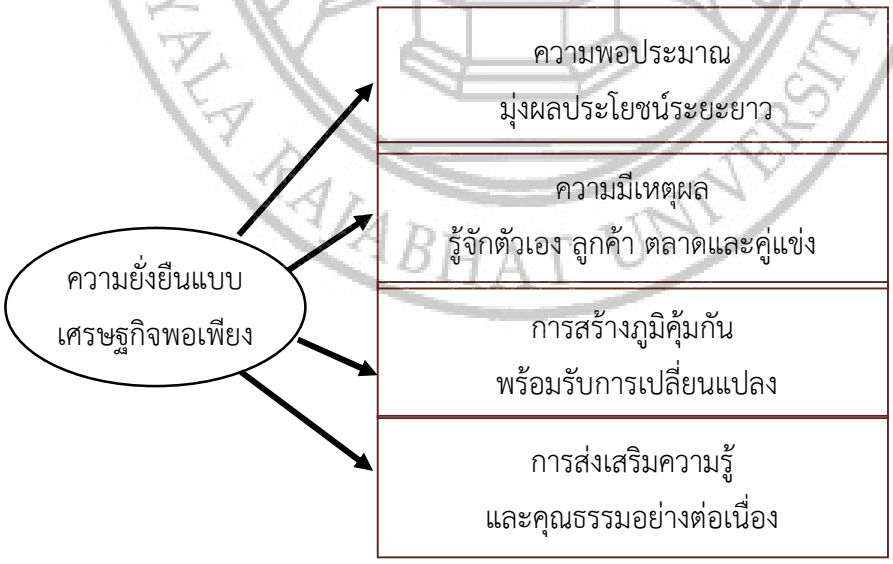
ยอมรับ ซึ่งตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะประกอบด้วย 3 คุณลักษณะ คือ คุณลักษณะความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกัน และ 2 เงื่อนไข คือ ความรู้และเงื่อนไขคุณธรรม ซึ่งแต่ละคุณลักษณะและแต่ละเงื่อนไขจะเป็นส่วนประกอบสำคัญในการทำงานให้สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2.2 การวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

จากแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เห็นว่าการปฏิบัติงานขององค์กรต่างๆ จะต้องประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันที่ดี ภายใต้เงื่อนไขของความรู้และคุณธรรม จนกระทั่งมีนักวิชาการนำแนวคิดดังกล่าวศึกษาการประยุกต์ใช้ในองค์กรธุรกิจ (สุขสรรค์ กันตะบุตร, 2550; 2553; จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธา, 2551; พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ, 2552) ซึ่งผลการศึกษาของนักวิชาการดังกล่าวมีมุมมองเกี่ยวกับการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่ตรงกันว่าหากองค์กรธุรกิจจะมีการดำเนินที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจะทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน โดยที่ผลการศึกษาของ จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธา (2551) พบว่า การบริหารงานธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียง จะมีลักษณะที่สำคัญ คือ 1) ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ซึ่งจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับ การดำเนินธุรกิจที่ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น โดยมีการผลิตที่เน้นลูกค้าบางกลุ่ม ตามกำลังที่มีอยู่เพื่อรักษาคุณภาพโดยไม่มุ่งหวังกำไรในระยะสั้น รวมทั้งการแบ่งปันร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อให้เกิดความไว้วางใจทั้งแก่พนักงานและคู่ค้า 2) ความมีเหตุผล ต้องรู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง ซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับ การที่พนักงานรับรู้และเข้าใจความสามารถของตนเอง สภาพการแข่งขันและความต้องการลูกค้า เพื่อการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาวะตลาด 3) สร้างภูมิคุ้มกันเตรียมพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นประเด็นเกี่ยวกับ ธุรกิจมีการเตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านการผลิต การตลาด เงินทุน รวมทั้ง มีการประเมินสภาวะความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจ 4) ส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการที่พนักงานในกลุ่มมีการส่งเสริมหรือแลกเปลี่ยนความรู้กันอย่างต่อเนื่อง มีการแบ่งปันความรู้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาสินค้าเพื่อรักษาคุณภาพและมาตรฐาน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ สุขสรรค์ กันตะบุตรและคณะ (2550) ที่พบว่า หากองค์กรมีการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 10 ประการจะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวทั้งสิบประการจะสอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีลักษณะของความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกัน (หรืออีกนัยหนึ่ง คือ การบริหารความเสี่ยง) และการมีความรู้ คุณธรรม ขณะที่การศึกษาต่อมาของ สุขสรรค์ กันตะบุตรและคณะ (2553) พบว่า ตัวชี้วัดความเป็นธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงขององค์กรธุรกิจจะมีลักษณะที่สำคัญ 3 กลุ่ม แต่เมื่อพิจารณาในประเด็นย่อยของ

แต่ละกลุ่มจะมีความคาบเกี่ยวหรือสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง อาทิเช่น ความสามารถขององค์กรในการให้ผลการดำเนินงานที่แข็งแกร่ง ความสามารถแห่งองค์กรในการฝ่าฟันวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคม จะมีลักษณะประเด็นที่คาบเกี่ยวกับการมีความพอประมาณ ความมีเหตุผล รู้จักตนเอง ลูกค้าและคู่แข่ง ในขณะที่ความสามารถแห่งองค์กรในการสร้างประโยชน์สุขจะแสดงถึงการมีความพอประมาณที่มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว และคุณธรรมของผู้ประกอบการ ซึ่งแสดงถึงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจทั้งพนักงาน หรือตัวแทนจำหน่ายหรือเครือข่ายทางธุรกิจเกิดความพึงพอใจ รวมทั้งทำให้ลูกค้าเกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งจากแนวคิดเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าว นักวิชาการต่อมา (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2555) ศึกษาแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมของไทยให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยพิจารณาจาด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านความมีภูมิคุ้มกัน ด้านความรู้ และด้านคุณธรรม จากการศึกษาของนักวิชาการอาจกล่าวได้การดำเนินธุรกิจให้มีความยั่งยืนที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียงจะต้องอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดทั้งห้าด้านตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

จากแนวคิดดังกล่าว ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง คือ ลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีการผลิตมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง การผลิตตามกำลังคนและความสามารถที่มีอยู่ขององค์กรเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมความรู้พนักงานอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมทั้งมีการป้องกันปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว ดังนั้นในที่นี้การวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจึงวัดใน 4 มิติ ตามแนวคิดของ จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2551)



ภาพที่ 6 โมเดลการวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

3.งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

จากทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมายที่แสดงให้เห็นถึงการกำหนดแนวทางเพื่อให้สมาชิกในองค์กรมีการปรับพฤติกรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมเพื่อไปสู่เป้าหมายที่ดำเนินการไว้ ประกอบกับทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันที่จะต้องมีการแรงผลักดันจากคู่แข่ง ลูกค้า ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต รวมทั้งแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มุ่งเน้นการดำรงอยู่และปฏิบัติตนเพื่อความมั่นคงและยั่งยืนจึงนำมาสู่การสร้างกรอบแนวคิดการวิจัย โดยในที่นี้จะเป็นการพิจารณาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยจะทำการตรวจสอบถึงความหมาย วิธีการวัด และงานวิจัยที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยในที่นี้จะทำการศึกษาปัจจัยแต่ละปัจจัยโดยใช้ตัวแปรความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

จากทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีเป้าหมายที่อธิบายถึงอิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน หรืออีกนัยหนึ่ง คือ ภาวะผู้นำมีผลต่อแรงจูงใจการบริการสาธารณะที่เป็นส่วนหนึ่งของแรงจูงใจ โดยอิทธิพลดังกล่าวของภาวะผู้นำจะส่งผ่านทางการกำหนดเป้าหมาย เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้รับรู้ในเป้าหมาย (Erez & Kanfer, 1983) พฤติกรรมภาวะผู้นำในหน่วยงานภาครัฐที่ต้องเผชิญกับแรงกดดันกับการเมืองในองค์กรและแรงกดดันทางด้านการเงิน รวมถึงการนำระบบการบริหารราชการแนวใหม่มาใช้ในการปฏิบัติงานจะมีอิทธิพลต่อระดับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของพนักงาน การระบุเป้าหมายที่ชัดเจนขององค์กร (Jung & Rainey, 2011, p. 32) หรือการสื่อสารที่ทำให้พนักงานรับรู้ถึงความก้าวหน้าของเป้าหมาย จากลักษณะดังกล่าว หนึ่งในทฤษฎีภาวะผู้นำที่อธิบายการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นการอธิบายกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการบนฐานของค่านิยมในองค์กรซึ่งเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจและพฤติกรรมของแต่ละคนในองค์กร (Paarlberg & Lavigna, 2010, p. 710) ให้สามารถสร้างคุณค่าขององค์กรเพิ่มขึ้นได้จากแรงจูงใจโดยการกำหนดเป้าหมายในการบริการสาธารณะที่ชัดเจน ซึ่งจะทำให้ผู้ตามมีการปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมายที่สูงขึ้น (Jung & Rainey, 2011, p. 31) และช่วยผลักดันให้ผู้ตามเกิดความเชื่อมั่นที่จะไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จ (Dvir, Eden, Avolio, & Shamir, 2002, p. 735) รวมทั้งทำให้พนักงานเกิดความเชื่อใจ นับถือ มีความจงรักภักดี และให้ความเคารพผู้นำในการปฏิบัติงานที่มุ่งหวังจะให้การปฏิบัติงานดีขึ้น (Tsai, Chen, & Chen, 2009, p. 206) โดยเห็นความสำคัญของพันธกิจหรือวิสัยทัศน์ สำหรับการที่จะทำให้พนักงานในองค์กรเกิดการรับรู้ความสำคัญของงานที่ต้องปฏิบัติเพิ่มขึ้น (Purvanova, Bono, &

Dzieweczynski, 2006, p. 7) หรืออีกนัยหนึ่ง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ ผู้นำที่สามารถทำให้ผู้ตามมีความรู้สึกว่าเป้าหมายขององค์กรเป็นเป้าหมายของพนักงานแต่ละคน (Van Woerkom & De Reuver, 2009, p. 2015)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่คล้ายคลึงกันในประเด็นเกี่ยวกับการยอมรับในวัตถุประสงค์และพันธกิจขององค์กรของพนักงานสำหรับการปฏิบัติงานที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย อาทิเช่น Williams (2005, p. 616) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้นำที่มีการให้พนักงานมีความตระหนักและยอมรับเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มและพันธกิจโดยการให้มองไปถึงผลผลดีที่เกิดขึ้นกับกลุ่ม van Woerkom & de Reuver (2009, p. 2015) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะทำให้เกิดหลอมรวมเข้ากันในเป้าหมายของแต่ละคนกับเป้าหมายขององค์กร Aldag & Kuzuhara (2002, p. 321) เห็นว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรม 5 ลักษณะ คือ 1) ลักษณะเชิงบารมี (Attributed charisma) 2) อิทธิพลทางอุดมคติ(Idealized influence) 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual stimulation) 4) ภาวะผู้นำสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational leadership) และ 5) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) ในขณะที่นักวิชาการอื่นๆ เห็นว่า พฤติกรรมผู้นำที่แสดงถึงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะมี 4 มิติ (Bass, Avolio, Jung, & Berson, 2003; Judge & Piccolo. 2004; Piccolo & Colquitt, 2006; Trottier, Van Wart, & Wang, 2008; van Woerkom, de Reuver, Renee, 2009) คือ 1) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 2) การสร้างแรงบันดาล 3) อิทธิพลทางอุดมคติ 4) การกระตุ้นทางปัญญา อย่างไรก็ตาม อัลแดรคส์ และคูซูฮาร์ร่าห์ (Aldag & Kuzuhara, 2002, p. 321-322) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงนอกจากจะมีคุณลักษณะดังกล่าวแล้วจำเป็นต้องมีทักษะที่สำคัญเหล่านี้รวมอยู่ด้วย คือ

ทักษะการคาดการณ์ (Anticipatory skills) เป็นความสามารถในการหยั่งรู้การเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ

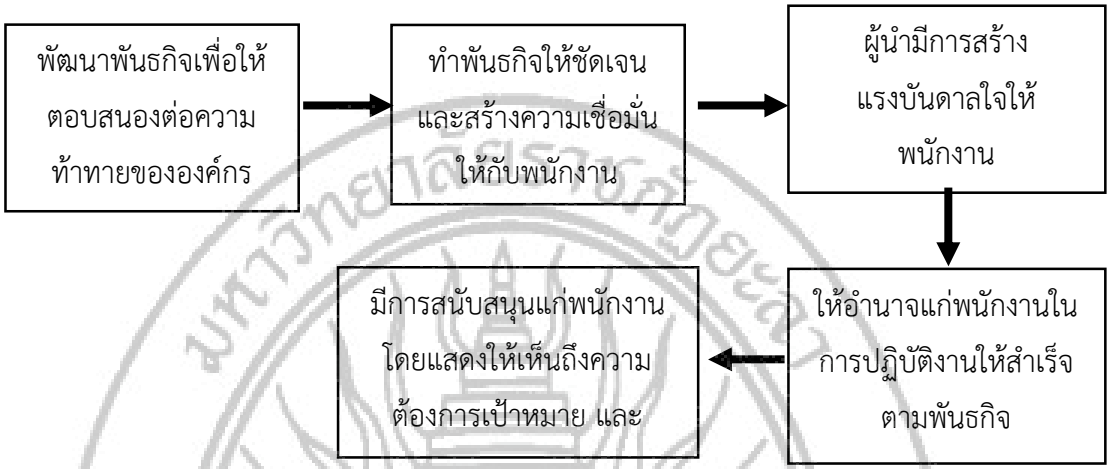
ทักษะด้านวิสัยทัศน์ (Visioning skills) เป็นกระบวนการชักจูงให้แต่ละคนหรือทีมสามารถปฏิบัติงานามวัตถุประสงค์ของผู้นำหรือขององค์กร

ทักษะด้านค่านิยมที่สอดคล้องกัน (Value-congruent skills) เป็นความสามารถของผู้นำในการเข้าถึงความต้องการของพนักงาน เพื่อที่จะให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานต่อไปภายใต้แรงจูงใจ ค่านิยมและเป้าหมายร่วมกัน

ทักษะการให้อำนาจ (Empowerment skills) เป็นความสามารถในการแบ่งปันอำนาจให้กับพนักงานเพื่อที่จะทำให้พนักงานมีความพึงพอใจกับความสำเร็จที่เกิดขึ้น

ทักษะการเข้าใจตนเอง (Self-understanding skills) เป็นทักษะในการเข้าใจตนเองและการเข้าใจพนักงานที่อยู่ใต้การบังคับบัญชา

จากทักษะของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว สามารถแสดงกระบวนการให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการการนำแนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปปฏิบัติ ได้ดังภาพที่ 7 ดังนี้



ภาพที่ 7 กระบวนการนำทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปปฏิบัติ
ที่มา : Aldag & Kuzuhara (2002, p. 323)

จากแนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ได้มีนักวิชาการได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมในแต่ละมิติของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ดังนี้

จู๊ดส์และปิคโคโล (Judge & Piccolo 2004, p. 755) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะแสดงพฤติกรรมใน 4 มิติ คือ 1) ภาวะผู้นำเชิงบารมีหรือมีอิทธิพลทางอุดมคติ (Charisma or Idealized influence) จะเป็นระดับของพฤติกรรมผู้นำที่ทำให้ผู้ตามชื่นชม ยกย่อง และทำให้ผู้ตามเกิดการกระทำเลียนแบบ 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational motivation) เป็นพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงให้เห็นถึงความชัดเจนของวิสัยทัศน์ทำให้ผู้ตามเกิดความสนใจที่จะกระทำตาม ทำให้ผู้ตามมีมาตรฐานการทำงานที่สูงรวมถึงมีการสื่อสารที่เหมาะสมสำหรับการมุ่งไปสู่เป้าหมาย 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual stimulation) เป็นพฤติกรรมผู้นำที่ทำให้ผู้ตามเกิดความท้าทาย กล้าเผชิญความเสี่ยงและกระตุ้นความคิดของผู้ตาม 4) คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) เป็นพฤติกรรมผู้นำที่คำนึงถึงความต้องการของผู้ตามแต่ละคน รวมถึงทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงและผู้ฝึกสอนให้กับผู้ตาม และรับฟังความต้องการของผู้ตาม

วิลเลียม (Williams, 2005) ได้แบ่งองค์ประกอบของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงออกเป็น 4 องค์ประกอบ (Williams, 2005, p. 616-618) คือ 1) ภาวะผู้นำเชิงบารมีหรือมีอิทธิพลทางอุดมคติ โดยแสดงให้ผู้ตามเห็นถึงการเข้ามามีส่วนร่วมหรือแบ่งปันความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับผู้ตาม ทำให้ผู้ตามมีความคารพนับถือ เชื่อใจ และทำให้ผู้ตามอยากเลียนแบบตาม โดยผู้นำจะแสดงให้เห็นถึงการประพฤติปฏิบัติที่ถูกต้องและมีมาตรฐานสูง 2) การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นผู้นำที่สามารถจูงใจให้

ผู้ตามผู้ตามมีแรงบันดาลใจที่จะปฏิบัติงานโดยการสนับสนุนและเผชิญกับงานร่วมกัน โดยมีการสื่อสารที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมาย รวมถึงทำให้พนักงานสามารถเห็นผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อจะไปให้ถึงเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ พันธกิจที่วางไว้ได้ 3) การกระตุ้นทางปัญญา เป็นผู้นำที่กระตุ้นให้ผู้ตามเกิดความคิดริเริ่มที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ๆ และสามารถมองเห็นปัญหาและมีแนวทางใหม่ๆ สำหรับการแก้ปัญหาถึงแม้ว่าความคิดนั้นจะมีความแตกต่างจากความคิดของผู้นำก็ตาม 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นผู้นำที่ให้ความสนใจกับผู้ตามแต่ละคนโดยการให้โอกาสในการเรียนรู้ของแต่ละคน มีการยอมรับความแตกต่างของแต่ละคนและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

ท้อตทิเออร์และคณะ (Trottier, Van Wart, & Wang, 2008) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะประกอบด้วยแนวคิด 4 ด้าน (I's) คือ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ 2) การกระตุ้นทางปัญญา 3) อิทธิพลทางอุดมคติ 4) คำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งแสดงให้ผู้ตามรับรู้ถึงการได้รับการสนับสนุน มีความเชื่อใจและเป็นต้นแบบในการที่จะกระทำตาม รวมถึงมีการกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดการเปลี่ยนแปลงและรับรู้ถึงวิสัยทัศน์

แวน วอร์กอร์ม และคณะ (van Woerkom, de Reuver, Renee, 2009, p. 2015) เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีลักษณะที่สำคัญ 4 มิติ โดยเห็นว่ามี 2 มิติ ที่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับผู้นำเชิงบารมี คือ มิติเกี่ยวกับการการสร้างแรงบันดาลเป็นผู้นำที่แสดงให้ผู้ตามเห็นถึงวัตถุประสงค์และความท้าทายในที่ทำงาน และมิติด้านอิทธิพลทางอุดมคติเป็นผู้นำที่ผู้ตามให้ความเคารพนับถือ เชื่อใจ และมีความต้องการที่จะเลียนแบบตามผู้นำ ขณะที่ มิติด้านการกระตุ้นทางปัญญาเป็นการกระตุ้นของผู้นำให้ผู้ตามเกิดความพยายามที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ หรือหาแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาที่เผชิญอยู่ มิติด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นลักษณะของผู้นำที่เป็นพี่เลี้ยงและผู้ฝึกสอนโดยคำนึงความต้องการของแต่ละคนที่มีความต้องการที่ต้องการความก้าวหน้าและมุ่งไปสู่ความสำเร็จ

จากแนวคิดดังกล่าว เห็นได้ว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ พฤติกรรมของผู้นำที่แสดงให้ผู้ตามหรือพนักงานรับรู้ถึงวัตถุประสงค์ พันธกิจ และเป้าหมายร่วมกันสำหรับการเพิ่มผลการดำเนินงานองค์กร โดยแสดงพฤติกรรมให้ผู้ตามรู้สึกเชื่อมั่น ชื่นชม ยกย่อง รับรู้ถึงความชัดเจนของวิสัยทัศน์ กระตุ้นความคิดของผู้ตาม คำนึงถึงความต้องการของผู้ตาม และรับฟังความเห็นของผู้ตาม

การวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

การศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้มีนักวิชาการได้ทำการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงโดยผู้พื้นฐานการวัดมาจากแนวคิดของ แบสและอโวลิโอ (Bass & Avolio) ไปใช้ศึกษากับกลุ่มตัวอย่างทั้งภาครัฐและเอกชน โดยนักวิชาการดังกล่าวทำการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน 4 มิติ (Bono & judge, 2003; Piccolo & Colquitt, 2006; Park & Rainey,

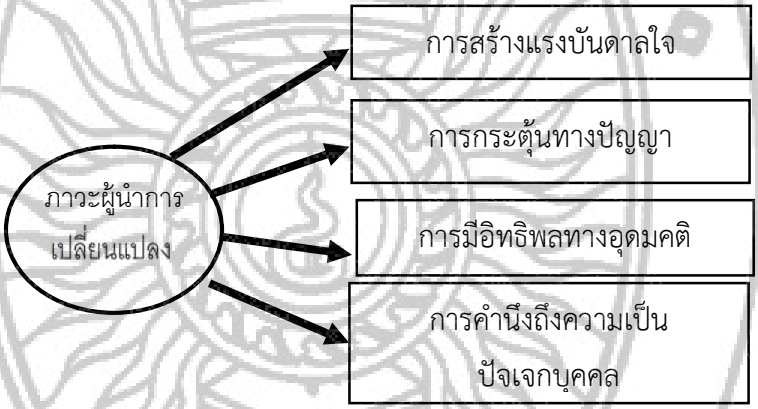
2007; Tsai et al., 2009; Li & Hung, 2009) คือ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ 2) การกระตุ้นทางปัญญา 3) การมีอิทธิพลทางอุดมคติ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล อย่างไรก็ตาม ได้มีนักวิชาการวัดภาวะผู้นำในมิติที่แตกต่างออกไปหรือทำการวัดในภาพรวม ดังนี้ คือ

กลุ่มนักวิชาการที่วัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน 5 มิติ (Tsai et al., 2009) และ 6 มิติ (Trottier, Van Wart, & Wang, 2008) คือ Tsai et al (2009) โดยวัดภาวะผู้นำการจากแบบฟอร์ม MLQ-5X ตามแนวคิดของBass & Avolio (1997) โดยวัดภาวะผู้นำใน 5 มิติ 20 ข้อคำถาม โดยได้เพิ่มประเด็นคำถามในมิติของ ลักษณะอุดมคติ (Ideal attributes) ขณะที่การศึกษาของ Trottier, Van Wart, & Wang (2008) ได้ศึกษาความสำคัญของภาวะผู้นำในหน่วยงานรัฐบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีต่อประสิทธิภาพของผู้นำ (Perceived Leadership Effectiveness) และความพึงพอใจของผู้ตาม (Follower satisfaction)โดยทำการวัดภาวะผู้นำ 2 แบบ วัดด้วย 24 ข้อคำถาม โดยมีแนวคิดมาจาก แบส (Bass) คือ ภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน(Transactional leadership behaviors) ซึ่งวัดใน 3 มิติ คือ การมีอิทธิพลทางอุดมคติ การสร้างแรงบันดาลใจ และการกระตุ้นทางปัญญา และภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยน (Transactional leadership behaviors) ซึ่งวัดใน 3 มิติ คือ การจัดการโดยการยกเว้น (Management by exception) การให้รางวัลตามสถานการณ์ (Contingency reward) และการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) แต่ละมิติวัดด้วยมาตรวัด 5 ระดับ จาก 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง)

กลุ่มนักวิชาการที่วัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในลักษณะภาพรวม อาทิเช่น การศึกษาของ เคอร์สแมน และคณะ (Kirkman, Chen, Farh, Chen, & Lowe, 2009) ได้นำแนวคิดมาจาก พอร์ดซาคอฟ และ คณะ (Podsakoff et al., 1990) มาวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจากนักศึกษาในประเทศจีนและสหรัฐอเมริกา ด้วย 11 ข้อคำถาม มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 7 ระดับ จากคะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ถึงคะแนน 7 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ซึ่งเป็นข้อคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมหลักของ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Core transformational leadership behaviors) การคาดหวังการการปฏิบัติงาน(Performance expectations) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized consideration) และการกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual stimulation) รวมถึงการศึกษาของ อิสเมล และคณะ (Ismail et al., 2010) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงและภาวะผู้นำแบบแลกเปลี่ยนกับผลลัพธ์จากการปฏิบัติงานของผู้นำ วัดภาวะผู้นำซึ่งได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วย 11 ข้อคำถาม มาตรวัด 7 ระดับ จากคะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง/ไม่พอใจ) ถึงคะแนน 7 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง/พอใจ)

จากแนวคิดการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของนักวิชาการดังกล่าว แม้ว่านักวิชาการจะมีแนวคิดการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนในมิติที่แตกต่างกัน แต่ส่วนใหญ่จะมีการวัดภาวะ

ผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน 4 มิติ คือ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ 2) การกระตุ้นทางปัญญา 3) การมีอิทธิพลทางอุดมคติ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา Judge & Piccolo (2004) ที่ได้ทำการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-Analysis) เกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจากวารสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจำนวน 87 เรื่อง พบว่า การศึกษาเกี่ยวกับมิติของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะศึกษาใน 4 มิติดังกล่าว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน 4 มิติ โดยมีพื้นฐานแนวคิดมาจาก Judge & Piccolo (2004) และแนวคิดของ ท๊อตทิเออร์และคณะ (Trottier, Van Wart, & Wang, 2008) เนื่องจากเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นที่จะตรวจสอบภาวะผู้นำของพนักงานในหน่วยงานภาครัฐอีกทั้งแบบวัดดังกล่าวมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่สูง คือ มีค่าอยู่ระหว่าง .813-.905 ได้ทำการวิเคราะห์อภิมานที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำ โดยในที่นี้ผู้วิจัยวัดภาวะผู้นำใน 4 มิติ มาตรวัด 5 ระดับ จากคะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ซึ่งสามารถแสดงมิติการวัดดังภาพที่ 8 ดังนี้



ภาพที่ 8 โมเดลการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

3.2 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ค่านิยมองค์การหรือบางครั้งเรียกว่าคุณค่าขององค์การ หมายถึง ค่านิยมร่วม (Shared values) ขององค์การเพื่อดึงพลังอารมณ์ร่วมของพนักงาให้ปฏิบัติในทิศทางที่ถูกต้องโดยไม่ต้องใช้การสั่งการหรือการบังคับ ดังนั้นการสร้างค่านิยมขององค์การอย่างถูกต้องจะเป็นรากฐานที่จะก่อให้เกิดวัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็ง ซึ่งปัจจุบันหลายองค์การใช้ค่านิยมองค์การเป็นกรอบสำคัญในการกำหนดสมรรถนะหลัก (Core Competency) ที่พนักงานทั้งหลายต้องมีในเชิงความรู้ความสามารถทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆที่เหมาะสม โดยหากวัฒนธรรมองค์การสอดคล้องกับ กลยุทธ์ซึ่งผู้นำหรือผู้บริหารองค์การจะต้องจูงใจและช่วยเหลือพนักงานในองค์การให้เกิดการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงและสภาพแวดล้อม จากลักษณะดังกล่าวมีผู้ให้ความหมายวัฒนธรรมองค์การ ที่

คล้ายคลึงกัน อาทิเช่น สมยศ นาวีการ (2548) เห็นว่า ค่านิยมและบรรทัดฐานที่บุคคลร่วมกันอยู่ภายในองค์การ และควบคุมวิถีทางที่พวกเขาเกี่ยวพันระหว่างกัน หรือมีอิทธิพลต่อการกระทำความอยู่รองของค่านิยมจะมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร สุดารัตน์ โยธาบริบาล (2554) เห็นว่า การนำลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมองค์การ คือ การมีส่วนร่วม ความสอดคล้องกัน ความสามารถในการปรับตัว การมุ่งเน้นที่พันธกิจ ความไม่แน่นอน มากำหนดทิศทางวัฒนธรรมองค์การจะมีส่วนทำให้เกิดวัฒนธรรมสำหรับการให้บริการที่ยืดหยุ่นในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม สมจินตนา คุ้มภัย. (2553). เห็นว่า วัฒนธรรมองค์การเป็นความเชื่อค่านิยม ทัศนคติ ปทัสถาน ความคาดหวังที่องค์การกำหนดขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแบบแผนสำหรับปฏิบัติร่วมกันในองค์การ โดยแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมสำหรับตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมขององค์การที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อให้องค์การสามารถอยู่รอดหรือประสบผลสำเร็จ ซึ่งวัฒนธรรมองค์การมีลักษณะเป็นรูปธรรมสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจนและนามธรรมที่ฝังลึกแล้วแสดงเป็นพฤติกรรมโดยไม่รู้ตัว วัฒนธรรมองค์การสามารถถ่ายทอดไปยังบุคคลรุ่นต่อ ๆ ไปในองค์การได้ มีความมั่นคงยาวนานแต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ จากความหมายดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ค่านิยมที่พนักงานในองค์การร่วมกันใช้เป็นแนวทางในการดำเนินการเพื่อไปสู่เป้าหมายขององค์การ เพื่อใช้เป็นแบบแผนในการปฏิบัติงานร่วมกันของพนักงานในองค์การสำหรับการการปรับตัวที่ดีให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จ โดยหากพนักงานมีวัฒนธรรมองค์การที่สอดคล้องกับกลยุทธ์และมีการปรับตัวที่ดีก็จะทำให้เกิดวัฒนธรรมที่เข้มแข็งซึ่งจะมีผลต่อผลการปฏิบัติงานที่สูง การออกจากงานน้อยลง อันเนื่องมาจาก พนักงานมีค่านิยมพื้นฐานร่วมกันและผูกพันต่อค่านิยมพื้นฐานขององค์การและมีผลไปสู่ความอยู่รอดขององค์การในระยะยาว ซึ่งคุณลักษณะที่แตกต่างระหว่างองค์การที่มีวัฒนธรรมเข้มแข็งและวัฒนธรรมที่อ่อนแอ คือ วัฒนธรรมองค์การที่เข้มแข็งจะมีระดับความผูกพันของพนักงานสูง มีการยอมรับในเป้าหมายของตนและดำเนินงานตามเป้าหมายอย่างอดทนและเสียสละ

ประเภทของวัฒนธรรมองค์การ องค์การแต่ละองค์การอาจจะมีวัฒนธรรมมากว่าหนึ่งประเภท ซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน (สมยศ นาวีการ, 2548) ดังนี้

1. วัฒนธรรมแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Culture) จะมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนความคล่องตัว และการเปลี่ยนแปลงที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า บุคคลมีความเป็นอิสระที่จะตัดสินใจและกระทำอย่างเสรี ผู้บริหารจะสร้างการเปลี่ยนแปลงด้วยการกระตุ้นและให้รางวัลแก่ความคิดสร้างสรรค์ การทดลอง และการเสี่ยงภัย

2. วัฒนธรรมแบบความสำเร็จ (Achievement Culture) จะมีวัฒนธรรมที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของยอดขาย การเพิ่มส่วนแบ่งตลาด ความมั่นคงทางการเงิน และการทำกำไร องค์การที่มุ่งการตอบสนองความต้องการของลูกค้า แต่ไม่ต้องการการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

และความยืดหยุ่นจะสอดคล้องกับวัฒนธรรมแบบความสำเร็จ วัฒนธรรมแบบความสำเร็จจะมุ่งวิสัยทัศน์องค์การที่ชัดเจน และการบรรลุเป้าหมายบุคคลจะได้รับรางวัลเป็นการตอบแทน

3. วัฒนธรรมแบบราชการ (Bureaucratic Culture) จะมีจุดมุ่งภายในและการมุ่งสภาพแวดล้อมที่อยู่คงที่ วัฒนธรรมแบบราชการจะสนับสนุนกฎ ระเบียบ วิธีการปฏิบัติงาน สายการบังคับบัญชา และการตัดสินใจที่รวมอำนาจการทำตามกฎและความประหยัดจะถูกให้คุณค่า การบริหารองค์การจะมุ่งที่ประสิทธิภาพ เสถียรภาพ และควบคุมอย่างเข้มงวด การมีส่วนร่วมของบุคคลจะค่อนข้างน้อย ความเป็นแบบอย่างเดียวกันและความร่วมมือร่วมใจระหว่างบุคคลจะสำคัญกว่า

4. วัฒนธรรมแบบครอบครัว จะมีจุดมุ่งหมายภายในและการมุ่งสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงจะมีจุดมุ่งหมายภายในด้วยการมีส่วนร่วมของบุคคล เพื่อที่จะตอบสนองความคาดหวังของสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง บุคคลจะเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวการทำงานอิทธิพลทางสังคมจะเป็นคุณลักษณะสำคัญที่สำคัญของวัฒนธรรมแบบครอบครัว ผู้บริหารจะมุ่งความร่วมมือ การให้ความสำคัญทั้งลูกจ้างและลูกค้า รวมทั้งการส่งเสริมความยุติธรรมและบรรลุข้อตกลงกับบุคคลอื่น การมีส่วนร่วมจะสร้างความรู้สึกของความรับผิดชอบและความเป็นเจ้าของ

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ค่านิยม คือ ทัศนคติ ความคาดหวังขององค์กรเพื่อใช้เป็นแบบแผนในการทำงานร่วมกันของพนักงานโดยแสดงผ่านทางพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมขององค์กรที่เกิดขึ้น ประกอบกับการศึกษาของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) ที่ศึกษาวัฒนธรรมองค์การเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย คือ 1) สร้างภูมิคุ้มกัน ซึ่งประเด็นคำถามเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนานวัตกรรมทางด้านสินค้า บริการหรือกระบวนการทำงาน การบริหารความเสี่ยงทางด้านกระบวนการทำงาน การตลาด การเงินและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างเป็นระบบ 2) ความเพียร เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความพยายามของพนักงานในการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จหรือทำให้ลูกค้ามีความพอใจสูงสุด 3) ความพอประมาณ เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับนโยบายการขายสินค้า บริการเพื่อให้ได้กำไรและความสามารถของผู้บริหารในการสร้างกำไร อย่างไรก็ตาม ตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่คำนึงถึงความพอประมาณที่มุ่งหวังกำไรในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้นเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางธุรกิจ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า นโยบายการมุ่งกำไรดังกล่าวเป็นการมุ่งเน้นกำไรในระยะยาวของผู้ประกอบการหรือกลุ่มฯ 4) การแบ่งปัน เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับแบ่งปันความรู้ ทักษะของตนเองให้กับคู่แข่งขันทางธุรกิจ และหากตนเองไม่สามารถผลิตสินค้าตรงตามความต้องการของลูกค้าได้จะมีการส่งผ่านความต้องการสินค้า บริการให้กับคู่แข่ง 5) จริยธรรม เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความรับผิดชอบของพนักงานในการทำงานเมื่อประสบปัญหา 6) การพัฒนาภูมิสังคม เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับกระบวนการทำงานที่ส่งเสริมให้พนักงานมีการทำงานที่มุ่งปกป้องสภาพแวดล้อมและ

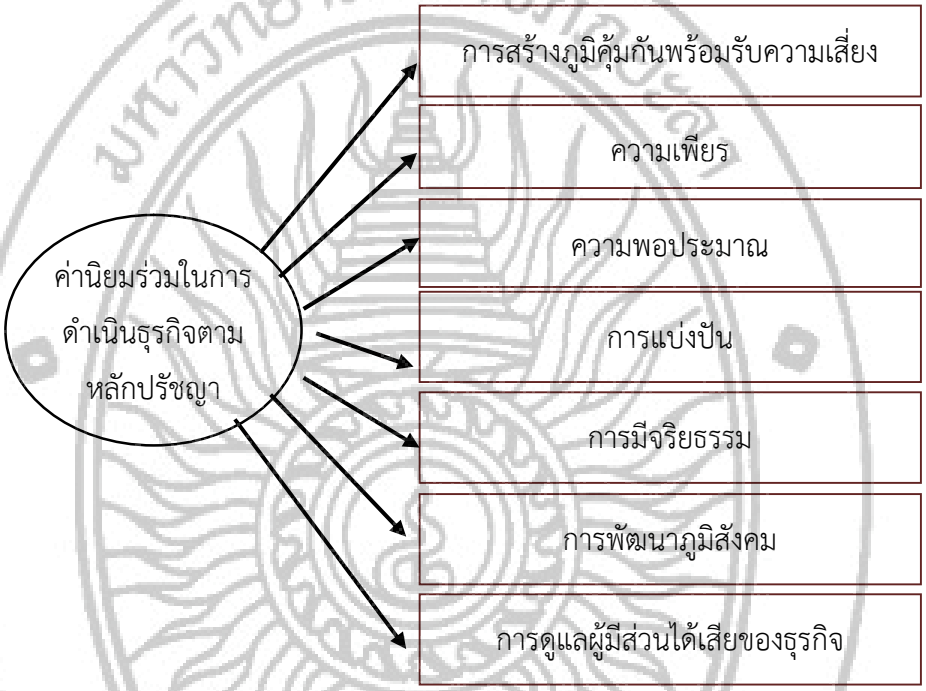
เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน 7) การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลาย เป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาพนักงานในองค์การ คำนึงความต้องการของผู้บริโภคและให้ความสำคัญกับผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชนหรือสังคม

จากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ทัศนคติ ความคาดหวัง ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของพนักงานในองค์การที่มีการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการผลิตสินค้า บริการเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และพนักงานในองค์การมีการบริหารความเสี่ยงพร้อมที่จะฝ่าฟันปัญหาอุปสรรค ภายใต้นโยบายการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับพนักงาน ลูกค้า และชุมชน รวมถึงการแบ่งปันความรู้ทักษะ ระหว่างพนักงานในกลุ่มและกับกลุ่มอื่นๆ

การวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การศึกษาค่านิยมในองค์การที่ผ่านมาจะเห็นการศึกษาในภาครัฐ (สุดารัตน์ โยธาบริบาล, 2554) ภาคเอกชนตามกลุ่มบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553; ปลื้มใจ สินอากร และคณะ, 2554; ธรรมรัตน์ อยู่พรต, 2556) หรือรัฐวิสาหกิจ (สมจินตนา คุ้มภัย, 2553) ซึ่งการศึกษาที่ผ่านมาจะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมองค์การตามแนวคิดทฤษฎี อาทิเช่น วัฒนธรรมองค์การตามแนวคิดวัฒนธรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ปลื้มใจ สินอากร และคณะ, 2554) หรือวัฒนธรรมองค์การเกี่ยวกับโครงสร้าง กระบวนการทำงานภายในองค์การ นโยบายและกลยุทธ์องค์การ (สุดารัตน์ โยธาบริบาล, 2554) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวัฒนธรรมองค์การเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) เป็นพื้นฐานในการวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจฯ เนื่องจาก การศึกษาดังกล่าวเป็นศึกษาเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดและกระบวนการมาตรฐานในการประเมินองค์กรธุรกิจตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จากผู้บริหารองค์กรธุรกิจที่เป็นสมาชิกหอการค้าไทยและสภาหอการค้าไทย พบว่าปัจจัยที่เป็นพื้นฐานสำคัญอย่างหนึ่งในการนำองค์กรธุรกิจไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน คือ วัฒนธรรมหรือค่านิยมร่วมแห่งองค์กรโดยเฉพาะวัฒนธรรมองค์กรที่มีค่านิยมแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่เป็นพื้นฐานในการผลักดันกิจกรรมทางธุรกิจทั้งหมด อาทิเช่น การตลาด การผลิต การเงิน การบริหารเทคโนโลยี ซึ่งกระบวนการดำเนินธุรกิจที่สะท้อนค่านิยมตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมี 7 ประการ ซึ่งค่านิยมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าว มีข้อดีและความเหมาะสมในการเป็นมาตรฐาน คือ ใช้ได้สำหรับธุรกิจทุกประเภท ทุกอุตสาหกรรมและทุกขนาด สามารถใช้เป็น lead indicator ได้ เพราะ วัฒนธรรมแห่งองค์กรกำหนดแนวโน้มในการดำเนินธุรกิจในอนาคต และสะดวกในการประเมินองค์กรธุรกิจ เพราะ ธุรกิจไม่มีความจำเป็นต้องปกปิดข้อมูลเกี่ยวกับค่านิยมร่วมแห่งองค์กร

จากแนวคิด การวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นในที่นี้การวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจึงวัดใน 7 มิติ บนพื้นฐานแนวคิดของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) คือ 1) การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง 2) ความเพียร 3) ความพอประมาณ 4) การแบ่งปัน 5) การมีจริยธรรม 6) การพัฒนาภูมิสังคม 7) การดูแลผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจที่หลากหลาย ซึ่งสามารถแสดงมิติการวัดดังภาพที่ 9 ดังนี้



ภาพที่ 9 โมเดลการวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3.3 ความสามารถในการแข่งขัน

จากทฤษฎีความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิด Diamond Model จะเห็นได้ว่าหากธุรกิจมีการสร้างสิ่งแวดล้อมทางธุรกิจให้มีคุณภาพทั้งในด้านเงื่อนไขของปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนกัน บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจย่อมส่งผลให้ธุรกิจมีความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันจะมีมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับระดับความเข้มข้นหรือพลังของการแข่งขันทั้งห้า (Five force model) อันเกิดจากการเข้ามาแข่งขันของคู่แข่งขันที่มีอยู่หรือคู่แข่งขันรายใหม่ อำนาจการต่อรองของลูกค้า อำนาจการต่อรองของผู้ส่งมอบ รวมถึงการคุกคามของสินค้าที่ทดแทนกัน โดยหากพลังการแข่งขันมีความเข้มมากขึ้น

ย่อมส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ซึ่งนักวิชาการที่ผ่านมาได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันที่แตกต่างกัน อาทิเช่น สมยศ นาวีการ (2548) เห็นว่า หากธุรกิจมีความสามารถที่มีคุณค่า การหาได้ยาก และต้นทุนการลอกเลียนแบบสูงจะเป็น ความสามารถหลัก (Core competencies) ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน สินทวี พิริยะธนารักษ์ (2555) เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนและการสร้างคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ให้เหนือกว่าคู่แข่ง โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไรขององค์การหรือบริษัท พนิตา สัตโยภาส และคณะ (2555) เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขัน จะเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับการที่กิจการมีบริหารต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง มีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย มีการเสนอนวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างจากคู่แข่งเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับ พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงอน (2555) เห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันหรือความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นคุณค่าของธุรกิจที่สร้างขึ้นเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ธนิต รัชตะชาติ และ ภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2556) ที่เห็นว่า ความสามารถทางด้านนวัตกรรมจะช่วยส่งเสริมให้ประสิทธิภาพองค์กรสูงขึ้นรวมทั้งสามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของตลาด เมื่อพิจารณาจากแนวคิดดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันจะเป็นการพิจารณาทั้งในด้านลูกค้าที่เกี่ยวกับอุปสงค์หรือความต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างจากคู่แข่ง ด้านผู้ส่งมอบซึ่งเกี่ยวข้องกับเงื่อนไขปัจจัยการผลิตหรือผู้ส่งมอบวัตถุดิบที่จะต้องมีเกี่ยวโยงและสนับสนุนกัน และด้านกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อป้องกันคู่แข่งขันทั้งจากคู่แข่งขันรายเดิมที่มีอยู่และคู่แข่งขันรายใหม่

จะเห็นได้ว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ เป็นการพิจารณาความสามารถในการแข่งขันที่เกี่ยวกับการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เพื่อให้เกิดการผลิต สินค้าและบริการใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม ภายใต้การผลิตที่มีคุณภาพและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rangone, A. (1999) ที่ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable competitive advantage) จะต้องมีพื้นฐานความสามารถ 3 ด้าน คือ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรม (Innovative capability) เป็นความสามารถในการพัฒนากระบวนการผลิตหรือการพัฒนาสินค้าใหม่ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการออกแบบ การวิจัยและพัฒนาสินค้าตลอดจนการสร้างเครือข่ายในการพัฒนาสินค้า 2) ความสามารถทางด้านการผลิต (Production capability) เป็นความสามารถในการผลิตและส่งสินค้าให้ถึงลูกค้าโดยให้ความสำคัญกับคุณภาพ เวลา และต้นทุนที่เกิดขึ้นรวมถึงมีการผลิตที่ 3) ความสามารถในการจัดการตลาด (Market management capability) เป็นความสามารถในการขายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งเกี่ยวกับความรู้ทางการตลาด ชื่อเสียงทางการตลาดของสินค้าและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

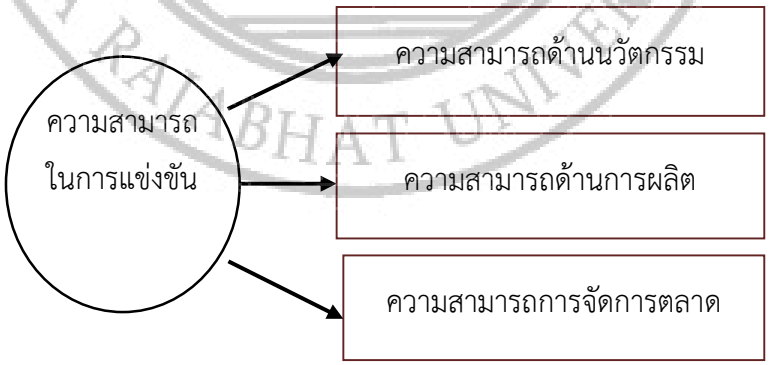
จากแนวคิดดังกล่าว ความสามารถในการแข่งขัน คือ ความสามารถของกิจการในการผลิตสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องตอบสนองความต้องการของลูกค้าผลิตสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งและยากต่อการลอกเลียนแบบ มีการบริหารจัดการปัจจัยการการผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และมีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ

การวัดความสามารถในการแข่งขัน

การศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันที่ผ่านมา จะเป็นการศึกษาความสามารถขององค์กรที่มุ่งเน้นในด้านการผลิตที่จะต้องมีการพัฒนาการสินค้าใหม่ออกมา มีการบริหารการผลิตที่ดีมีคุณภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าอย่างมีคุณภาพภายใต้เวลาที่เหมาะสม ดังจะเห็นได้จากการศึกษาของ จีรวรรณ ฉัตรกุล ณ อยุธยา (2541) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกรายย่อยในจังหวัดเชียงใหม่ โดยพิจารณาความสามารถในการแข่งขันด้านการเงินโดยวัดจากกำไรต่อหน่วย ด้านลูกค้าวัดจากจำนวนลูกค้าขาประจำ ด้านกระบวนการ วัดจากปริมาณการสั่งซื้อสินค้าและด้านการเรียนรู้และพัฒนา วัดจากจำนวนครั้งที่เข้ารับการอบรม การมีเครือข่าย การพัฒนาร้านค้าโดยการใช้เทคโนโลยี สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ และคณะ (2554) ศึกษาความสามารถในการจัดการความรู้กับความสามารถทางนวัตกรรมของผู้ประกอบการที่มีนวัตกรรม โดยเห็นว่า ความสามารถด้านนวัตกรรม คือ ความสามารถในการที่จะพัฒนาสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้นและมีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแก่ธุรกิจ โดยการใช้ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนวัตกรรมที่เกิดขึ้นอาจมีลักษณะเป็นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) หรือ นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) วุฒิพงษ์ ภักดีหลา (2554) ซึ่งศึกษาคุณลักษณะองค์การนวัตกรรมที่ได้รับรางวัลนวัตกรรม เห็นว่า องค์การนวัตกรรม คือ องค์การที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ในด้านด้านต่างๆ โดยมีการบริหารจัดการระบบและทรัพยากรให้ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างนวัตกรรมสร้างมูลค่าและความได้เปรียบในการแข่งขันกับองค์กรอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน พนิดา สัตโยภาส บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงอน (2555) ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือ โดยวัดความสามารถในการแข่งขันด้วย 8 ข้อคำถาม ซึ่งเกี่ยวกับนวัตกรรมใหม่ของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง การตอบสนองต่อลูกค้าเป้าหมายได้ดีกว่าคู่แข่ง การบริหารต้นทุนการผลิตและการดำเนินงาน จากประเด็นดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า การศึกษาความสามารถในการแข่งขันดังกล่าวเป็นการพิจารณาเกี่ยวกับความสามารถด้านนวัตกรรมที่นำเสนอสินค้าที่แปลกใหม่กว่าคู่แข่ง ความสามารถด้านการผลิตที่มีการบริหารการผลิตและต้นทุนการดำเนินงานที่ดี รวมถึงความสามารถด้านการจัดการตลาดที่มีการตอบสนองลูกค้าเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา อรุณรัตน์ ชินวรณ์ และ ณัฐประภา นุ่มเมือง (2557) ศึกษาขีดความสามารถเชิงพลวัต และกลยุทธ์ Mass

Customizationที่มีอิทธิพลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การธุรกิจท่องเที่ยว ทำการวัดความได้เปรียบในการแข่งขันในประเด็นเกี่ยวกับ ส่วนแบ่งตลาด อัตรากำไรขั้นต้น อัตราเติบโตยอดขาย ผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ และผลตอบแทนการลงทุน สินทวี พิริยะธนารักษ์ (2555) ศึกษาจริยธรรมธุรกิจกับความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย วัดความสามารถในการแข่งขันโดยพิจารณาใน 5 ด้าน คือ 1) การเป็นผู้นำด้านต้นทุน 2) ความได้เปรียบการส่งมอบมูลค่าลูกค้า 3) คุณภาพการจัดการเวลา 4) ความได้เปรียบทางนวัตกรรม 5) การปรับตัวกับนโยบายสาธารณะและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ เมื่อพิจารณาประเด็นข้อคำถาม พบว่า การเป็นผู้นำด้านต้นทุน จะเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความสามารถด้านการผลิตเกี่ยวกับการบริหารการผลิตที่มีการผลิตที่มีคุณภาพหรือแตกต่างจากคู่แข่งขัน ในขณะที่ ความได้เปรียบการส่งมอบมูลค่าลูกค้า คุณภาพการจัดการเวลา การปรับตัวกับนโยบายสาธารณะและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจจะเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับความสามารถด้านการจัดการตลาดเกี่ยวกับการส่งมอบสินค้าในระยะเวลาที่เหมาะสมสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ บุญอนันต์ พินัยทรัพย์ (2555) วิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของคลัสเตอร์กล้วยไม้ราชบุรีโดยใช้ Dianond Model ที่คำนึงถึงเงื่อนไขด้านอุปสงค์ เงื่อนไขปัจจัยการผลิต อุตสาหกรรมที่เกี่ยวโยงและสนับสนุน รวมถึงกลยุทธ์ทางธุรกิจ

จากแนวคิด การวัดความสามารถในการแข่งขันของนักวิชาการที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาความสามารถดังกล่าวมีมุมมองที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Rangone (1999) ที่คิดเห็นว่า ความสามารถในการแข่งขันขององค์กรควรมีพื้นฐานที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรม 2) ความสามารถด้านการผลิต 3) ความสามารถด้านการจัดการตลาด ดังนั้น การวัดความสามารถในการแข่งขันผู้วิจัยมีพื้นฐานตามแนวคิดของ Rangone, A. (1999) ซึ่งสามารถแสดงมิติการวัดดังภาพที่ 10 ดังนี้



ภาพที่ 10 โมเดลการวัดความสามารถในการแข่งขัน

4. ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.1 ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

รัฐบาลได้ดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ตั้งแต่ปี พ.ศ.2554 โดยมีคณะกรรมการทั้งระดับส่วนกลางและภูมิภาค โดยมีวัตถุประสงค์ คือ การสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งโดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงจากท้องถิ่นสู่สากลในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน OTOP ไปสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เริ่มจากการรวมกลุ่มของประชาชนระดับฐานรากในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้เป็นผลิตภัณฑ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งในการสร้างพลังการพึ่งตนเองและช่วยเหลือกันของชุมชน เพื่อแก้ปัญหาการประกอบอาชีพทั้งในระดับบุคคล ระดับครัวเรือน กลุ่ม ชุมชน หมู่บ้าน ตำบล ตลอดจนเครือข่ายกลุ่มอาชีพต่างๆ ให้มีความสามารถในการบริหารจัดการตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สามารถพัฒนาต่อยอดไปถึงระดับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) โดยที่ผ่านมาได้มีการขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ ดังนี้

พ.ศ. 2549 การคัดสรร OTOP โดดเด่น เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสร้างจุดขาย จุดแตกต่างที่ชัดเจนเพื่อเป้าหมายในการพัฒนาและสนับสนุนด้านต่างๆ ตามโครงการคัดสรรสุดยอดผลิตภัณฑ์เด่นจังหวัด

พ.ศ. 2550 ค้นหาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพทางการตลาด รวมถึงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ในชุมชน Knowledge Base OTOP: KBO ในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้สามารถจำหน่ายได้ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

พ.ศ. 2551 เน้นการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างความเข้มแข็งของเครือข่าย องค์ความรู้ และกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและจัดทำแผนธุรกิจสู่การเป็นผู้ประกอบการมืออาชีพ

พ.ศ. 2552 การพัฒนาที่ยั่งยืนมีการบูรณาการส่งเสริม OTOP เดิมเน้น Product เปลี่ยนเป็นดำเนินการในเชิงบูรณาการและทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนมากขึ้น

พ.ศ. 2553 ถึงปัจจุบัน การพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ และส่งเสริมการตลาด

ประเภทผลิตภัณฑ์ ที่จะนำมาใช้ในการพิจารณาต้องผ่านกระบวนการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญา จำแนกได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. อาหาร หมายถึง ผลผลิตทางการเกษตรและอาหารแปรรูปซึ่งได้รับมาตรฐาน อย., GAP, GMP, HACCP, Qmark, มผช., มอก. , มาตรฐานเกษตรอินทรีย์, ฮาลาล และมีบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายทั่วไป แบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) ผลิตผลทางการเกษตรที่ใช้บริโภคสด 2) ผลิตผลทางการเกษตรที่ใช้เป็นวัตถุดิบและผ่านกระบวนการแปรรูปเบื้องต้น และ 3) อาหารแปรรูปกึ่งสำเร็จรูป/สำเร็จรูป

2. เครื่องดื่ม หมายถึง ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ สุราแช่ สุรากลั่น สาโท ไวน์ เป็นต้น และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มประเภทพร้อมดื่ม ประเภทชงละลาย ประเภทชง เป็นต้น

3. ผ้า และเครื่องแต่งกาย หมายถึง ผ้าทอและผ้าถักจากเส้นใยธรรมชาติหรือเส้นใยสังเคราะห์ รวมทั้งเสื้อผ้า/เครื่องนุ่งห่มและเครื่องแต่งกายที่ใช้ประดับตกแต่งประกอบ การแต่งกายเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยและความสวยงาม

4. ของใช้ ของแตกแต่งและของที่ระลึก หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีไว้ใช้ประดับตกแต่งในบ้านสถานที่ต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้สอย ประดับตกแต่ง หรือให้เป็นของขวัญ รวมทั้งสิ่งประดิษฐ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นและสินค้านั้นต้องไม่ผลิตโดยใช้เครื่องจักรเป็นหลัก หรือใช้แรงงานคนเป็นส่วนเสริมหรือไม่ใช้แรงงานคน ซึ่งของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึกแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม คือ ไม้ จักรสาน/ถักสาน ดอกไม้ประดิษฐ์/วัสดุจากเส้นใยธรรมชาติ โลหะ เซรามิค/เครื่องปั้นดินเผา

5. สมุนไพรที่ไม่ใช้อาหาร หมายถึง ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร หรือมีสมุนไพรเป็นส่วนประกอบ อาจใช้ประโยชน์และอาจส่งผลต่อสุขภาพ ได้แก่ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน เช่น สมุนไพรไล่ยุง หรือกำจัดแมลง และรวมถึงผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรที่ใช้ทางการเกษตร เช่น น้ำหมักชีวภาพ เป็นต้น ซึ่งสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ ยาจากสมุนไพร เครื่องสำอางสมุนไพร และวัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือน

จากความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กล่าวได้ว่า เป็นโครงการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงานเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งโดยรัฐบาลสนับสนุนช่วยเหลือด้านความรู้ เทคโนโลยี ทุน การบริหารจัดการ โดยผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นจะต้องเกิดจากการใช้ความรู้ ความสามารถและทักษะของคนไทย อันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์

4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านมา ส่วนใหญ่

เป็นการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในภาคเหนือ (ทิวา แก้วเสริม, 2551; วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา , และ รดาพร ทองมา, 2557; ศรวณะ แสงสุข, บัณฑิต ผังนิรันดร์, และ บุญเชิด ภิญโญอนันตพงศ์, 2557) ในขณะที่การศึกษากลุ่มตัวอย่างในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังมีค่อนข้างน้อย (อับดุลฮาดี อีสามะ, 2556) โดยเป็นการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายความรู้ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือกลยุทธ์การสร้างคามแตกต่างเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ทิวา แก้วเสริม (2551) ศึกษาปัญหาและความต้องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นในจังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีปัญหาเกี่ยวกับทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม ปัญหาการสร้างและพัฒนาเครือข่ายและความต้องการให้มีผู้แทนจำหน่ายทำการตลาด โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐมากที่สุดในประเด็นเกี่ยวกับการออกแบบและสร้างตราสินค้าให้เป็นที่รู้จัก รองลงมา คือ ความต้องการสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ให้มีความหลากกลาย และการจัดให้มีการวิจัยและพัฒนาสินค้าในกลุ่ม ตามลำดับ

ปิยะพรรณ ช่างวัฒนชัย และโสมสถาว เพชรานนท์ (2555) ศึกษาแนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคใต้ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีศักยภาพในระดับปานกลางและในภาพรวมมีศักยภาพด้านอุปสงค์ดีที่สุด ปัจจัยที่จำแหนกลุ่มตามระดับศักยภาพ คือ ความสม่ำเสมอของยอดขายและการมีส่วนร่วมของชุมชน และพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับศักยภาพของผู้ประกอบการ คือ จำนวนสมาชิก ความสม่ำเสมอของยอดขาย ความสัมพันธ์กีบผู้ขายวัตถุดิบ การจัดทำฐานข้อมูลของลูกค้า การให้ความช่วยเหลือแก่ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน

อับดุลฮาดี อีสามะ (2556) ศึกษาภาวะผู้นำของวิสาหกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า ผู้นำวิสาหกิจชุมชนมีค่าภาวะผู้นำเชาว์อารมณ์ และความสามารถในการเผชิญและฟันฝ่าอุปสรรคในระดับสูง และพบว่า ภาวะนำมีความแตกต่างกันเมื่อพิจารณาตามปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยทางธุรกิจ

วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา , และ รดาพร ทองมา. (2557) ศึกษาเครือข่ายความร่วมมือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อการจัดการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เก็บข้อมูลจากกลุ่ม OTOP เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาคเหนือ พบว่า การสร้างและพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือของธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยว ได้นำแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นต้นทุนที่มีอยู่ของชุมชนทั้งด้านทุนสังคม ทุนทางทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ ทุนทางเศรษฐกิจ และพบว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภายในและภายนอกชุมชนเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการดำเนินการของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยเสนอแนะว่า การพัฒนาและสร้างเครือข่ายความร่วมมือธุรกิจ OTOP เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะแบบวงล้อ

ด้วยการเปิดโอกาสให้สมาชิกกลุ่มในระดับตำบล อำเภอ รวมจังหวัดได้มีอิสระในการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่างๆมาประชุม พูดคุยและปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ

สุชาติ จรประดิษฐ์, อดิลล่า พงศ์ยี่หล้า และเสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2557) ศึกษาอิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาว ในประเทศไทย พบว่า เมื่อจำแนกตามกลุ่มสินค้าทั้งประเภทอุปโภคและบริโภคของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านความยากต่อการลอกเลียนแบบมีผลทางตรงต่อความสำเร็จทางการตลาด ส่วนความมีเอกลักษณ์ของสินค้า และด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นมีผลทางอ้อมต่อความสำเร็จทางการตลาด ในขณะที่ด้านเทคโนโลยีและด้านการท่องเที่ยวมีผลทางอ้อม

ศรวณะ แสงสุข, บัณฑิต ผังนิรันดร์, และ บุญเชิด ภิญโญอนันตพงศ์. (2557). ศึกษากลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย พบว่า ระดับความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าในการสร้างความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล ด้านภาพลักษณ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายต่อความได้เปรียบในการแข่งขันอยู่ในระดับมากและปานกลาง โดยความได้เปรียบในแข่งขันรับอิทธิพลทางตรงจากความแตกต่างด้านบุคคล ด้านภาพลักษณ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

YALA RAJABHAT UNIVERSITY

5. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่บนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีภาวะผู้นำวิถีทางสู่เป้าหมาย และทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน โดยหากองค์กรธุรกิจมีการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันย่อมส่งผลต่อความได้เปรียบการแข่งขันในระยะยาว (พงศ์พัฒน์ ตังคะประเสริฐ, 2554) ประกอบกับมีผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า หากองค์กรธุรกิจ อาทิเช่น สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีการนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจภายใต้ปัจจัยส่งเสริมและข้อจำกัดย่อมมีผลต่อการพัฒนาสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน (วิภาวี กฤษณะภูติ, 2553)) โดยหากคนในองค์กรธุรกิจมีค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีผลทำให้องค์กรธุรกิจยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ, 2553) อีกทั้ง การศึกษาในอดีตที่ผ่านมา พบว่า การศึกษาความสามารถในการแข่งขันเป็นการศึกษาในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ทวีเกียรติ ประพฤทธิ์ตระกูล, 2553; บุญอนันต์ พินัยทรัพย์,2554) ในขณะที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่น้อย (พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ, 2552) ดังนั้น การนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับภาคธุรกิจโดยเฉพาะในกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงจำเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นสำหรับกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อการมุ่งไปสู่ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง อย่างไรก็ตาม การที่จะสร้างความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงได้นั้นจะต้องมีการดำเนินธุรกิจภายใต้การขับเคลื่อนของผู้นำกลุ่มสำหรับการสร้างค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน พร้อมกับการมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากภาครัฐและสถาบันการศึกษาสำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอยู่ชุมชนให้ดำเนินต่อไปอย่างเหมาะสมภายใต้การบริหารจัดการของกลุ่มและแนวนโยบายจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องรวมถึงการเชื่อมโยงความร่วมมืออย่างเหมาะสมทั้งระหว่างกลุ่มผู้ผลิตหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษา จากสภาวการณ์ดังกล่าวจึงนำมาสู่กรอบแนวคิดการวิจัยความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ภาพที่ 11)

ภาพที่ 11 **กรอบแนวคิดการวิจัย**

6.สมมติฐานการวิจัย

จากกรอบแนวคิดการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้พัฒนาโมเดลสมมติฐานซึ่งเป็นโมเดลความสัมพันธ์เชิงเส้นของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีสมมติฐานว่าโมเดลสมมติฐานมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิง ประจักษ์ โดยมีรายละเอียดของสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความสามารถในการแข่งขัน

สมมติฐานที่ 3 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 4 ความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 5 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงผ่านค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 6 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงผ่านความสามารถในการแข่งขัน

บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย มีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับ คือ 1) ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกตัวอย่าง 2) เครื่องมือในการวิจัย 3) การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ 4) การเก็บรวบรวมข้อมูล 5) การวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากร กลุ่มตัวอย่าง วิธีการเลือกตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากร คือ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส) ที่ได้รับการคัดสรรสินค้าในระดับ 3-5 ดาว ในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 220 กลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

จังหวัด	ระดับดาว(กลุ่ม)			
	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว	รวม
ยะลา	25	40	33	98
ปัตตานี	12	27	20	59
นราธิวาส	18	32	13	63
รวม	**55**	**99**	**66**	**220**

ที่มา: Thaitambon.com

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการ

ใช้แบบสอบถาม คือ ประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยการวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) โดยหากมีแบบจำลองมีขนาดตัวแปรแฝงน้อยกว่า 5 ตัว ควรจะมีขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 100 ตัวอย่าง (Hair, et al. 2010, p. 662) สำหรับการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้มีตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร และตัวแปรสังเกตทั้งหมด 17 ตัวแปร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 100 กลุ่ม ผู้วิจัยคำนึงถึงความเป็นจริงของสัดส่วนที่ ผู้ตอบจะส่งข้อมูลกลับคืนมาครบทุกชุด อีกทั้งการกำหนดให้มีกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะทำให้เกิดความแม่นยำในการคำนวณทางสถิติมากกว่ากลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก (Wiersma & Jurs, 2009) จึงประมาณอัตราการตอบกลับ 2 ใน 3 หรือ ร้อยละ 67 ซึ่งขนาดตัวอย่าง (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2551, น. 16) เท่ากับ 150 กลุ่มๆ ละ 4 คน จำนวนเท่ากับ 600 คน มีผู้ตอบข้อมูลกลับมา 550 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ (response rate) เท่ากับ ร้อยละ 91.67

กลุ่มตัวอย่างที่สอง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ซึ่งประกอบด้วย 1**) การสัมภาษณ์** คือ ประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาว ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ **2) การสนทนากลุ่ม คือ** ตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละจังหวัดโดยจำแนกตามกลุ่มตามระดับดาว

1.3 วิธีการเลือกตัวอย่าง

การเลือกตัวอย่างในการศึกษา ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

(1) **กลุ่มตัวอย่างที่หนึ่ง คือ** กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยการใช้แบบสอบถาม **ผู้วิจัยใช้**วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) โดยเลือกตัวอย่างซึ่งมีขั้นตอน ดังนี้

1) จำแนกตัวอย่างตามระดับดาว
2) จำแนกตัวอย่างตามจังหวัด (จังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และจังหวัดนราธิวาส)
3) เลือกตัวอย่างตามสัดส่วนประเภทผลิตภัณฑ์

สามารถแสดงรายละเอียดกลุ่มตัวอย่างขั้นที่ 1 และ 2 (ตารางที่ 4) และขั้นที่ 3 (ตารางที่ 5) ดังนี้

ตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับดาวและจังหวัด

	ระดับดาว(กลุ่ม)			
จังหวัด	**5 ดาว**	**4 ดาว**	**3 ดาว**	**รวม**
ยะลา	18	27	22	**67**
ปัตตานี	8	18	14	**40**
นราธิวาส	12	22	9	**43**
รวม	**38**	**68**	**45**	**150**

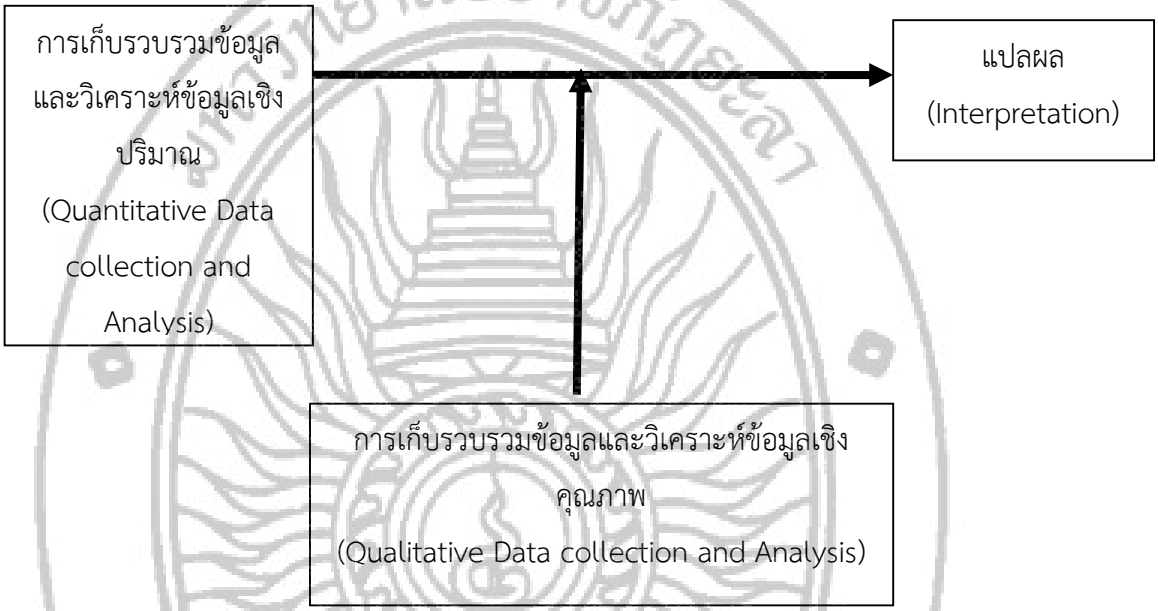
ตารางที่ 5 การเลือกตัวอย่างจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

	ยะลา			ปัตตานี			นราธิวาส		
	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว	5 ดาว	4 ดาว	3 ดาว
อาหาร	7	13	5	3	8	5	2	8	1
สมุนไพร ไม่ใช้อาหาร	1	1	0	0	0	0	1	1	0
ผ้า เครื่องแต่งกาย	9	10	8	5	8	5	9	5	1
เครื่องดื่ม	1	2	0	0	1	1	0	2	0
ของใช้	0	1	9	0	1	3	0	6	7
รวม	**18**	**27**	**22**	**8**	**18**	**14**	**12**	**22**	**9**

(2) ตัวอย่างที่สอง คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สำหรับเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ได้หลังจากการวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณ และพบว่า ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มฯ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี ประกอบด้วย **1) การสัมภาษณ์** เลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากตัวแทนที่มาจากประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ จำนวน 16 คน **2)การสนทนากลุ่ม** เลือกตัวอย่างจากประธาน/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ หรือสมาชิกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ จำนวน 12 คน

2. เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ในลักษณะแบบวิธีการเชิงคุณภาพมาอธิบายวิธีการเชิงปริมาณ (Qualitative Method to Explain Quantitative Method) ดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 รูปแบบการวิจัย
ที่มา: Creswell & Clark, 2011

2.1 วิธีการเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่ให้ตัวอย่างตอบเอง (Self-report questionnaire) มีลักษณะประเมินค่า 5 ระดับ แบบสอบถามทั้งฉบับมี 6 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพหลัก ตำแหน่ง ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทสินค้า ระดับดาวของสินค้า(ในปัจจุบัน) ปีที่จัดตั้งกลุ่ม การได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือ รวมทั้งสิ้น 10 ข้อคำถาม

ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นแบบวัดคุณลักษณะหรือการกระทำของผู้นำที่แสดงให้ผู้ตามเกิดความสนใจที่จะปฏิบัติงานโดยการสนับสนุนและเผชิญกับงานร่วมกัน รวมถึงมีการสื่อสารที่ชัดเจนสำหรับการปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมาย มีพื้นฐานแนวคิดมาจาก จู๊ดส์และปิคโคโล (Judge & Piccolo, 2004) และ ปรับปรุงมาจากแบบวัดของ ท็อตทิเออร์และคณะ (Trottier, Van Wart, & Wang, 2008) การวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมี 4 มิติ ได้แก่ 1) การสร้างแรงบันดาลใจ 5

ข้อคำถาม 2) การกระตุ้นทางปัญญา 3 ข้อคำถาม 3) การมีอิทธิพลทางอุดมคติ 3 ข้อคำถาม และ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล 3 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 14 ข้อคำถาม แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับจาก คะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ตอบที่ได้คะแนนรวมสูง แสดงว่า ประธานกลุ่มเป็นผู้ที่มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงสูง

ตอนที่ 3 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแบบวัด ทัศนคติ ความคาดหวัง ของพนักงานในองค์กรเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของสมาชิกในองค์การที่มีการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการผลิตสินค้า บริการเพื่อให้ลูกค้ามีความพึงพอใจ และสมาชิกในองค์การมีการบริหารความเสี่ยงพร้อมที่จะฝ่าฟันปัญหาอุปสรรค ภายใต้นโยบายการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสมาชิก ลูกค้า และชุมชน รวมถึงการแบ่งปันความรู้ ทักษะ ระหว่างสมาชิกในกลุ่มและกับกลุ่มอื่นๆ การวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่พื้นฐานแนวคิดของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) มี 7 มิติ ได้แก่ 1) การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง 5 ข้อคำถาม 2) ความเพียร 4 ข้อคำถาม 3) ความพอประมาณ 4 ข้อคำถาม 4) การแบ่งปัน 3 ข้อคำถาม 5) การมีจริยธรรม 3 ข้อคำถาม 6) การพัฒนาภูมิสังคม 3 ข้อคำถาม 7) การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 25 ข้อคำถาม โดยคำถามด้านความพอประมาณ (คำถามข้อที่10 และ 12) มีการปรับคะแนนในทิศทางตรงข้าม (reverse code) แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับจาก คะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ตอบที่ได้คะแนนรวมสูง แสดงว่า สมาชิกกลุ่มมีค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสูง

ตอนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขัน เป็นความสามารถของกิจการในการผลิตสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่องตอบสนองความต้องการของลูกค้าผลิตสินค้าใหม่ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งและยากต่อการลอกเลียนแบบ มีการบริหารจัดการปัจจัยการการผลิตด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่ง และมีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ การวัดความสามารถในการแข่งขันอยู่บนพื้นฐานแนวคิดของ Rangone (1999) มี 3 มิติ ได้แก่ 1) ความสามารถด้านนวัตกรรม 4 ข้อคำถาม 2) ความสามารถด้านการผลิต 4 ข้อคำถาม 3) ความสามารถด้านการจัดการตลาด 7 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 15 ข้อคำถาม แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับจาก คะแนน 1 (ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง) จนถึงคะแนน 5 (เห็นด้วยอย่างยิ่ง) ผู้ตอบที่ได้คะแนนรวมสูง แสดงว่า กลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันสูง

ตอนที่ 5 ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เป็นลักษณะการดำเนินธุรกิจที่มีการผลิตมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากคู่แข่ง การผลิตตามกำลังคนและความสามารถที่มีอยู่ขององค์กรเพื่อรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมความรู้สมาชิกอย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมทั้งมีการป้องกันปัญหาต่างๆ ที่อาจจะ

เกิดขึ้นในอนาคต เพื่อสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว การวัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวคิดของ จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา (2551) มี 4 มิติ ได้แก่ 1) ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว 4 ข้อคำถาม 2) ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง 5 ข้อคำถาม 3) การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 5 ข้อคำถาม 4) การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง 6 ข้อคำถาม รวมทั้งสิ้น 22 ข้อคำถาม แต่ละข้อคำถามใช้มาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับจาก คะแนน 1(ปฏิบัติน้อยมาก/แทบไม่มี) จนถึงคะแนน 5 ปฏิบัติมากที่สุด คำถาม ผู้ตอบที่ได้คะแนนรวมสูง แสดงว่า กลุ่มมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสูง

ตอนที่ 6 ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม

2.2 **วิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Method)** เครื่องมือในการวิจัย คือ 1) แบบสัมภาษณ์ ประเด็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ปัญหาอุปสรรคที่มีผลต่อความยั่งยืนของกลุ่ม 2) แบบสนทนากลุ่ม ประเด็นเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ ปัญหา อุปสรรค บทบาทของประธานกลุ่ม และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐสำหรับการส่งเสริมที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาศักยภาพอย่างยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

3. การสร้างและหาประสิทธิภาพเครื่องมือ

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการสร้างและตรวจสอบเพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือวัด ดังนี้

3.1 การสร้างเครื่องมือการวิจัย

3.1.1 การสร้างเครื่องมือการวิจัย (แบบสอบถาม)

(1) แบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้แบบวัดที่ศึกษาข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษา รวมทั้งแบบวัดที่มีนักวิชาการต่างๆได้ศึกษาไว้เพื่อนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม แบบสอบถามส่วนหนึ่งนำมาจากแบบวัดของนักวิชาการที่ได้ศึกษากันและอีกส่วนหนึ่งเป็นแบบวัดที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงพัฒนาให้เหมาะกับบริบทเชิงพื้นที่และเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง

(2) นำแบบวัดไปทดสอบกับตัวอย่างจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบภาษาและความเข้าใจในแบบวัดของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้เทคนิคคิดเสียงดัง (Think aloud) โดยการนำแบบวัดมาให้ผู้ตอบแบบสอบถามอ่านเนื้อหาข้อคำถามให้ออกเสียงดัง โดยหากข้อคำถามใดที่ผู้ตอบมีความเห็นว่า ไม่เกี่ยวข้องหรือมีเนื้อหาที่ไม่ชัดเจน ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเสนอแนะให้ตัดข้อคำถามหรือแก้ไขปรับปรุงข้อคำถามให้เหมาะสมกับผู้ตอบแบบสอบถาม

(3) นำแบบวัดมาปรับปรุงภาษาให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง พร้อมทั้งตรวจสอบความสอดคล้องและครอบคลุมของประเด็นคำถามที่ปรับปรุงกับนิยามศัพท์ปฏิบัติการอีกครั้ง

(4) นำแบบวัดไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ ด้านบัญชี และด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ (ภาคผนวก ค)

(5) นำแบบวัดที่ได้รับการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือมาปรับปรุง ก่อนนำแบบวัดมาทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 คน ก่อนจัดทำเป็นแบบวัดฉบับสมบูรณ์ (ภาคผนวก ก) พร้อมที่จะนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง

3.1.2 การสร้างเครื่องมือการวิจัย (แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม)

แบบการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม แนวคำถามได้จากประเด็นที่ได้จากการวิเคราะห์ สังเคราะห์ผลที่ได้จากวิธีการเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) โดยมุ่งเน้นพิจารณาในประเด็นเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ปัญหา อุปสรรคกลุ่มจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ บทบาทของประธานกลุ่ม และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ (ภาคผนวก ข)

3.2การหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยตรวจหาความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้ คือ 1) การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้วิจัยนำแบบวัดที่สร้างขึ้นเองและแบบวัดที่ดัดแปลงจากงานวิจัยในอดีตมาจัดทำเป็นแบบสอบถาม การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาโดยคำนึงถึงข้อคำถามที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มตัวอย่าง ภายใต้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของผู้เชี่ยวชาญ 2) วิธีการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (index of item-objective congruence หรือ IOC) ถ้าค่า IOC (คะแนนเฉลี่ย) เกิน ๐.๕ ถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ (ภาคผนวก ง) 3) การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดตัวแปรใช้สูตรสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) หรือค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient) โดย ไคลน์ (Kline, 2011) ได้กำหนดเกณฑ์ความเหมาะสมของค่าสัมประสิทธิ์ของเชื่อมั่นของครอนบาค คือ หากมีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าอยู่ในระดับพอใช้ได้ ค่า 0.80 ถือว่าอยู่ในระดับดี และมากกว่า 0.90 ถือว่าอยู่ในระดับดีมาก ได้ค่าความเชื่อมั่นดังตาราง 6

ตารางที่ 6 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	จำนวนข้อ	ค่าสัมประสิทธิ์ของแอลฟา (α Coefficient)
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (α = 0.929)		
การสร้างแรงบันดาลใจ	5	0.902
การกระตุ้นทางปัญญา	3	0.686
การมีอิทธิพลทางอุดมคติ	3	0.786
.การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	3	0.785
ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (α = 0.915)		
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง	5	0.780
ความเพียร	4	0.841
ความพอประมาณ	4	0.712
การแบ่งปัน	3	0.812
การมีจริยธรรม	3	0.719
การพัฒนาภูมิสังคม	3	0.636
การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	3	0.676
ความสามารถในการแข่งขัน (α = 0.867)		
ความสามารถด้านนวัตกรรม	4	0.679
ความสามารถด้านการผลิต	4	0.702
ความสามารถด้านการจัดการตลาด	7	0.785
ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (α = 0.914)		
ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	4	0.693
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	5	0.808
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	7	0.800
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	6	0.773

สำหรับเครื่องมือเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดยพิจารณาความสอดคล้องและตรงประเด็นกับวัตถุประสงค์การวิจัยโดยคำนึงถึงข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล รวมทั้งมีการตรวจสอบโดยการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญสำหรับพิจารณาความสอดคล้องและตรงประเด็นของแนวคำถามและแนวสัมภาษณ์

3.3 การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ผู้วิจัยกำหนดลำดับคะแนนของผู้ตอบแบบสอบถาม ตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ มีการปฏิบัติมากที่สุด
ระดับคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วย หรือ มีการปฏิบัติมาก
ระดับคะแนน 3 หมายถึง ไม่แน่ใจ หรือ มีการปฏิบัติปานกลาง
ระดับคะแนน 2 หมายถึง ไม่เห็นด้วย หรือ มีการปฏิบัติน้อย
ระดับคะแนน 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หรือ มีการปฏิบัติน้อยมาก/แทบไม่มี

การแปลความหมาย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

4.การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลมีการดำเนินการ 3 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ ทีมวิจัยดำเนินเก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจากการใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน(Multi-stage Random Sampling) จำนวน 600 คน ทำการเก็บข้อมูลโดยผู้ช่วยนักวิจัย (นักศึกษา) ซึ่งทีมวิจัยได้คัดเลือกผู้ช่วยนักวิจัยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่แต่ละพื้นที่เพื่อสะดวกต่อการติดต่อเพื่อเก็บข้อมูล ทั้งนี้ ก่อนการเก็บข้อมูลจริงทีมวิจัยได้ดำเนินการอบรมการเก็บข้อมูล (ภาคผนวก จ) ให้กับผู้ช่วยวิจัยเพื่อให้มีความเข้าใจในประเด็นเนื้อหาของแบบสอบถามรวมถึงเทคนิควิธีการในการเก็บข้อมูลที่ครบถ้วน สมบูรณ์ รวมทั้งเข้าใจถึงกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายที่จะต้องเก็บโดยพิจารณาจากระดับดาว พื้นที่ตั้งของกลุ่มตัวอย่าง ประเภทสินค้า

ระยะที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มที่มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสูง จำนวน 16 คน ทำการเลือกตัวอย่างจากประธานกลุ่ม และสมาชิกในกลุ่ม โดยคณะผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำหรับการสัมภาษณ์ตามกรอบประเด็นการสัมภาษณ์ที่ได้วางไว้ เพื่อที่จะได้ประเด็นหรือข้อมูลสำหรับนำมาใช้ในการอธิบายผลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสอบถาม

ระยะที่ 3 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่ม จัดสนทนากลุ่ม โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มที่มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในระดับสูง จำนวน 12 คน โดยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลตามวันเวลา สถานที่ ที่ได้กำหนด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษามีการวิเคราะห์สถิติเพื่อตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

(1) **การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป** เป็นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

(2) **การเปรียบเทียบความแตกต่าง**ของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม ใช้สถิติทดสอบ คือ F-test (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

(3) **การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร** การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติบรรยาย เพื่ออธิบายลักษณะการแจกแจงของตัวแปรและตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

(3.1) การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร (ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean: $\overline{X}$) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation: S.D.) ค่าความเบ้ (Skewness: SK) ค่าความโด่ง (Kurtosis: KU) ของตัวแปรสังเกตได้พิจารณาการแจกแจงของตัวชี้วัด คือ ความเบ้ไม่เกิน 3 ค่าความและค่าความโด่งไม่เกิน 10 (Kline, 2011, p. 63)

(3.2) การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's product-moment correlation coefficient)

(3.3) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วม (Covariance matrix) ในการวิเคราะห์ และใช้ Maximum likelihood ในการประมาณค่า การตอบวัตถุประสงค์การวิจัย จะเป็นการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation models) ของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีค่าดัชนีที่ใช้เป็นเกณฑ์ที่ในการพิจารณาความสอดคล้องของแบบจำลอง มีดังนี้ คือ

1) ค่าสถิติไคสแคว์ (Chi-square) เป็นค่าที่ทดสอบว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรแตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมที่ได้จากการประมาณค่าหรือไม่ หากค่าไคสแควร์ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมของประชากรไม่แตกต่างจากเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากการประมาณค่า สรุปได้ว่าแบบจำลองมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ อย่างไรก็ตาม คลายน์ (Kline, 2011, p. 201) กล่าวว่า ค่าไคสแควร์ (χ^2) มีความอ่อนไหวตามขนาดกลุ่มตัวอย่าง หากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่จะมีผลทำให้พบความไม่สอดคล้องของข้อมูลกับแบบจำลองได้ง่าย (Badness of fit statistic) สำหรับกรณีกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 250 และตัวแปรสังเกตมีจำนวนระหว่าง 12-30 ตัว ยินยอมให้ p-value น้อยกว่า .05 เมื่อทดสอบความเชื่อมั่น 95 % อย่างไรก็ตาม ค่าสถิติไคสแคว์ มีข้อจำกัด คือ เป็นค่าสถิติที่มีความไวกับความเป็นโค้งปกติของข้อมูล สำหรับแบบจำลองที่มีความซับซ้อนสูง (มีตัวแปรมากและค่าองศาอิสระมาก) จะทำให้ค่าสถิติไคสแคว์มีนัยสำคัญได้ง่ายถึงแม้ข้อมูลจะเหมาะสมกับรูปแบบที่กำหนดไว้ และถ้ากลุ่มตัวอย่างมีขนาดใหญ่มากผลการทดสอบจะมีนัยสำคัญ หรือถ้าหากกลุ่มตัวอย่างมีขนาดเล็กการประมาณค่าสถิติไคสแคว์อาจไม่ถูกต้อง ดังนั้นจึงแก้ไขโดยการพิจารณาอัตราส่วนระหว่างค่าสถิติไคสแคว์กับองค์ศาอิสระ หรือ χ^2/ df ที่ควรอยู่ในระดับดี คือ ควรมีค่าน้อยกว่า 2.00 และ ควรมีค่า χ^2/ df ในระดับที่ยอมรับได้ คือ น้อยกว่า 5.00

2) ดัชนีวัดความสอดคล้องส่วนเพิ่ม (Incremental fit indices) เป็นดัชนีที่เปรียบเทียบแบบจำลองในการวิจัยกับแบบจำลองที่ตัวแปรไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (Baseline model) ดัชนีที่ใช้ในการพิจารณา คือ ดัชนีวัดความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) ซึ่งจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 ถึง 1 แต่โดยปกติค่าที่มากกว่า 0.90 จะแสดงถึงความสอดคล้องของแบบจำลองที่ดี แต่หากแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่าง เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลอง (Hair et al., 2010, p. 672) คือ CFI มีค่ามากกว่า 0.92

3) ค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการ

ประมาณค่า (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) เป็นค่าที่ทดสอบความสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ หากแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่าง เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลอง คือ RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.07 (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่าตั้งแต่ 0.92 ขึ้นไป) (Hair et al., 2010, p. 672)

4) ค่ารากกำลังสองเฉลี่ยมาตรฐานของส่วนเหลือ (Standard Root Mean Residual: SRMR) เป็นค่าเฉลี่ยของความคลาดเคลื่อนหารด้วยค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการประมาณค่า ซึ่งเป็นค่าที่ใช้ในการเปรียบความสอดคล้องข้ามแบบจำลอง (Comparing fit across model) ค่าที่น้อยแสดงถึงความสอดคล้องที่ดี หากแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตระหว่าง 12 ถึง 30 ตัวแปร และมีขนาดตัวอย่างมากกว่า 250 ตัวอย่างค่า เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาข้อมูลสอดคล้องกับแบบจำลอง (Hair et al., 2010, p. 672) คือ SRMR มีค่า 0.08 หรือน้อยกว่า (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่ามากกว่า 0.92)

(4) **การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม** ดำเนินการโดยการจัดระเบียบข้อมูลโดยดำเนินการถอดเทปและจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบแยกตามแหล่งที่มาของข้อมูล ประเภทของผลิตภัณฑ์และผู้ให้ข้อมูล โดยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้รับการให้รหัสมารวมกันใหม่ (Reassembling) เป็นกลุ่มตามประเด็นที่ต้องการวิเคราะห์ เพื่อทำการหาข้อสรุป ตีความและตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 4)

บทที่ 4
ผลการวิจัย

การศึกษาความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) ในลักษณะแบบวิธีการเชิงคุณภาพมาอธิบายวิธีการเชิงปริมาณ (Qualitative Method to Explain Quantitative Method) จึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร
3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระดับดาว และระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม
4. ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
5. ปัญหา อุปสรรค และความคาดหวังของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงคุณภาพ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบผสมผสานวิธี

การพัฒนาและทดสอบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตัวแปรแฝง		
leader	แทน	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
		ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญา
culture	แทน	เศรษฐกิจพอเพียง
cap	แทน	ความสามารถในการแข่งขัน
sustain	แทน	ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
ตัวแปรสังเกต		
leader1_	แทน	การสร้างแรงบันดาลใจ
leader2_	แทน	การกระตุ้นทางปัญญา
leader3_	แทน	การมีอิทธิพลทางอุดมคติ
leader4_	แทน	การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล
culture1	แทน	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง
culture2	แทน	ความเพียร
culture3	แทน	ความพอประมาณ
culture4	แทน	การแบ่งปัน
culture5	แทน	การมีจริยธรรม
culture6	แทน	การพัฒนาภูมิสังคม
culture7	แทน	การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
cap1_inn	แทน	ความสามารถด้านนวัตกรรม
cap2_pro	แทน	ความสามารถด้านการผลิต
cap3_mar	แทน	ความสามารถด้านการจัดการตลาด
sustain1	แทน	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว
sustain2	แทน	ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง
sustain3	แทน	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง
sustain4	แทน	การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงปริมาณ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพหลัก ตำแหน่ง ระดับการศึกษาสูงสุดประเภทสินค้า ระดับดาวของสินค้า (ในปัจจุบัน) ปีที่จัดตั้งกลุ่ม จำนวนสมาชิกของกลุ่ม รายรับที่ได้รับจากการขายสินค้า การได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือ แสดงดังตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	102	18.5
	หญิง	449	81.5
อายุ	41.65 $\pm$ 11.34 ปี		
อาชีพหลัก	ทำสวน	168	32.81
	ค้าขาย	140	27.34
	รับจ้าง	104	20.31
	กรีดยาง	36	7.03
	อื่นๆ อาทิเช่น แม่บ้าน,ข้าราชการ, นักศึกษา)	64	12.50
ตำแหน่ง	ประธานกลุ่ม	148	27.0
	สมาชิกกลุ่ม อาทิเช่น รองประธานฯ, กรรมการ, เหรัญญิก, เลขานุการ	401	73.0
ระดับการศึกษาสูงสุด	ประถมศึกษา	166	30.3
	มัธยมศึกษาตอนต้น	110	20.2
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	145	26.7
	อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า	50	9.2
	ปริญญาตรี	72	13.2
	อื่นๆ (ปริญญาโท)	1	0.2

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประเภทสินค้า	อาหาร	174	31.6
	ของใช้ / ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก	99	18.0
	ผ้า /เครื่องแต่งกาย	239	43.5
	เครื่องดื่ม	28	5.1
	สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว	10	1.8
ระดับดาว	3 ดาว	146	27.1
	4 ดาว	237	44.0
	5 ดาว	156	28.9
ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม	ไม่เกิน 5 ปี	128	24.6
(อายุเฉลี่ย 9.81 ± 5.3 ปี)	6-10 ปี	190	36.5
	11-15 ปี	136	26.2
	16-20 ปี	36	6.9
	20 ปี ขึ้นไป	30	5.8
รายรับที่ได้จากการขายสินค้า	3,000-10,000	143	43.2
	10,001-20,000	84	25.4
	20,001-30,000	29	8.8
	30,001-40,000	8	2.4
	40,001-50,000	18	5.4
	มากกว่า 50,000	49	14.8
กลุ่มได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือ	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด	478	86.75
	สำนักงานพาณิชย์จังหวัด	240	43.56
	สำนักงานเกษตรจังหวัด	233	42.29
	การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.)	128	23.23

ตารางที่ 7 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป		จำนวน (คน)	ร้อยละ
	อุตสาหกรรมจังหวัด, อุตสาหกรรมภาค 12	79	14.34
	องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต), เทศบาล, องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)	67	12.16
	มหาวิทยาลัย เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี	64	11.62
	อื่นๆ เช่น สำนักงานพลังงานจังหวัด, ศูนย์ฮาลาล, สถาบันสิ่งทอ, วัฒนธรรมอำเภอ, สหกรณ์จังหวัด, สาธารณสุขจังหวัด, กอ.สสส.จชต.	52	9.44
	อาชีวศึกษา	36	6.53
	ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)	25	4.54

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 81.5) อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 41.65 ปี อาชีพหลัก คือ ทำสวน (ร้อยละ 32.81) รองลงมา คือ ค้าขาย (ร้อยละ 27.34) รับจ้าง (ร้อยละ 20.31) ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม (ร้อยละ 73.0) โดยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 30.3) รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.(ร้อยละ 26.7) และมัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 20.2) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประเภทสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นสินค้าประเภทผ้า/เครื่องแต่งกาย (ร้อยละ 43.5) มากที่สุด รองลงมา คือ อาหาร (ร้อยละ 31.6) ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก (ร้อยละ 18.0) ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าในระดับ 4 ดาว (ร้อยละ 44.0) อายุเฉลี่ยของการจัดตั้งกลุ่มส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 6-10 ปี (ร้อยละ 36.5) รองลงมา คือ อายุระหว่าง 11-15 ปี (ร้อยละ 26.2) รายรับจากการขายสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 3,000-10,000 บาท (ร้อยละ 43.2) รองลมา คือ 10,001-20,000 บาท (ร้อยละ 25.4) เมื่อพิจารณาการได้รับการ

สนับสนุน/ช่วยเหลือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะได้รับจาก สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด (ร้อยละ 86.75) รองลงมา คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด (ร้อยละ 43.56) สำนักงานเกษตรจังหวัด (ร้อยละ 42.29) การศึกษานอกโรงเรียน (ร้อยละ 23.23) อุตสาหกรรมภาค 12 และอุตสาหกรรมจังหวัด (ร้อยละ 14.34) ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของตัวแปร

การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นเป็นการตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกต และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ คือ

2.1 การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

การศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีตัวแปรสังเกต 18 ตัวแปร การตรวจสอบลักษณะการแจกแจงของตัวแปรสังเกต พิจารณาจากค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ (Skewness) ความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 8 ดังนี้ คือ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis) ของตัวแปร (n = 549)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	แปลผล
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	**4.292**	**0.372**	**-.483**	**1.035**	**มาก**
การสร้างแรงบันดาลใจ	4.304	0.404	-0.368	0.636	มาก
การกระตุ้นทางปัญญา[2]	4.155	0.566	-0.840	1.600	มาก
การมีอิทธิพลทางอุดมคติ	4.322	0.466	-0.795	2.335	มาก
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล1	4.376	0.449	-0.449	0.571	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าความเบ้	ค่าความโด่ง	แปลผล
ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง	**3.879**	**0.293**	**-.245**	**.830**	**มาก**
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง	4.095	0.511	-0.513	0.768	มาก
ความเพียร	4.344	0.465	-0.576	0.852	มาก
ความพอประมาณ[2]	2.310	0.721	0.248	-0.351	น้อย
การแบ่งปัน	3.985	0.613	-1.075	2.829	มาก
การมีจริยธรรม	4.180	0.522	-0.486	0.606	มาก
การพัฒนาภูมิสังคม	4.067	0.578	-0.302	-0.136	มาก
การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย[1]	4.394	0.501	-0.542	-0.043	มาก
ความสามารถในการแข่งขัน	**4.150**	**0.403**	**-.157**	**.691**	**มาก**
ความสามารถด้านนวัตกรรม	4.148	0.485	-0.384	0.683	มาก
ความสามารถด้านการผลิต[2]	4.054	0.564	-0.562	1.100	มาก
ความสามารถด้านการจัดการตลาด[1]	4.206	0.460	-0.345	0.381	มาก
ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง	**3.906**	**0.475**	**-.333**	**-.111**	**มาก**
ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว[1]	4.063	0.384	-0.524	0.611	มาก
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	4.011	0.602	-0.468	0.215	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่าความเบ้	ค่าความ	แปลผล
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง[2]	3.917	0.632	-0.336	-0.347	มาก
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	3.939	0.637	-0.448	-0.257	มาก

หมายเหตุ: 1 หมายถึง ตัวแปรสังเกตมีค่าเฉลี่ยสูงสุดของตัวแปรแฝง
2 หมายถึง ตัวแปรสังเกตมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดของตัวแปรแฝง

จากตารางที่ 8 พบว่า ตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีค่าอยู่ในระดับมาก โดยตัวแปรแฝงที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ($\overline{X}$ =4.292, S.D. = 0.372) ซึ่งตัวแปรสังเกตที่มีค่าสูงสุด ($\overline{X}$ =4.376, S.D. = 0.449) คือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และมีค่าต่ำสุด คือ การกระตุ้นปัญญา ($\overline{X}$ =4.155, S.D. = 0.566) ตัวแปรค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า คือ การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีค่าเฉลี่ย สูงสด ($\overline{X}$ =4.394, S.D. = 0.501) ต่ำสุด คือ ความพอประมาณ ($\overline{X}$ =2.310, S.D. = 0.721) ตัวแปรความสามารถในการแข่งขัน พบว่า ความสามารถในการจัดการตลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ =4.206, S.D. = 0.460) ต่ำสุด คือ ความสามารถในการจัดการผลิต ($\overline{X}$ =4.054, S.D. = 0.564) ตัวแปรความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่งจะมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ =4.011, S.D. = 0.602) มีค่าต่ำสุด คือ ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าประธานกลุ่ม มีภาวะความเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมาก โดยสมาชิกกลุ่ม มีความสามารถในการจัดการตลาด รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง อยู่ในระดับมาก อย่างไรก็ตาม ความพอประมาณของกลุ่ม ยังอยู่ในระดับน้อย และเมื่อพิจารณาค่าความเบ้และความโด่งของตัวแปรสังเกต พบว่า มีค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และมีค่าความโด่งไม่เกิน 10 แสดงว่า ข้อมูลที่มีลักษณะดังกล่าวสามารถใช้การประมาณค่าแบบ Maximum likelihood ได้

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรายข้อคำถามมีผล ดังตารางที่ 9 ดังนี้ คือ

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (n = 549)

	ข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว		**4.063**	**0.384**	มาก
1	กลุ่ม มีการขยายการลงทุนทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด เช่น การผลิตสินค้าหลากหลายชนิด, การผลิตครั้งละจำนวนมากๆ[1]	4.455	0.618	มาก
2	กลุ่ม ผลิตสินค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพ	4.276	0.727	มาก
3	กลุ่ม ส่งสินค้าตรงเวลาอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่าย[2]	3.821	1.019	มาก
4	กลุ่ม มีการชักชวนเครือข่ายพันธมิตรหรือตัวแทนจำหน่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน	4.011	0.602	มาก
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง		**4.011**	**0.602**	มาก
5	กลุ่ม มีจัดเก็บข้อมูลลูกค้า หรือ ตัวแทนจำหน่าย[2]	3.694	0.874	มาก
6	สมาชิกกลุ่ม มีการพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ เสมอเพื่อการพัฒนาสินค้า	4.059	0.725	มาก
7	กลุ่ม มีการสอบถามตัวแทนจำหน่าย/ลูกค้า สำหรับการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า	4.015	0.818	มาก
8	กลุ่ม มีความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า[1]	4.267	0.728	มาก
9	กลุ่มของท่านมีการแสวงหาวัตถุดิบคุณภาพในท้องถิ่นเพื่อผลิตสินค้า	4.020	0.894	มาก
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง		**3.917**	**0.632**	มาก
10	กลุ่ม มีการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ทุกปี[1]	4.110	0.808	มาก
11	กลุ่ม มีวางแผนป้องกันปัญหาที่เกิดจากวัตถุดิบ ขาดตลาด	3.927	0.859	มาก
12	กลุ่ม มีการติดต่อหาตัวแทนจำหน่าย/ลูกค้า ใหม่ๆ ทุกปี	3.952	0.823	มาก

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อความ		ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
13	กลุ่ม มีแผนการจำหน่ายสินค้าให้ทั่วจังหวัดภาคใต้	3.888	0.906	มาก
14	กลุ่ม มีแผนการจำหน่ายสินค้าในภูมิภาคอื่น ๆ	3.816	0.999	มาก
15	กลุ่ม มีวางแผนจัดการเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการ[2]บริหารจัดการ	3.745	0.884	มาก
16	กลุ่ม มีการประชุมวางแผนสำหรับสิ่งที่จะต้องทำในปีถัดไป	3.982	0.772	มาก
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง		**3.939**	**0.637**	มาก
17	สมาชิกในกลุ่ม มีโอกาสเข้าร่วมอบรมความรู้ ทักษะต่างๆ เมื่อหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น	4.127	0.758	มาก
18	สมาชิกในกลุ่มมีหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า	3.896	0.781	มาก
19	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่มุ่งไม่ให้เกิดผลกระทบกับคนในชุมชน เช่น การส่งเสียงดัง การส่งกลิ่นเหม็น	3.859	1.260	มาก
20	กลุ่ม มีการพบปะกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้[2]เกี่ยวกับการขายสินค้า ทุก 6 เดือน	3.621	0.956	มาก
21	กลุ่ม มีความพยายามที่จะเป็นสมาชิกชมรม สมาคม หรือกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ	3.821	0.893	มาก
22	สมาชิกในกลุ่มร่วมใจกันทำงานหนักเพื่อที่จะให้สินค้ามีคุณภาพ มาตรฐานมากขึ้น[1]	4.306	0.744	

หมายเหตุ: 1 หมายถึง ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้าน
2 หมายถึง ข้อคำถามมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในแต่ละด้าน

จากตารางที่ 9 พบว่า ค่าเฉลี่ยความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงแต่ละด้านอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว ($\overline{X}$ =4.063, S.D. = 0.384) ในประเด็นเกี่ยวกับการขยายการลงทุนทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด อย่างไรก็ตาม กลุ่ม

ผู้ประกอบการยังมีการส่งสินค้าตรงเวลาอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้ายังไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นๆ ($\overline{X}$ =3.821, S.D. = 1.019) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาในด้านความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้าและคู่แข่ง พบว่า แต่ละประเด็นคำถามอยู่ในระดับมาก แต่ประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า หรือตัวแทนจำหน่ายยังมีระดับที่ไม่สูงมาก ($\overline{X}$ =3.694, S.D. = 0.874) ด้านการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง พบว่า ประเด็นการวางแผนจัดการเงินทุนสำหรับการบริหารจัดการยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก ($\overline{X}$ =3.745, S.D. = 0.884) ด้านการส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ประเด็นเกี่ยวกับการพบปะกับกลุ่มอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้ายังอยู่ในระดับที่ไม่สูง ($\overline{X}$ =3.621, S.D. = 0.956) จากตาราง0.886ที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ยของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่อยู่ในระดับมากสามารถแสดงจำนวนและร้อยละแต่ละมิติของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงดังตารางที่ 10 ดังนี้

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละจำแนกตามมิติความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ช่วงคะแนน	ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง							
	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว		ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง		การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง		การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.00-1.49	0	0	0	0	0	0	0	0
1.50-2.49	3	.6	7	1.3	8	1.5	10	1.8
2.50-3.49	83	15.4	85	15.6	139	25.5	101	18.4
3.50-4.49	440	81.8	339	62.1	287	52.6	304	55.5
4.50-5.00	12	2.2	115	21.1	112	20.5	133	24.3
รวม	538	100.0	546	100.0	546	100.0	548	100.0

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการฯ มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในแต่ละมิติอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่ากลุ่มมีความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว อยู่ในระดับคะแนนมากกว่า 3.50 มากที่สุด (ร้อยละ 81.8) รองลงมา คือ ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว (ร้อยละ 62.1) การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 55.5) การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง (ร้อยละ 52.6) ตามลำดับ

2.2 การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกต

ผู้วิจัยตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปรสองตัว (Bivariate relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียรสัน (Pearson Product moment Correlation Coefficient) ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตรวมทั้งทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรสังเกตแต่ละตัวว่าสอดคล้องกับทฤษฎีหรือผลงานวิจัยที่ผ่านมา ดังแสดงในตารางที่ 11 พบว่า ตัวแปรสังเกตแต่ละมีความสัมพันธ์ในทิศทางเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงให้เห็นว่า ตัวแปรดังกล่าวไม่มีภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) แสดงผลดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตที่ใช้ในการศึกษา (n = 547)

	ตัวแปรสังเกต	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	การสร้างแรงบันดาลใจ	1										
2	การกระตุ้นทางปัญญา	.534**	1									
3	การมีอิทธิพลทางอุดมคติ	.556**	.467**	1								
4	การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	.554**	.477**	.555**	1							
5	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง	.484**	.390**	.348**	.385**	1						
6	ความเพียร	.527**	.399**	.487**	.536**	.516**	1					
7	ความพอประมาณ	.263**	.108*	.222**	.300**	.258**	.362**	1				
8	การแบ่งปัน	.352**	.341**	.116**	.265**	.372**	.273**	.160**	1			
9	การมีจริยธรรม	.396**	.313**	.302**	.372**	.413**	.429**	.239**	.337**	1		
10	การพัฒนาภูมิสังคม	.365**	.338**	.261**	.270**	.389**	.355**	.254**	.345**	.351**	1	
11	การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	.475**	.386**	.381**	.466**	.450**	.502**	.303**	.328**	.411**	.461**	1

* p < .05 ,** p < .01

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา YALARAJABHAT UNIVERSITY

ตารางที่ 11 (ต่อ)

	ตัวแปรสังเกต	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
12	ความสามารถด้านนวัตกรรม	.424**	.308**	.308**	.336**	.374**	.448**	.250**	.300**	.379**	.351**	.523**
13	ความสามารถด้านการผลิต	.276**	.291**	.288**	.275**	.370**	.396**	.226**	.252**	.360**	.270**	.322**
14	ความสามารถด้านการจัดการตลาด	.521**	.401**	.386**	.474**	.551**	.546**	.338**	.439**	.423**	.441**	.521**
15	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	.434**	.408**	.351**	.418**	.439**	.444**	.297**	.370**	.441**	.399**	.436**
16	ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	.504**	.371**	.394**	.371**	.378**	.414**	.146**	.277**	.431**	.434**	.445**
17	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	.465**	.378**	.303**	.309**	.477**	.432**	.247**	.435**	.369**	.450**	.418**
18	การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	.433**	.352**	.277**	.348**	.348**	.358**	.208**	.398**	.360**	.373**	.334**

* p < .05 ,** p < .01

YALA RAJABHAT UNIVERSITY

ตารางที่ 11 (ต่อ)

	ตัวแปรสังเกต	12	13	14	15	16	17	18
12	ความสามารถด้านนวัตกรรม	1						
13	ความสามารถด้านการผลิต	.372**	1					
14	ความสามารถด้านการจัดการตลาด	.533**	.505**	1				
15	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	.361**	.350**	.549**	1			
16	ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	.466**	.302**	.476**	.556**	1		
17	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	.364**	.368**	.545**	.620**	.639**	1	
18	การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	.308**	.157**	.424**	.487**	.593**	.648**	1

* p < .05 ,** p < .01

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา YALA RAJABHAT UNIVERSITY

3. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการเปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยนมาตรฐานของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในแต่ละมิติ แสดงในตารางที่ 12 ดังนี้

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบแต่ละมิติของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาว และระยะเวลาการดำเนินงานของกลุ่ม

ข้อมูล	ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง				
	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	รวม
ระดับดาว					
3 ดาว	4.07±0.38	4.12±0.50	3.88±0.63	4.00±0.64	3.94±0.51
4 ดาว	4.09±0.34	4.00±0.53	3.91±0.59	3.91±0.62	3.89±0.47
5ดาว	4.03±0.44	3.96±0.45	4.00±0.47	3.94±0.90	3.92±0.45
	$F_{.05}(2,534)$ = .647, p = 0.524	$F_{.05}(2,532)$ = 2.832, p = 0.060	$F_{.05}(2,532)$ = 1.432, p = 0.240	$F_{.05}(2,534)$ = 1.047, p = 0.352	$F_{.05}(2,534)$ = 0.517, p = 0.597
ระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม					
ไม่เกิน 5 ปี	4.21 ± 0.43^{b}	4.20 ± 0.58^{b}	4.11 ± 0.60^{ab}	4.12±0.70	4.07 ± 0.47^{bc}
6-10 ปี	4.01 ± 0.29^{a}	3.96 ± 0.44^{ab}	3.84 ± 0.47^{a}	3.87±0.85	3.85 ± 0.40^{ab}
11-15 ปี	3.99 ± 0.39^{a}	3.96 ± 0.44^{ab}	3.84 ± 0.63^{a}	3.90±0.56	3.85 ± 0.45^{ab}
16-20 ปี	4.00 ± 0.14^{a}	3.90 ± 0.38^{a}	3.84 ± 0.21^{a}	3.85±0.14	3.83 ± 0.19^{a}
20 ปี ขึ้นไป	4.48 ± 0.14^{b}	4.11 ± 0.38^{ab}	4.32 ± 0.21^{b}	4.15±0.14	4.13 ± 0.39^{c}

ตารางที่ 12 (ต่อ)

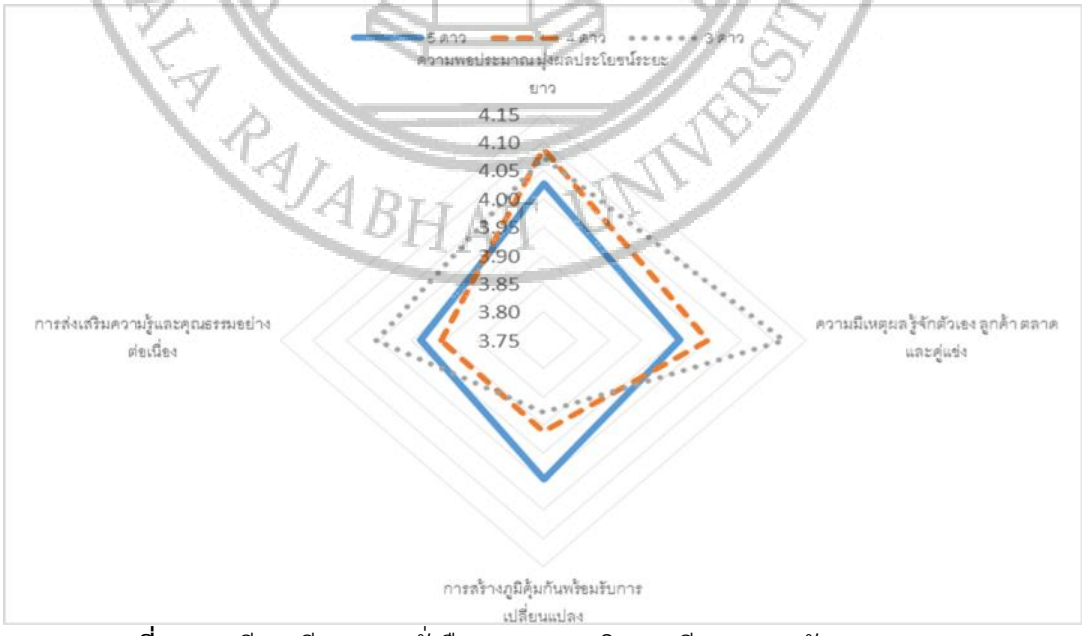
ข้อมูล	ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง				
	ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	รวม
	$F_{.05}(2,512)$ = 7.258, p = 0.001***	$F_{.05}(4,510)$ = 4.482, p = 0.001***	$F_{.05}(4,510)$ =8.000, p = 0.001***	$F_{.05}(4,512)$ =4.305, p = 0.067	$F_{.05}(2,534)$ = 0.517, p = 0.597

a, b คือ แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

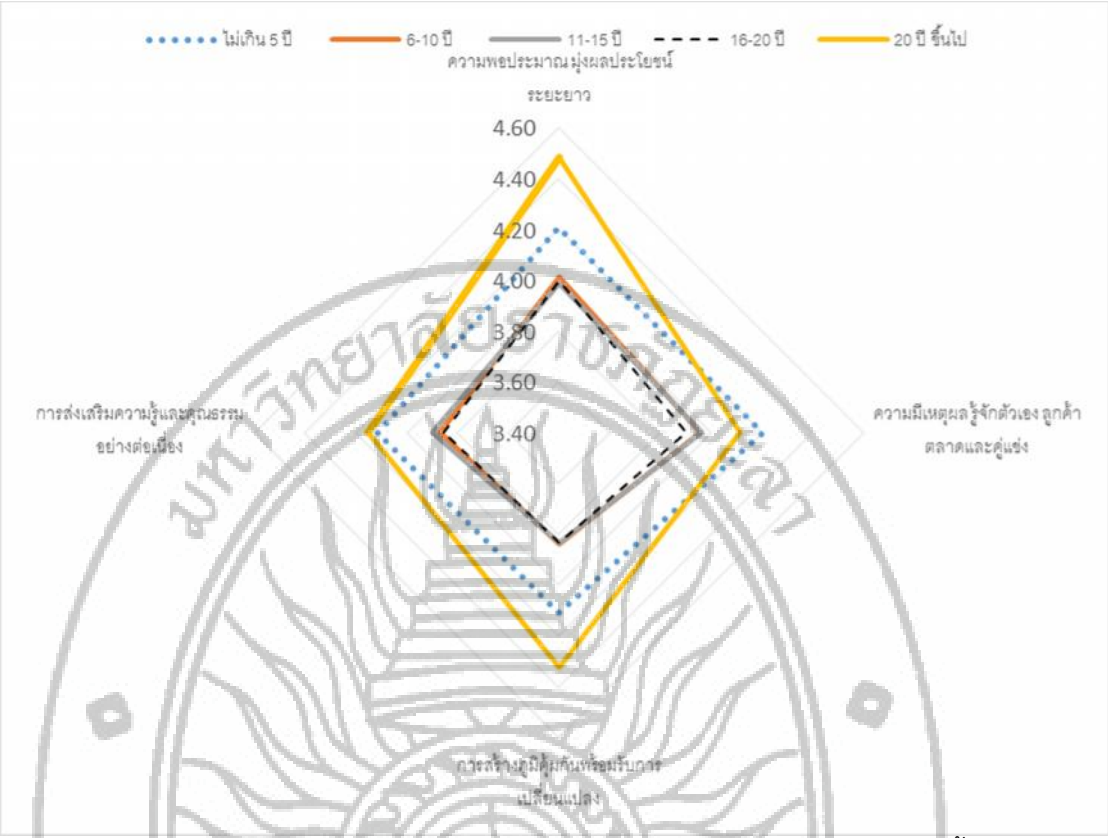
ab, bc คือ ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

*** p < .001

จากตารางที่ 12 พบว่า ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามระดับดาว (p > 0.05) อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว จะมีการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่สูงกว่าระดับดาวอื่นๆ (ภาพที่ 13) และเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p < .001) กล่าวคือ กลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี จะมีความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง ที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ยกเว้นด้าน ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่งกลุ่ม ที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ =4.20, S.D. = 0.58) (ภาพที่ 14)



ภาพที่ 13 เปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระดับดาว



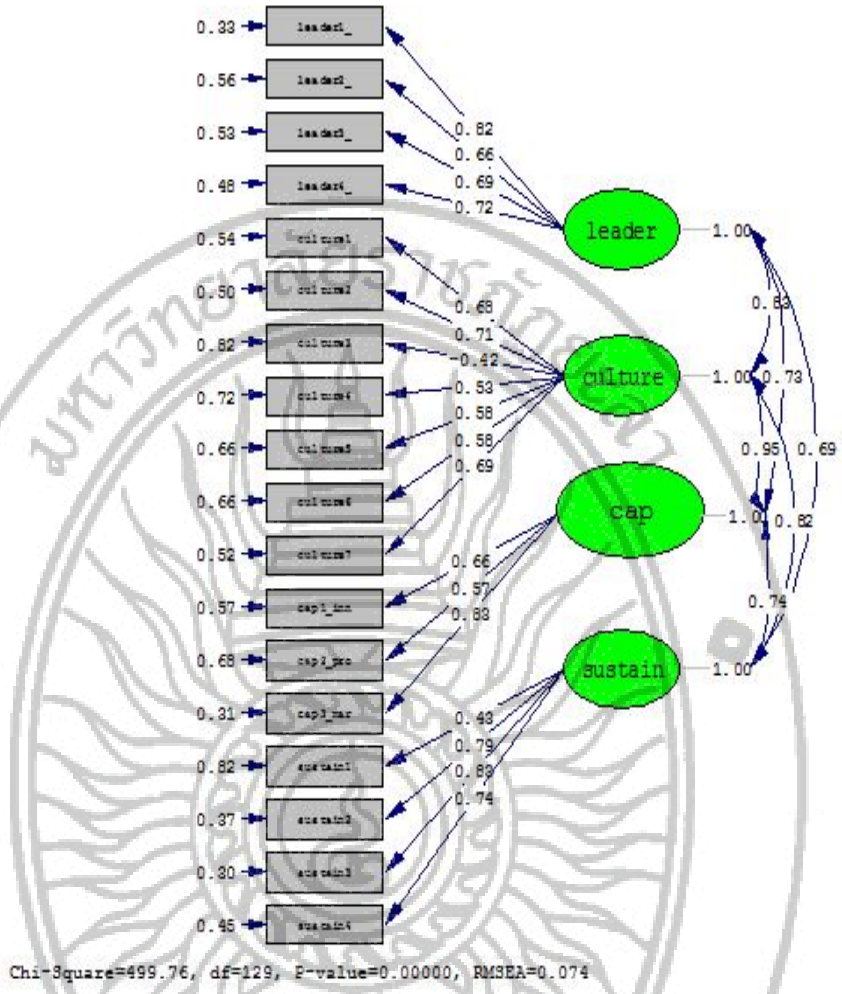
ภาพที่ 14 เปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม

4. ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

การศึกษานี้มีตัวแปรแฝงที่ใช้ในการศึกษา 4 ตัวแปร คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืน และการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง มีรายละเอียด ดังนี้ คือ

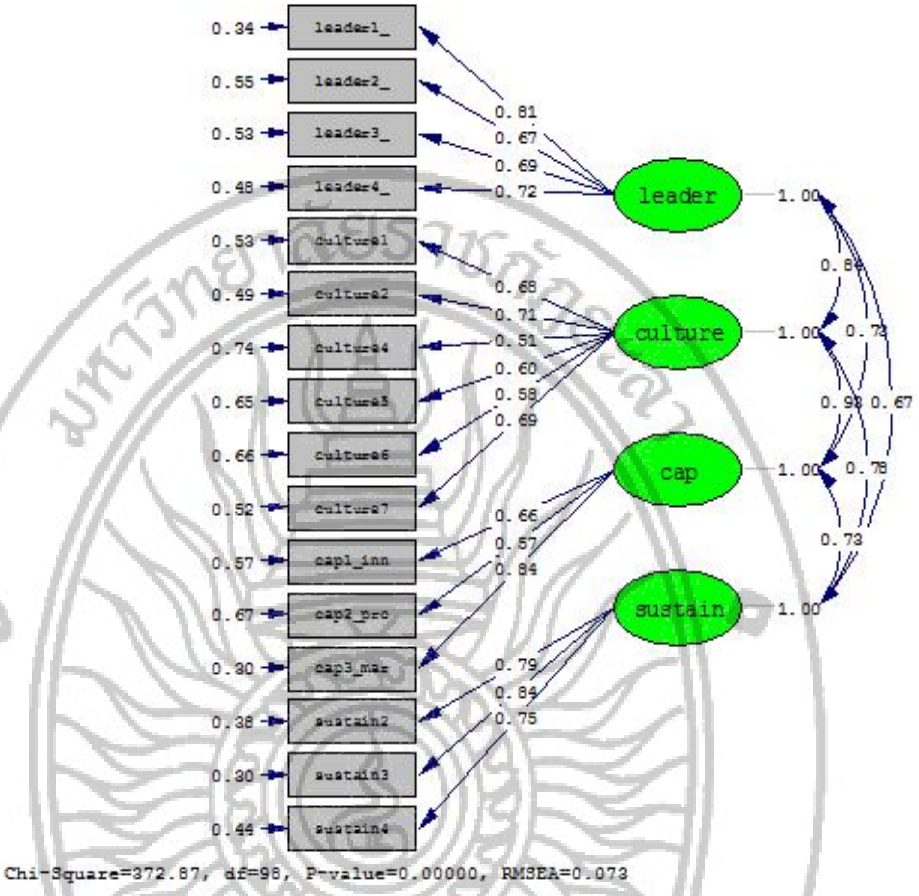
4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันทำเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัดตัวแปรแฝง สามารถแสดงได้ ดังภาพแบบจำลองการวัด ดังภาพที่ 15 ดังนี้



ภาพที่ 15 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝง

จากภาพที่ 15 พบว่า มีตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐาน (Completely Standardized Solution) ที่น้อยกว่า 0.5 คือ ความพอประมาณ น้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.42 (ซึ่งเป็นตัวัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง) และความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว น้ำหนักองค์ประกอบ 0.43 (ซึ่งเป็นตัววัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง) จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงและความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดตัวแปรสังเกตดังกล่าวออกจากแบบจำลองการวัด เนื่องจาก ลักษณะการผลิตของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะมีการผลิตที่มุ่งผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้า หรือตามสถานการณ์ภาวะการแข่งขันในแต่ละช่วงเวลา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ มีการดำเนินการทางธุรกิจที่มิได้มุ่งผลในระยะยาว ซึ่งสามารถแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่ปรับปรุง (หลังจากตัดตัวแปรสังเกตออก) ได้ดังภาพที่ 16 และตารางที่ 13



ภาพที่ 16 ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของตัวแปรแฝง (ปรับปรุง)

ตารางที่ 13 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานและสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสองของตัวแปรสังเกตจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐาน (Completely Standardized solution)	สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2)
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง		
การสร้างแรงบันดาลใจ	0.810	0.656
การกระตุ้นทางปัญญา	0.670	0.449
การมีอิทธิพลทางอุดมคติ	0.686	0.471
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล	0.722	0.521

ตารางที่ 13 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐาน (Completely Standardized	สหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R2)
ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง		
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง	0.683	0.466
ความเพียร	0.714	0.510
การแบ่งปัน	0.510	0.260
การมีจริยธรรม	0.595	0.354
การพัฒนาภูมิสังคม	0.580	0.336
การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้	0.695	0.483
ความสามารถในการแข่งขัน		
ความสามารถด้านนวัตกรรม	0.659	0.434
ความสามารถด้านการผลิต	0.572	0.327
ความสามารถด้านการจัดการตลาด	0.836	0.699
ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง		
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง	0.787	0.619
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	0.839	0.704
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	0.751	0.564

จากตารางที่ 13 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานของตัวแปรสังเกตของแต่ละตัวแปรแฝง พบว่า ตัวแปรสังเกตส่วนใหญ่เป็นตัวชี้วัดที่ดีของตัวแปรแฝง โดยน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานมากกว่า 0.5 (Hair et al., 2010) คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.670 และ 0.810) ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.580 และ 0.714) ความสามารถในการ

แข่งขัน (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.572 และ 0.836) ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (ค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานระหว่าง 0.751 และ 0.839)

จากการพิจารณาน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรสังเกตที่เป็นตัวชี้วัดของตัวแปรแฝง พบว่า ตัวแปรสังเกตทุกตัวเป็นตัวชี้วัดที่ดีของตัวแปรแฝง (น้ำหนักองค์ประกอบมากกว่า 0.5) เมื่อตรวจสอบทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางที่สอดคล้องกับทฤษฎี กล่าวคือ ตัวแปรแฝงแต่ละมีความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงในทิศทางบวก เมื่อพิจารณาค่าความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังแสดงในตารางที่ 14 ดังนี้

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของแบบจำลองการวัดที่ปรับปรุง

	χ^2/ df	RMSEA	CFI	SRMR
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	< 5	< 0.07 (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่าตั้งแต่ 0.92 ขึ้นไป)	> 0.92	≤ 0.08 (พิจารณาควบคู่กับค่า CFI ที่มีค่ามากกว่า 0.92)
แบบจำลองการวัด χ^2=372.869, df = 98	3.80	0.07	0.976	0.041

การวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนกระหว่างตัวแปรแฝง (Divergent validity)

จากการพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานของแต่ละตัวแปรสังเกต พบว่า ตัวแปรสังเกตเป็นตัวชี้วัดที่ดีของตัวแปรแฝง รวมถึงสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรได้สูง อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง ตัวแปรแฝงแต่ละตัวจะต้องมีความสัมพันธ์กันไม่สูงจนถือว่าเป็นตัวแปรเดียวกัน การพิจารณาว่าแบบวัดของตัวแปรแฝงแต่ละตัววัดตัวแปรเดียวกันหรือมีความตรงเชิงจำแนก (Divergent validity) ทำได้โดยพิจารณาเมทริกซ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ดังตารางที่15 ดังนี้

ตารางที่ 15 ความตรงเชิงจำแนกระหว่างตัวแปรแฝง (Divergent validity)

ตัวแปร	1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	2.ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	3. ความสามารถในการแข่งขัน	4. ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
1. ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	1			
2. ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจ 3. ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ	0.843 (-0.024)	1		
3. ความสามารถในการแข่งขัน	0.73 (-0.033)	0.93 (-0.022)	1	
4. ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง	0.667 (-0.034)	0.784 (-0.027)	0.726 (-0.033)	1

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Standard error)

จากตารางที่ 15 เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า มีค่าระหว่าง 0.667-0.93 โดยส่วนใหญ่ไม่เกิน 0.9 (Kline,2011) ยกเว้น ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ กับ ความสามารถในการแข่งขันที่มีค่า เท่ากับ 0.93 แต่เมื่อพิจารณา

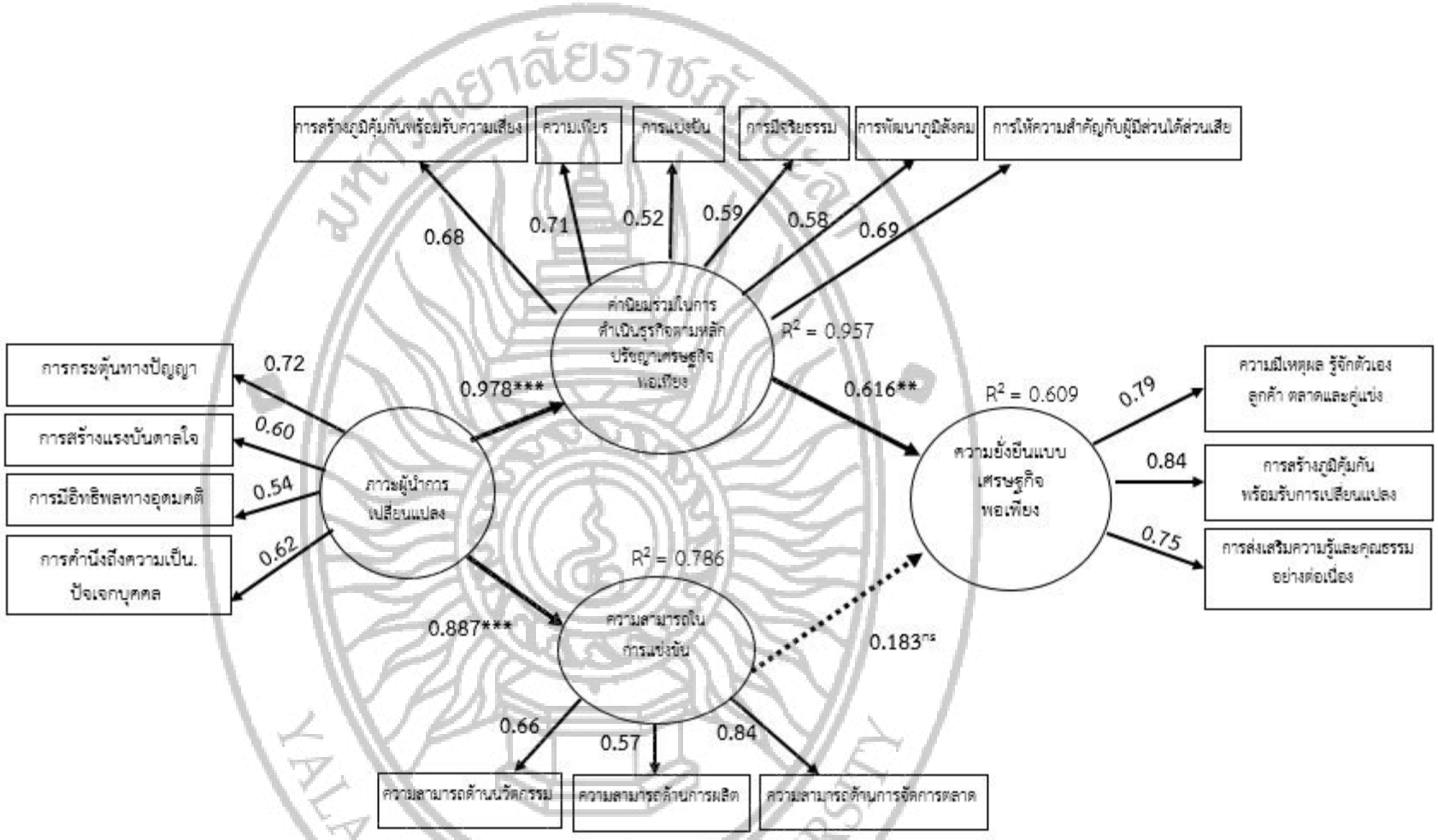
ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรบวกกับสองเท่าของความคลาดเคลื่อนมาตรฐานไม่เกินกว่า 1 คือ 093+ 2(-0.022) เท่ากับ 0.886 จึงถือว่าคู่ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันสูงแต่ยังไม่ใช่ตัวแปรเดียวกัน สรุปว่า แบบวัดที่ใช้สามารถวัดตัวแปรได้แตกต่างกัน จากผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่แสดงค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก แสดงให้เห็นว่า แบบวัดของตัวแปรแฝงในแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรแฝงได้สูง รวมทั้งเป็นแบบวัดของตัวแปรแฝงคนละตัวแปร นั่นคือ แบบจำลองการวัดมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้สำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างในขั้นต่อไปได้

4.2 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างของของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรม LISREL Version 8.8 เพื่อ 1) ตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างที่

กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ 2) ศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่มีผลของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 ความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พบว่า ยังมีความสอดคล้องไม่ดีโดยมีค่าไคสแควร์ (χ^2) = 499.624, df = 100 RMSEA = 0.086 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA อยู่ในช่วง 0.079 ถึง 0.094 CFI = 0.967, SRMR = 0.015 ผู้วิจัยจึงปรับแบบจำลองโดยให้ความคลาดเคลื่อนของการวัดตัวแปรสังเกตของการวัดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กัน 2 คู่ คือ 1) การสร้างแรงบันดาลใจมีความสัมพันธ์กับการมีอิทธิพลทางอุดมคติ 2) การมีอิทธิพลทางอุดมคติความสัมพันธ์กับการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เนื่องจาก เห็นว่าหากประธานกลุ่ม มีการประชุมชี้แจง สนับสนุน หรือเปิดโอกาสให้สมาชิกฝึกอบรมและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่า ประธานกลุ่ม มีการวางแผนในการทำงานและรับฟังความต้องการของสมาชิก ผลพบว่า แบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์มีความสอดคล้องดีโดยมี ค่าไคสแควร์ (χ^2) = 427.041.218, df = 98 RMSEA = 0.079 ช่วงความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ของ RMSEA อยู่ในช่วง 0.071 ถึง 0.087 CFI = 0.972, SRMR =0.048 สามารถแสดงความสอดคล้องของแบบจำลองสมการโครงสร้างที่กำหนดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ดังภาพที่ 17



*** p<.001

ภาพที่ 17 แบบจำลองสมการโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (จากการปรับแบบจำลอง)

ผลการศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่มีผลของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แสดงผลดังตารางที่ 16 ดังนี้

ตารางที่ 16 ค่าอิทธิพลทางตรง (Direct effects: DE) อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects: IE) และอิทธิพลรวม (Total effects: TE) ระหว่างตัวแปรเชิงเหตุกับตัวแปรเชิงผล

ตัวแปรสาเหตุ	**ตัวแปรผล**								
	ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลัก			ความสามารถในการแข่งขัน			ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง	0.978^{***}	-	0.978^{***}	0.887^{***}	-	0.887^{***}	-	0.765^{***}	0.765^{***}
ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	-	-	-	-	-	-	0.616^{***}	-	0.616^{***}
ความสามารถในการแข่งขัน	-	-	-	-		-	0.183^{ns}	-	0.183^{ns}
R^2	0957			0.786			0.609		

*** $p < .01$

ns คือ ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากตารางที่ 16 ที่แสดงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรสาเหตุกับตัวแปรผล มีดังนี้ คือ

ตัวแปรเชิงเหตุที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมา คือ ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง) ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันไม่อิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลโดยตรงค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (β= 0.978, p< .001) (ยอมรับสมมติฐานที่ 1) และความสามารถในการแข่งขัน (β= 0.887, p< .001) (ยอมรับสมมติฐานที่ 2) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจโดยผ่านค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (β= 0.765, p< .001) (ยอมรับสมมติฐานที่ 5) ขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงผ่านความสามารถในการแข่งขัน (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 6) ซึ่งมีผลทำให้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลโดยรวมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เท่ากับ 0.765

ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เท่ากับ 0.616 (ยอมรับสมมติฐานที่ 3)

ความสามารถในการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (β= 0.183, p>.05) (ปฏิเสธสมมติฐานที่ 4)

จากผลการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการแข่งขันร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงได้ร้อยละ 60.9 โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลทางอ้อมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยผ่านค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเท่านั้น แสดงว่า การที่ผู้นำหรือประธานกลุ่ม จะสร้างความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดได้นั้น ประธานกลุ่มจะต้องสร้างค่านิยมร่วมฯ ในกลุ่มสมาชิกเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

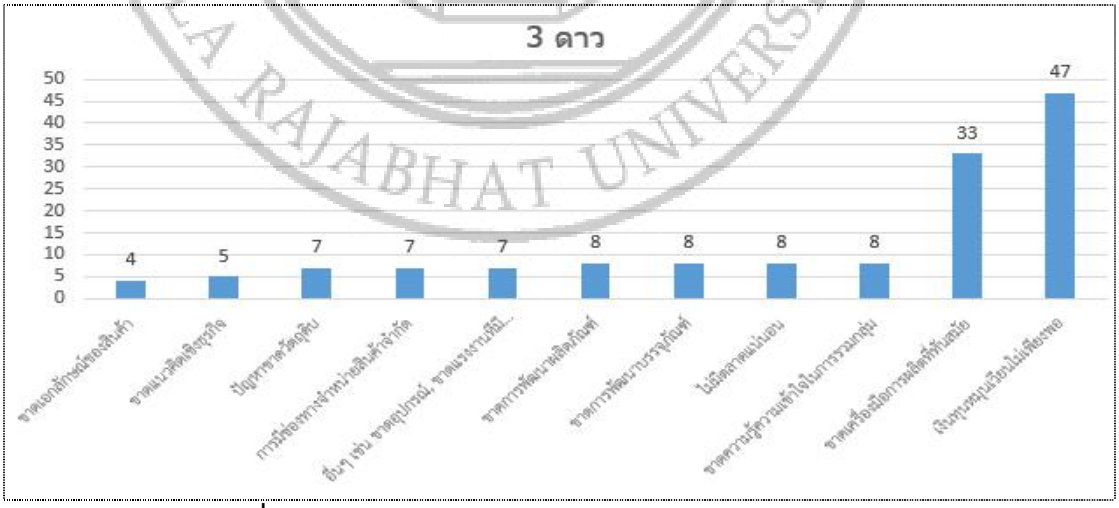
5. ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงผลดังตารางที่ 17 ดังนี้

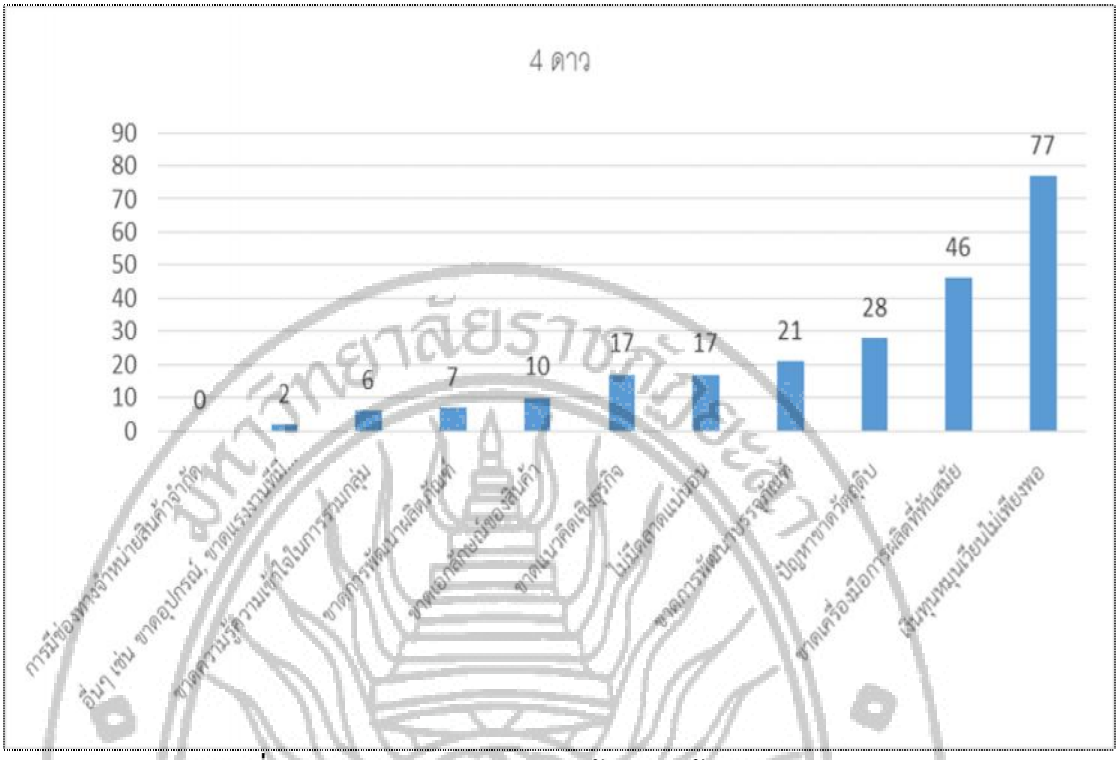
ตารางที่ 17 ปัญหาอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ปัญหาอุปสรรค	3 ดาว	4 ดาว	5 ดาว	รวม
ปัญหาขาดวัตถุดิบ	7	28	9	44
ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย	33	46	13	92
ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์	8	7	7	22
ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	8	21	7	36
ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า	4	10	4	18
เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ	47	77	63	187
ขาดแนวคิดเชิงธุรกิจ	5	17	10	32
การมีช่องทางจำหน่ายสินค้าจำกัด	7	0	5	12
ไม่มีตลาดแน่นอน	8	17	23	48
ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม	8	6	8	22
อื่นๆ เช่น ขาดอุปกรณ์, ขาดแรงงานที่มีทักษะสูง	7	2	0	9

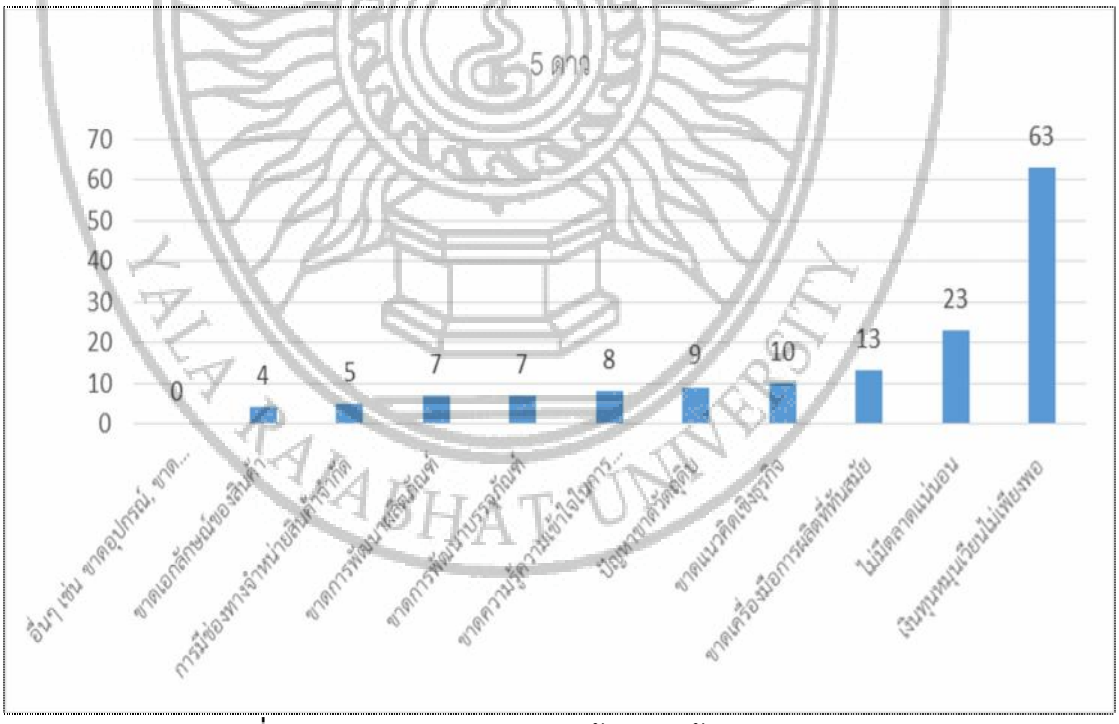
จากตารางที่ 17 พบว่า ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละระดับดาวจะมีปัญหาที่คล้ายคลึงกัน คือ เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียง สำหรับปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตฯ ระดับ 3 ดาว ที่เป็นลำดับรองลงมาคือ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม ไม่มีตลาดที่แน่นอน ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์ (ดังภาพที่ 18) ปัญหารองลงมาของกลุ่มผู้ผลิตฯ ระดับ 4 ดาว คือ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และปัญหาขาดวัตถุดิบ (ดังภาพที่ 19) ปัญหารองลงมาของกลุ่มผู้ผลิตฯ ระดับ 5 ดาว คือ ไม่มีตลาดแน่นอน และการขาดเรื่องมือการผลิตที่ทันสมัย (ดังภาพที่ 20)



ภาพที่ 18 ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 3 ดาว



ภาพที่ 19 ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 4 ดาว



ภาพที่ 20 ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าฯ ระดับ 5 ดาว

ความคาดหวังของกลุ่ม พบว่า ระดับ 3 ดาว คาดหวังจที่จะได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง เกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้โดยเฉพาะด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ในขณะที่ระดับ 4 ดาว มีความคาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย การส่งเสริมการตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ ระดับ 5 ดาว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดหวังที่จะได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนหมุนเวียนเพื่อบริหารการผลิตของกลุ่ม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพมาอธิบายผลเชิงปริมาณ ทำการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกตัวอย่างจากประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ซึ่งเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี และระยะเวลาจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี เนื่องจาก ผลการเปรียบเทียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงมีความแตกต่างตามระยะเวลาที่จัดตั้งกลุ่ม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในแต่ละด้านที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์จะนำเสนอเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงและปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบแบบเศรษฐกิจพอเพียง การสนทนากลุ่มจะนำเสนอเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นในการทำธุรกิจของกลุ่มปัญหา อุปสรรค และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ระหว่างเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน 2558 ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 16 คน ประกอบด้วย 1) มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี จำนวน 8 คน มีตำแหน่งเป็นประธานกลุ่ม 6 คน สมาชิกกลุ่ม 2 คน 2) มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม 20 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน โดยเป็น มีตำแหน่งเป็นประธานกลุ่ม 7 คน สมาชิกกลุ่ม 1 คน การสนทนากลุ่มผู้ใช้ดำเนินการสนทนาเป็น 2 ช่วง ณ อาคารบรรณราชนครินทร์ ชั้น 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา คือ ช่วงแรก (สนทนากลุ่มวันที่ 3 มิถุนายน พ.ศ 2558) สนทนากลุ่มผู้ประกอบการที่มีการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี จำนวน 6 คน มีตำแหน่งเป็นประธานกลุ่ม 5 คน สมาชิกกลุ่ม 1 คน ช่วงที่สอง (สนทนากลุ่มวันที่ 5 มิถุนายน พ.ศ 2558) สนทนากลุ่มผู้ประกอบการทีมีการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี จำนวน 6 คน ตำแหน่งเป็นประธานกลุ่ม 5 คน สมาชิกกลุ่ม 1 คน

1. ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

1.1. ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มจะมีการผลิตที่หลากหลายชนิดโดยแต่ละชนิดมีราคาที่แตกต่างกัน ซึ่งการผลิตผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นการผลิตที่ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า มีการซื้อขายจะเป็นที่จ่ายเป็นเงินสดหรือโอนเงินเข้าบัญชีหลังจากได้รับสินค้า โดยมีแนวคิดที่จะดำเนินธุรกิจด้วยตนเองมากกว่าที่จะมีการชักชวนเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อมาดำเนินการร่วมกันจะก่อให้เกิดปัญหาหรือความยุ่งยาก เนื่องจาก มีเป้าหมายลูกค้าหรือลักษณะแนวทางการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ดังคำกล่าวที่ว่า

“...ทำตามที่เขาออเดอร์ที่ร้านสั่งมา หมดแล้วมาส่ง ไม่อยากเก็บไว้นานๆ เพราะเก็บได้หนึ่งเดือน ....”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...เราจะให้ลูกค้าโอนเงินมาก่อน ค่อยผลิต ...เอาก็เอา ไม่เอาก็แล้ว...เราจะให้ลูกค้าโอนเงินมาก่อน 60 % เราจะไม่ผลิตหรือกู้ก่อน...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...หาวัตถุดิบในพื้นที่หมดเลย ผลิตเมื่อคนกลางสั่ง ...” (ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...วัตถุดิบซื้อจากร้าน เขาจะทำทีเขาออกไปซื้อแล้วก็มาทำ บางทีมีเตรียมไว้ก่อน แต่เตรียมไม่เยอะ ...” (สมาชิกกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...เคยหาดีลเลอร์ให้ไปทำตลาดเอง โดยจัดแบ่งเปอร์เซนต์ กัน แต่เค้าขอเครดิต เราไปไม่ได้ เพราะเงินของเราก็ฝืดอยู่แล้ว...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 4 ดาว)

“...เราคัดลูกหยี ดีๆ เราจะเก็บไว้ก่อน แต่ถ้าใกล้จะเสียเรา เราก็ให้เค้าแกะเอาเนื้อเก็บไว้ เก็บได้ 2-3 ปี...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...มีแนวคิดที่จะหาพันธมิตร แต่กลัวยากบางครั้งกลุ่มเป้าหมายไม่เหมือนกัน ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ถ้ามีคนสั่งเยอะๆ มีการวางแผน ถ้าไม่มีคนสั่งหมวกกะปีเยาะเราก็ทำเสื้อ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...มีคนนอกแล้วลำบาก แต่คนในครอบครัวเค้าจะรู้...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...เคยมีเครือข่ายตอนปี 56 เอาสิ่งของมารวมกัน 2-3 กลุ่มแล้วช่วยเอาไปขาย แต่คิดว่า เราทำของเราดีกว่านำกลุ่มอื่นมาช่วยทำ ถ้ารับกลุ่มอื่นมาทำ เขาอยู่หมู่อื่น แต่กะอยู่หมู่ 3 ทำให้

มีปัญหาเยอะ กะเลยขอทำกลุ่มกะอย่างเดียว ...ปัญหาในกลุ่มเราแก้ได้ ถ้ารับกลุ่มอื่นมีปัญหาเยอะ ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...แนวคิดในการหาเครือข่ายไม่มีหรอก กลัวว่าเราทำให้เค้าไม่ได้ ถ้าหากเค้าต้องการ 30.000 ฟอง โรงงานของเราก็ไม่ได้ไง ...”(ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

1.2 ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่ม มีการติดต่อสอบถามข้อมูลกับลูกค้าทั้งจากลูกค้าเดิมและลูกค้ารายใหม่เมื่อมีการไปแสดงสินค้า เพื่อนำผลที่ได้มาปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า ซึ่งมีการติดต่อลูกค้าเพื่อหาตลาดส่วนใหญ่ประธานกลุ่มจะเป็นผู้ดำเนินการหาตลาดเอง รวมทั้งการดำเนินการผลิตการตลาดจะมีให้ลูกค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือปรับปรุงสินค้า ดังคำกล่าวที่ว่า

“...เก็บข้อมูลลูกค้าใน คอมพิวเตอร์ ดึงเมื่อไหร่ก็ได้...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...ลูกค้ามีแนะนำว่ากวนไม่ให้เหนียว...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...จะมีลูกค้าโทรถามเรียกลูกค้าเวลาออกบูท มีการจัดเก็บบ้าง จะจดบันทึกไว้ เคยเห็นสมุดของเขา ...”(สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...ส่วนมากลูกค้าจะโทรมาว่าสินค้าเป็นอย่างไร บางครั้งก็คุยผ่าน line ผ่าน facebook ประมาณนี้...” (สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...เก็บข้อมูล บันทึกสีที่ขายดี แบบนี้ขายดี เก็บข้อมูลลวดหลาย ดูหลายของผ้าโสร่งจากอินโดมันมีหลากหลาย ลายปกติ ผลไม้ เรขาคณิต สมัยนั้นนิยมสับปะรดติดเพชร องุ่น เราออกแบบให้อีกคนทำคือพี่สาว...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, 4 ดาว)

“...เคยคุยกับลูกค้า ไม่มีตัวแทน บางที่มีลูกค้ามาบอก จดในสมุด...” (เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...ลูกค้าที่โทรส่วนใหญ่จะเป็นประธาน ส่วนใหญ่เป็นลูกค้ารายใหญ่ แต่ถ้าเป็นลูกค้ารายย่อยๆ หนูจะติดต่อหรือ ติดต่อผ่านหนูเอง ...”(สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...ผมเป็นคนติดต่อหาลูกค้าเอง สมาชิกจะช่วยในกรณีไปออกบูธแทน ...” (ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี ,สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 4 ดาว)

“...ตอนนี้ไปคุยกับลูกค้าส่วนใหญ่ให้ลูกไป ลูกคนที่สี่ ที่ห้า...”(เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

1.3 การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่ม มีการผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพและการบรรจุหีบห่อ เพื่อสร้างความแตกต่างที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการผลิตดังกล่าวมุ่งที่จะจำหน่ายในท้องถิ่นหรือพื้นที่ใกล้เคียง เนื่องจาก หากมีการจัดจำหน่ายในภูมิภาคอื่น ผู้ประกอบการจะไม่มั่นใจในรายได้จากการขายสินค้ากับค่าใช้จ่ายที่จ่ายไป ซึ่งการบริหารจัดการเงินทุนจะมีการบันทึกบัญชีอย่างง่ายเพื่อให้รู้ถึงรายได้และค่าใช้จ่าย และมีการดำเนินงานที่มุ่งให้ได้รายรับที่เป็นตัวเงินจากการขายในเวลาอันรวดเร็ว เช่น การจำหน่ายสินค้าด้วยเงินสดหรือเก็บเงินในการจัดส่งสินค้าครั้งต่อไป และเมื่อพิจาณาตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า กลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี จะมุ่งเน้นในประเด็นเกี่ยวกับการผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การวางแผนจัดจำหน่ายทั้งในและนอกพื้นที่ฯ การควบคุมดูแลบัญชีการเงินของกลุ่ม ในขณะที่กลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งไม่เกิน 5 ปี จะมุ่งเน้นในประเด็นเกี่ยวกับ การพัฒนาสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าสำหรับการหาตลาดในอนาคตภายใต้การขับเคลื่อนที่สำคัญของประธานกลุ่ม ดังคำกล่าวที่ว่า

“...เราจะดูว่าสมาชิก ผสมสูตรถูกมั้ย เราจะแนะนำว่าทำอย่างไร เช่น การเคี่ยวน้ำตาลให้เหนียว. ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...แต่ก่อนเราจะส่งกรุงเทพล่งแบบธรรมดา แต่เดียวนี้เราจะบรรจุภัณฑ์ ถ้าตามบ้านเราจะไม่บรรจุภัณฑ์...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ของที่อื่นไม่เหมือนกับเรา ของเรามีใบชะพลู แต่ของคนอื่นไม่ใส่ แตกต่างที่รสชาด...”.(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...ถ้าออกบูทไกลๆค่าเดินทางเอง ค่ากินเองเราจะไม่ออก เพราะไม่รู้จะขายได้ไหม สมาชิกจะไม่ไป...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...ปรับปรุงสินค้าแต่ก่อนมันจะเล็กตอนนี้ใหญ่ขึ้นให้เหมาะสม เราต้องเทคแคร์ลูกค้า ดูแลไม่ให้เสียชื่อเสียงต้องรักษาลูกค้าให้ดี...”(สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...ถ้าออกบูทไกลๆค่าเดินทางเอง ค่ากินเองเราจะไม่ออก เพราะไม่รู้จะขายได้ไหม สมาชิกจะไม่ไป...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...การออกบูทนิเราวางแผนแค่เสนอสินค้า ขายได้ไม่ได้ก็แล้วแต่ ส่วนมากถ้าเราไปกรุงเทพฯได้อยู่แล้ว ถ้าไปทางเหนือทางโน้นเราก็ไม่กล้าไปเพราะเขาไม่ซื้อ คนละคน อย่างว่าจะได้กำไรเลยทุนยังไม่กลับเลย...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...เดินตลาดเอง เดินมาเยอะ...เป็นนักขายขายก่อน ลองเอามั้ย...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...เวลาไปตลาดหาดใหญ่ ก็จะเอาแบบของหาดใหญ่มาปรับแบบของเรา หลังจากนั้น ก๊ะก็เรียกสมาชิกมาดู มาคุย มาลองทำแบบนี้บ้าง จะทำไปแบบนี้เรื่อยๆ ก๊ะไปหาดใหญ่บ่อยๆ. ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...การติดต่อลูกค้า มีตัวแทนจำหน่ายแถว ยะลา ปัตตานี มีลูกค้าโทรสั่งเราก็จะวางแผนส่ง วางแผนเฉพาะการผลิต วางแผนการออกบูทเอาอะไรไปขาย เอาเท่าไร เอากี่ตัว ...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...การกู้ยืมเงินเพื่อมาบริหารจัดการกลุ่มไม่มีผลทำให้กลุ่มมีผลดำเนินงานที่ดีขึ้น เพราะ ให้โอนเงินมาก่อน 60 %...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...เราจะไม่ขยายใหญ่จนกว่าเราจะพร้อม ผมมีแผนของผมในการดำเนินงาน ปีแรกจะพอย่างนี้ ปีที่สองจะทำอย่างนี้...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...เก็บบัญชีอย่างง่าย โดยทั่วไป จดอย่างเดียว เพื่อให้รู้ว่างบดุลอย่างไร...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...การบริหารจัดการเงินทุน..เข้าบัญชีกลุ่ม ตอนจะใช้มีสมาชิกในกลุ่มไปถอน มีสมาชิก 3 คน ไปถอน ถ้าจะใช้เงินน้อยๆ มีเงินกลุ่ม เก็บไว้ใช้ในตอนฉุกเฉิน จะซื้ออะไรต้องแจ้งประธานแล้วไปถอนเงินได้...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ใช้เงินสดหมุนเวียนอย่างเดียว...”(ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...เงินทุนนิเก็บจากสมาชิก ตอนนี้สมาชิกมีทั้งหมด 10 คน คนที่มาทำแล้วออกไม่ได้ลงทุนที เราจะจ้าง เก็บเงิน 1000 2000 นิเอาไว้ซื้อของเรามีการลงบัญชี ปีนี้เราซื้อผ้ากี่ก้อน ซื้อด้าย พอครบหนึ่งปีเราก็จะคำนวณว่าต้นทุนได้แค่นี้ เราขายได้แค่นี้ แล้วก็แบ่ง ถ้าไม่ครบหนึ่งปีเราจะไม่แบ่ง...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ส่วนมากส่งของวันนี้ จะเก็บเงินในการส่งของครั้งต่อไป...แล้วค่อยเอาเงินให้กับคนที่เก็บเงิน...ทุกเดือนจะแบ่งเงินกับสมาชิกในกลุ่ม...” (ประธานกลุ่ม,จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร ,4 ดาว

“...ตอนนี้วางแผนจะหาทุนะเปิดร้านที่ปัตตานีตะโละกาโปร์เลย จะทำหน้าถนนเลย ตอนนี้หาที่ดินจะเช่า ซื้อไม่มีเงิน ทำร้านแล้วะติดไวนิล ลูกค้าติดต่อเอง เราไม่ได้ไปหานี้ไม่ทัน ให้ลูกค้าโทรสั่ง...”(เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

1.4 การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง

กลุ่มผู้ประกอบการมีการผลิตสินค้าที่มุ่งคุณภาพคำนึงมาตรฐานสินค้าหากไม่ได้มาตรฐานตามที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งการดำเนินงานที่ผ่านมา สมาชิกในกลุ่มมีการเข้าร่วมอบรมความรู้กับหน่วยงานภาครัฐจะมีการเข้าอบรมค่อนข้างบ่อยๆ ซึ่งการอบรมดังกล่าวมิได้สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม การพบปะพูดคุยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้จะเป็นการพูดคุยภายในกลุ่มผู้ประกอบการ ดังคำกล่าวที่ว่า

“... การผลิตมีการสั่งให้เค้าทำความสะอาดมาก่อนส่งสินค้าให้เรา มีให้ลูกค้ามาเปลี่ยน เรายอมขาดทุน เราเอาลูกค้าไว้ก่อน การอบรม อบรมเกี่ยวกับมาตรฐานสินค้า...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... การบรรจุภัณฑ์จะเน้นเรื่องความสะอาด เพราะ เป็นเรื่องของคุณภาพ...” (ประธานกลุ่ม, ระยะเวลาจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“... มีการเข้าร่วมอบรมความรู้บ่อย ปีหนึ่งไป 5-6 ครั้ง แล้วดูคนด้วยว่าเหมาะสมกับการอบรมอะไร แล้วถามว่าใครอย่างไป ถ้าว่างก็ไปไม่ว่างก็ไม่ไป...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... สมาชิกไม่มีใครเข้าอบรม ถ้าไปไม่รู้จะบอกอะไร มีคนมาบอกว่ามีอบรมที่นั้นแต่สมาชิกของเราไม่ไป ถ้ามีอบรมมาแบบไม่เสียตังค์ไม่แน่ ถ้าต้องเสียค่าใช้จ่ายนิก็ไม่ แต่ถ้ามาสอนในหมู่บ้านนิไป...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... มีบ่อย ส่วนมากพี่ไปเอง การอบรมได้ไปเที่ยว อบรมเสร็จจบ ก็จบ คนอื่นๆ ก็เหมือนกัน อบรมเสร็จก็จบ ก็เค้าให้ไป ก็ไปไง...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... เราจะบอกสมาชิก ว่าสูตรเราทำเป็นอาชีพนะ ถ้าเราเอาสูตรไปให้คนอื่น เค้าจะมาแข่งกับเรา จะทำให้เราขายไม่ได้ พวกคุณก็จะไม่มีงานทำ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... สองเดือนสามเดือนมีเรียกประชุมครั้งหนึ่ง จะเอาไงพวกเราจะหยุดหรือจะเดินต่อ บางคนเดินต่อแหละบัง บางคนคิดไม่ออก แต่เราคิดจะให้ก้าวหน้า แต่ขายไม่ออกจะทำยังไง แต่เราคิดเรื่องเอกลักษณ์ของเราไม่ไม่ให้หาย ลายนิเราคิดเองจะไม่มีชื่อ เราดูแล้วเรามาคิดเอง ถ่ายรูปเก็บไว้หรือเก็บแบบไว้ ชื่อไม่มีเราคิดเอง เราจะถ่ายรูปเก็บไว้ในแผ่น ซีดี...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... มีการประชุมกลุ่มเดือนละ 2 ครั้ง มาคุยว่าทำยังไงให้ผลิตได้เยอะ เดี๋ยวนี้ไปร่วมงาน โอทอปไม่ค่อยดี...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

2. ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการสัมภาษณ์ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน ปัญหา อุปสรรค และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มจะดำเนินการโดยประธานกลุ่มเป็นบุคคลหลักในการขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ทั้งด้านการวางแผนหาลูกค้า การติดต่อลูกค้า มีการงานแผนการผลิตตามสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยที่การผลิตมุ่งเพื่อการผลิตที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยการประชุมกลุ่มจะมีการจัดประชุมนานๆ ครั้ง ตามความต้องการของประธานหรือเมื่อต้องมีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด และเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม พบว่าประธานกลุ่มจะมีการมุ่งเน้นในประเด็นเกี่ยวกับการหาตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขณะที่กลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี ประธานกลุ่มจะให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการหาตลาด รวมทั้งประธานกลุ่มจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าหากไม่สามารถดำเนินการตามความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ดังคำกล่าวที่ว่า

“...ประธานฯ มีการวางแผนการหาลูกค้าตอนที่ไปออกบูท ไปโรดโชว์ (Road show)...ไปออกบูทก็วางเป้าว่าจะได้เท่าไร แต่ได้ไม่ได้ก็ไม่เป็นไร...” (คอตีเยาะ หมวกกะปีเยาะ, ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งมากกว่า 20 ปี, 5 ดาว)

“...วางแผนลูกค้าเดิมมีการติดต่ออยู่แล้ว มีการส่งทางไลน์ ทางเฟซ ลูกค้าใหม่ตอนที่เราออกบูทเราจะแตกแผ่นพับในแผ่นพับจะมีเบอร์โทร บางทีใช้ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ก๊ะติดต่อเอง เค้ารู้จักเราจากที่มางานโอทอป สมาชิกก็ช่วยหาลูกค้าเหมือนกัน เวลาเค้าไปอบรม เค้าก็เอานามบัตรไปด้วย...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

“...สมาชิกพูดไม่ค่อยเก่ง แต่เวลาก๊ะเป็นวิทยากรก็จะให้เค้ามาช่วย แต่เค้าจะช่วยในการแนะนำว่าผลิตอย่างไร ทำอย่างไร...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...หากลูกค้าสั่งปริมาณมากๆ ก๊ะจะทำเอง แล้วเลือกของที่มีคุณภาพ หาสิ่งเจือปน แล้วเอาออก กลุ่มเราจะเน้นคุณภาพ เน้นของสด ใหม่ เสมอ ไม่สต๊อกเยอะ กลัวของเสีย คนที่ขาดทุนจะเป็นเรา ไม่ใช่ลูกค้าที่ขาดทุน...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“...ออเดอร์ที่เราคุ้นเคยนั้นทัน แต่ถ้ากระชั้นชิดนี้ไม่เคย ถ้ามีลูกค้ามาสั่งกระชั้นชิดต้องขอขยายเวลาถ้าเขารับได้ยอมให้ขยายเวลา ถ้าเราไม่เอาเหมือนกับรับตัดโอกาส เราต้องใช้วิธีนี้ 1. จะขยายเวลาไหม 2. จะเอาลายเดียวหรือหลากลายเราต้องมีสต็อกอยู่ หลากลายนิเราสต็อกไม่ได้สต็อกลายเดียว ถ้าเขาให้หลากหลายก็โอเค ถ้าจะเอาลายแเดียวนิต้องขยายเวลา ...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ประธานกลุ่มสำคัญ ถ้าไม่มีความรู้เลย ก็เปรียบเหมือนเป็นพ่อค้าเอาสินค้าของคนอื่นมาขาย มันไม่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมาไง...” (ประธานกลุ่ม, ระยะเวลาจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...ประธานกลุ่มมีการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์กับลูกค้า หรือตัวแทนจำหน่าย โดยประธานกลุ่มมีการติดต่อนะคะ โดยถ้าเป็นลูกค้าในจังหวัดจะเข้ามาคุยโดยตรงเลย...” (สมาชิกกลุ่ม, ระยะเวลาจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“...หากมีการสั่งซื้อจำนวนมากๆ ป้าจะทำตั้งให้ก่อน เวลาที่ป้าไม่อยู่ หรือไปประชุม 4-5 วัน บางครั้งถ้าไปหลายวันก็จะบอกก่อน ก็จะส่งสินค้าให้ก่อน เราก็ได้เงินสด เราก็บายใจ ตอนนี้ป้าอิ๊ดดูก่อนว่ามีใครจริงจังมั้ย ป้าก็จะสอนให้ แต่ตอนนี้ยังดูไม่ออก...” (, ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มงไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...ถ้าพี่ไม่อยู่ ก็ไม่มีใครทำ ความเห็นแก่ตัว เค้าเห็นงานส่วนตัวที่บ้านของเค้าสำคัญกว่า...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“...การติดต่อลูกค้าของประธานกลุ่ม..ติดต่อเอง ทางเราไม่ได้ไปหา นี้ไม่ทัน ให้ลูกค้าโทรสั่ง ...” (รอฮีมะห์ ข้าวเกรียบ, เหรัญญิก, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, 3 ดาว)

“...ถ้ามีตัวใหม่ๆ มา ก็จะเรียกสมาชิกมาคุย แต่ไม่ได้จัดประชุมเป็นทางการ.ถ้าหากมีลูกค้ามาติดต่อ บางครั้งก๊ะก็โทรถามสมาชิก..แต่โดยปกต 2 อาทิตย์จะคุยกันครั้งหนึง จะพูดเกี่ยวกับรูปแบบที่จะผลิต...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“...ถ้าผมไม่ทำต่อ กลุ่มจบเลย“... (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพรไม่ใช่อาหาร, 4 ดาว)

“...จะประชุมเมื่อมีลูกค้าสั่งซื้อเข้ามา หรือบางครั้งก็ประชุมว่าที่ผ่านมาคนสั่งสินค้าเข้ามาผ่านสมาชิกบ้างมั้ย...” (สมาชิกกลุ่ม, ระยะเวลาจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

2.2 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การผลิตสินค้าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือลูกค้า โดยการคำนึงมาตรฐานการผลิตให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า และมีการผลิตตามสถานการณ์ตลาด

หรือตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้การผลิตหรือการบริหารจัดการกลุ่ม ในช่วงระยะแรกบางกลุ่มผู้ประกอบการมีการกู้ยืมเงินมาเพื่อการบริหารจัดการ ดังคำกล่าวที่ว่า

“...เช็ดสินค้าก่อนส่งลูกค้า ถ้าชำรุดแยกของตั้งต่างหากและขายในราคาถูกๆ หรือตั้งมัสยิดบริจาคคนยากจน...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... หากสินค้าชำรุด...ถ้าชำรุดไม่ส่งกับลูกค้า จำหน่ายในราคาถูก...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... ถ้าผลิตเยอะของที่ไม่ดีเราจะทิ้ง ถ้ากินได้เราจะแจกจ่ายภายในกลุ่ม ถ้าไม่ได้มาตรฐานจะไม่ขายเลย ทางเรายอมขาดทุน...” (ประธานกลุ่ม,จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว) ถ้าของไม่ดีทางเราจะส่งใหม่เลย ของเรายังไม่เคยเสีย ...(ฟิตรียะห์ โรตีกรอบ, สมาชิกกลุ่ม, ก่อตั้ง 8 ปี, 4 ดาว)

“... ถ้าผลิตไม่ได้มาตรฐานทางเราจะลดราคาสำคัญที่การปัก ถ้ามีตำหนินิดเดียวต้องรดราคาเลย สมมุติว่ามีรอยขีดเราจะลดราคาเลย 10%...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 4 ดาว)

“... ของก๊ะ จะผลิตสินค้าเรื่อยๆ ถ้าไม่มัดจำก่อน ก๊ะก็ไม่ทำ เพราะ ถึงเวลาเค้าไม่เอาบางครั้งก็จุกจิก...” (ก๊ะฝาชี, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี ของใช้, 5 ดาว)

“... ...”ตอนนี้ทำไม่ค่อยเยอะเพราะมีคู่แข่ง ทำตามออเดอร์ที่สั่ง ทำเยอะกำไรก็เพิ่มขึ้นแต่ก็ใช้ทุนเยอะ...(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... กลุ่มมีการผลิตสินค้าที่หลากหลาย กวนไม่มีเมล็ดที่ขายดี ก็มีหลายราคา หลายขนาด มีใส่ยี่ห้อ แต่เวลาส่งลูกค้าไม่ใส่ยี่ห้อ นะ...”(ประธานกลุ่ม,จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... ไม่เคยกู้ยืมเงิน เราลงทุนไม่เยอะ สมาชิกมาลงทุน 1000 2000 บาท มารวมกัน อันนี้ไม่ใช่งานหลัก งานหลักของเราตัดยาง เราไม่กล้าเสี่ยง เพราะเราไม่ได้ชำนาญเรื่องการตลาด เราเอาเงินในกระเป๋าเราเอาง่าย ถ้ากู้ต้องดูการตลาดก่อน ถ้าดีโอเค ถ้าไม่มีการตลาดไม่กล้ากู้ ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... เคยกู้เงินกองทุนหมู่บ้าน ส่งสมาชิกในกลุ่มไปกู้ 10,000 และ 20,000 แล้วมารวมกัน เคยกู้เป็นกลุ่มครั้งแรกให้ 50000 เงินกู้มันยาก ทางเราขี้เกียจ ตอนที่กู้เงินเอามาทำทุนซื้อผ้ากู้เอาเงินทำทุนมันก็มีกำไร ของได้เยอะ กำไรก็เพิ่มขึ้น...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... กลุ่มไม่มีแนวคิดที่จะผลิตจำนวนมากเพื่อให้กำไรมาก เพราะ ทำเองคนเดียว เหนื่อย...” (ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... แรกๆ กู้เงินธนาคารอิสลาม 100,000 บาท พอมาทำน้ำท่วม ข้าวเกรียบเสีย ธนาคารอิสลามบอกว่าใครมีปัญหาอะไรบอก ทางเราถ่ายรูปแล้วส่งให้ธนาคาร แล้วต้องมาเซ็นสัญญาใหม่ ...”(เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

2.3 ความสามารถในการแข่งขัน

การดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการมุ่งที่จะเน้นในการหาตลาดเองโดยประธานกลุ่ม ซึ่งปัจจัยหนึ่งที่มีผลทำให้สินค้าสามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง คือ ความแตกต่างของสินค้า การมีเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า ดังคำกล่าวที่ว่า

“.. เดินตลาดเอง และอธิบาย สาธิตคุณสมบัติให้ลูกค้าเข้าใจและเห็นประโยชน์ของตัวสินค้า การได้รางวัลจะเป็นตัวการันตีของสินค้าของเราถ้าเป็นของแปลก เราชนะแน่ เพราะ เราไม่ผลิตเหมือนโรงงานเราจะบอกเครือข่ายให้ผลิตกะทิให้ เค้ารู้ว่าผมต้องการอะไร...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“.. การคิดสินค้าที่แตกต่างจากคู่แข่ง และมีคุณสมบัติที่ดีจะทำให้ลูกค้าสนใจและมั่นใจในตัวสินค้าถ้าให้ผมไปประกวดแผนธุรกิจ ผมไม่เอา ถ้าเกิดผมไม่ได้ แต่มีบริษัทเอาแนวคิดของผมไป ผมก็เสร็จเลย จะเอาอะไรไปสู้บริษัทได้ ตอนนี้ค้นพบใหม่ๆ เยอะๆ เลย เช่น ยาหม่อง โลชั้น สิ่งที่เราภาคภูมิใจ เราคือ ประวัติศาสตร์ของ otop ที่เราได้รางวัล สิ่งสำคัญของ otop คือ ต้องมีนักคิด ถ้าไม่มีนักคิดมันก็จะไปเรื่อยๆ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“.. สินค้าของเรามีคุณภาพ เลยทำให้ลูกค้าสนใจสินค้าของเราไม่เปลี่ยนแปลงมาซื้อเรื่อยๆ ...” (สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“.. ความแตกต่างของสินค้าของเราทำให้ลูกค้าหันมาสนใจสินค้าของเราแต่ก็ต้องดูว่าสินค้านั้นมีคุณภาพมั้ย ...” (สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

2.4 ปัญหา อุปสรรค ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม

การดำเนินธุรกิจของกลุ่มจะมีปัญหาเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการติดต่อประสานกับหน่วยงานภาครัฐในการขอรับการสนุน ปัญหาด้านการบริหารจัดการ อาทิเช่น ปัญหาการผลิต การตลาด การบริหารเงินทุน ดังคำกล่าวที่ว่า

“... กว่าจะได้โอทอปก็ยากเหมือนกัน อาศัยทำที่สตูลหลายปี ตอนแรกทำในครอบครัว ชาวบ้านเห็นขายดี ก็เลยมาขอทำ ก็เลยมารวมเป็นกลุ่ม ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน ปี, ของใช้, 3 ดาว)

“... กว่าจะผ่าน มผช. ผ่านยาก ก่อนได้ดาว อันนี้ส่ง 3 ครั้งกว่าจะผ่าน...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

“... การสนับสนุนงบประมาณแต่ไม่ตรงกับความต้องการ บางครั้ง เช่น sticker หรือรูปแบบกล่อง...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“... ปัญหาลูกค้าจ่ายเงินช้า ส่วนใหญ่เป็นลูกค้าที่ทำกันมาหลายรอบแล้ว..บางครั้งก็มี ค้าง 7-8 เดือน ทำให้เงินหมุนทัน ครั้งหนึ่งประมาณหมื่นกว่าบาท เคยเจอปัญหาลูกค้าจ่ายเงินช้าบางครั้งไม่มีทุนก็กู้...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

“... ของเราเป็นงานฝีมือทำให้มีปัญหาคู่แข่งทางการตลาด แล้วเราทำไม่เหมือนใคร แต่ของเราแพง เพราะเป็นงานฝีมือ ทำให้ลูกค้าหันเห...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... ปัญหาอุปสรรค คือ ไม่มีตลาด บางครั้งขายไปก็โดนโกง เป็นแสนเลย บางครั้งส่งของแล้วจ่ายบางครั้ง บางครั้งจ่ายเป็นเช็ค เช็คก็มีปัญหา...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... ปัญหาเรื่อง การตลาด เพราะไม่มีคนเดินตลาดให้เลย ถ้าออกเดินทางให้ถึงจะไปร่วมงาน ถ้าไม่มี ไม่ไป...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... ปัญหาคือ เงินทุนที่จะมาซื้อวัตถุดิบ ต้องใช้เงินเยอะ...ถ้าโรงเรือนสำเร็จ ได้ อย. มผช. เราจะไปไกลเลย...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... สินค้าของเราขายแต่ภาคใต้ อย่างภูเก็ตยังกินไม่เป็น เพราะ ภาคเหนือ อีสาน เค้ากินไม่เป็น...”(ป้าอิ๊ด ไข่เค็ม, ประธานกลุ่ม, ก่อตั้งไม่เกิน 5 ปี, 4 ดาว)

“... ปัญหาเรื่องเงินทุน ถ้ามีออเดอร์เยอะๆ จะมีปัญหา...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... ปัญหาเกิดจากความไม่ถนัดของสมาชิก...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 4 ดาว)

3. ผลการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการมุ่งสนทนาในประเด็นเกี่ยวกับจุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจ ปัญหา อุปสรรค บทบาทของประธานกลุ่ม และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

จุดเริ่มต้นในการดำเนินธุรกิจจะเริ่มจากการผลิตในครอบครัว หรือเกิดจากภูมิปัญญาในท้องถิ่น ก่อนที่จะมาจดทะเบียนโอทอป หลังจากนั้นจะมีเจ้าหน้าที่รัฐมาดูแล โดยแต่ละ

ช่วงเวลาจะได้ระดับดาวที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะการดำเนินการของกลุ่มในแต่ละช่วงเวลา ดังคำกล่าวที่ว่า

"... ตั้งมานานแล้ว จดเป็นรุ่นแรกเลย ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

"...ตั้งกลุ่มปี 2533 ได้โอทอป 2557 บางปี 3 ดาว บางปีได้ 4 ดาวบ้าง ขึ้นๆ ลงๆ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

"... ผลิตก่อนจดทะเบียน จากนั้นมีเจ้าหน้าที่รัฐมาดูแล ถ้าจดทะเบียนหน่วยงานราชการจะมามีส่วนช่วยด้วย ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

"...เป็นวิทยากรศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน แล้วมีโครงการต้นกล้าอาชีพ แล้วก็ไปเรียน ปกติเป็นคนที่ทานเมี่ยงสดเลยอยากทำ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

"... แม่ยายทำมาก่อน..." (เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ประกอบการจะเป็นปัญหาด้านการผลิต การตลาด และทักษะของคนงานในการผลิตสินค้า เนื่องจาก การผลิตที่ต้องใช้ทักษะหรือความชำนาญในการผลิตต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน และต้องแข่งขันกับคู่แข่งที่มีการนำระบบที่ทันสมัยมาใช้ ซึ่งจะส่งผลต่อให้การผลิตต้องมีการจัดเก็บสินค้าซึ่งมีผลต่อการบริหารจัดการเงินทุน ดังคำกล่าวที่ว่า

"... ปัญหาของเราเป็นเรื่องทักษะ ฝีมือ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

"... ปัญหาคนมาใหม่ กว่าจะฝึกได้ ต้องเป็นคนตั้งใจ สมองดี ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว; สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

"... วัตถุดิบไม่พอ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

"... ไม่มีตลาด..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 3 ดาว ; ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

"...เราสู้กับเครื่องจักรไม่ได้ แต่ยึด Handmade..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว ; ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว; ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

"... ทุนหรือคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

"...บรรจุภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการ ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

บทบาทของประธานกลุ่ม พบว่า ประธานกลุ่มควรจะมีบทบาทในการประสานงานกับสมาชิก เพื่อให้สมาชิกร่วมมือในการทำงานร่วมกัน และสามารถให้คำปรึกษาสมาชิกได้ ดังคำกล่าวที่ว่า

"...ประธานกลุ่ม ควรให้ความสำคัญกับการบริหารสมาชิก..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

"... ประธานควรมีบทบาทในการทำให้สมาชิกร่วมมือกันทำงาน สามัคคีกัน.." ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว; ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 3 ดาว ; ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

"... ประธานต้องประสานงานเก่ง หาตลาดเก่ง ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

"... ประธานควรมีบทบาทในการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานและเรียนแผนธุรกิจ ..." (เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 4 ดาว)

ความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเป็นอย่างดีทั้งในรูปของวัสดุ อุปกรณ์และเงิน และการสนับสนุนในการออกร้านค้าในงานต่างๆ ซึ่งมีผลทำให้ยอดขายหรือผลการดำเนินงานของกลุ่มดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนและส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐควรมีอย่างต่อเนื่อง และเห็นว่า หากหน่วยงานภาครัฐมีการให้กลุ่มแต่ละกลุ่มได้มีโอกาสในการเข้าร่วมสินค้าที่และมีการสนับสนุนงบประมาณบางส่วนในการเข้าร่วมงาน เช่น ค่าเดินทาง ค่าบูธแสดงสินค้า รวมทั้ง การจัดแสดงสินค้าที่ไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ค้าจะมีผลต่อยอดขายที่ดีขึ้นของกลุ่มผู้ประกอบการฯ ดังคำกล่าวที่ว่า

"...ทุกครั้งที่ออกร้านจะมียอดขายเกินเป้าหมายทุกครั้ง ทั้งชาวต่างชาติ เช่น มาเลย์ เค้าจะสนใจเรื่องพวกนี้มาก..."(สมาชิกกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

"...ผ่าน มผช. แล้วไม่ดูละเอียดแล้ว ของ ก๊ะ มีเจ้าเดียวในสามจังหวัด นรา เบตง ปัตตานี มาซื้อที่เรานะ ..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 3 ดาว)

"... พช. มาช่วยสนับสนุนงบประมาณ เช่น ไม้ไผ่ สนับสนุนงบตอนแรก 30,000 กว่าบาท..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ของใช้, 5 ดาว)

"... ถ้า ศอ.บต จัดไปต่างประเทศบ่อยๆ ก็จะดี ปกติจะจัดปีนึง 3- 4 ครั้ง ก๊ะชอบไปออกร้านกับ ศอ.บต เพราะ เค้าเล็งตลาดดี เวลาไปกับเค้าขายดีตลอด..." (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ของใช้, 5 ดาว)

"... ศอ.บต รู้จัก ก๊ะ มาจาก พช. แนะนำ ศอ.บต ช่วยไม่จำกัด แต่จะคัดประเภทอาหาร ถ้าอาหารเหมือนกัน ถ้าคนนี้ได้เลย คราวหน้าก็ให้คนอื่นไป สลับกัน จะให้ของที่ขายเหมือนกัน

ไม่เกิน 3 เจ้า จะได้ไม่มาแข่งขันกันเอง แต่ถ้าเป็นเสื้อผ้านี้จะไม่จำกัดเจ้า เพราะ มันมีหลายแบบ ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ของใช้, 5 ดาว)

“... พช.ช่วยตั้งแต่แรกเริ่มเลย ถ้างานไหนไปออกแล้วขายไม่ดี พช.เค้าจะช่วยเรื่องค่าพาหนะ ถ้าเค้าไม่ช่วยก็อยู่ได้ แต่เค้าช่วยก็ดีขึ้นนิดหน่อย...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ของใช้, 5 ดาว)

“...หน่วยงานที่มาช่วยก็จะเป็นหน่วยงานพัฒนาชุมชนมาช่วย คือมาช่วยสร้างอาคารที่ทำงาน เครื่องมือการทำงานทำให้สมาชิกได้มาทำงานที่นี้ ใครไม่สะดวกก็เอากลับไปทำที่บ้าน แต่นานแล้วตั้งแต่ปี 48...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... หน่วยงานพัฒนาชุมชนมาช่วย มาสนับสนุนเรื่องงบ แต่เขาให้ไม่มากหรอก มันมีเครื่องจักรมีวัตถุดิบ ตลาดสินค้า รู้สึกภูมิใจกับหน่วยงานที่มาช่วยเหลือคือเราจะเบาทุนไปนิดหนึ่ง ...”(ประธานกลุ่ม,จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... ช่วงแรกไม่มีนะ เพิ่งมามี 2-3 ปีนี้ พัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ที่ โคกโพธิ์ มาช่วยพัฒนาสถานที่ผลิตฯ อยากช่วยให้ความรู้ ช่วยหาตลาดรองรับ...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... เกษตรช่วยเหลือมากที่สุด ทั้ง อุปกรณ์ เงิน และทั้งสองอย่าง ...”(ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... สสว.จะช่วยงบประมาณหนัก เพราะ เป็นงบสร้างอาคาร ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... การได้รับการช่วยเหลือจากรัฐ บางทีไม่ตรงกับความต้องการเหมือนกะนำเสนอกะขอกระเป๋าสะพาย ไม่เอากล่อง Packaging เราไม่เอา ลูกค้าจะเอาถุงพลาสติกอยากได้แบบกระเป๋าเล็กใส่เลยเหมือนใส่ผ้าละหมาด จะเอากระเป๋ากระดาษ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, ของใช้, 4 ดาว)

“... เขามาช่วยตรงกับเป้าหมายเราบ้าง ไม่ตรงบ้าง ทำให้ธุรกิจของเราดีขึ้น ทำให้เราลงทุนไม่มาก ได้กำไร...” (ประธานกลุ่ม,จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, ของใช้, 5 ดาว)

“... ควรจะมีหน่วยงานกลางมาทำหน้าที่ช่วยกันออกแบบ ไม่ใช่ปล่อยให้กลุ่มไปออกแบบตามยถากรรม ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“... ไม่ใช้ว่ามาอบรมแล้วจะมาทำได้...น่าจะมีหน่วยงานมาทำ มาออกแบบ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร, 5 ดาว)

“... การช่วยเหลือบรรจุภัณฑ์ไม่ช่วยให้ยอดขายดีขึ้น พี่เคยถามกลุ่มอื่นแล้ว การช่วยเหลือบรรจุภัณฑ์ก็ไม่ทำให้ยอดขายดีขึ้น...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... มาช่วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาการตลาด...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... อยากให้รัฐช่วยเรื่องตลาด เรื่องเครื่องหมายการค้า เรื่องการรับรอง เพราะยังไม่สามารถออกไปขายข้างนอกได้ ...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 4 ดาว)

“... อยากให้ช่วยเรื่องอุปกรณ์ ทำยังไงให้สามารถผลิตได้ตามความต้องการของตลาด...” (ประธานกลุ่ม, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

“... อยากให้ช่วยเรื่อองเครื่องหมายฮาลาล อย. ต้องใช้เงินในการพัฒนาสินค้าเยอะ และโรงเรือนในการผลิต...” (เหรัญญิก, จัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี, อาหาร, 3 ดาว)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบผสมผสานวิธี

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบผสมผสานวิธีใช้ผลวิธีเชิงคุณภาพมาอธิบายผลเชิงปริมาณ จะมุ่งเน้นประเด็นเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ปัญหาอุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ ค้อ

ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ผลการวิเคราะห์ (วิธีการเชิงปริมาณ) องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่า ตัวแปรสังเกตที่อธิบายถึงความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงมีเพียง 3 มิติ คือ 1) ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง 2) การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง 3) การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง โดย**ตัดองค์ประกอบมิติของ ความพอประมาณมุ่งผลประโยชน์ระยะยาว** ซึ่งเป็นประเด็นคำถามเกี่ยวกับการขยายการลงทุนทางธุรกิจเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด การส่งสินค้าให้ตรงเวลาอย่างต่อเนื่อง และการชักชวนเครือข่ายพันธมิตรหรือตัวแทนจำหน่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน ทั้งนี้เนื่องจาก กลุ่มผู้ผลิตฯ มีลักษณะการผลิตที่มีการผลิตตามสั่งหรือตามความต้องการของลูกค้าและมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในลักษณะที่เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองมากว่าที่จะมีการชักชวนเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจเข้ามาร่วมดำเนินการร่วมกัน (ผลการสัมภาษณ์) จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบที่อธิบายความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตฯ ภายใต้บริบทสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ประกอบด้วย 3 มิติ

ผลการวิเคราะห์ (วิธีการเชิงปริมาณ) ระดับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงในแต่ละมิติ **พบว่า ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง** ประเด็นคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มมีความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เห็นที่ต้องการของลูกค้า เนื่องจากประธานกลุ่มจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการหาตลาด โดยเฉพาะในโอกาสที่ได้เข้าร่วมในการแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐ (ผลการสัมภาษณ์) **การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง** ประเด็น

คำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ กลุ่มมีการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ทุกปี เนื่องจาก กลุ่มมีการผลิตมีการผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพและการบรรจุหีบห่อเพื่อสร้างความแตกต่าง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาแผนบริหารจัดการเงินทุนมีค่าเฉลี่ยในระดับต่ำ เนื่องจาก กลุ่มมีการดำเนินธุรกิจที่มุ่งรายรับจากการขายสินค้าที่เป็นตัวเงินมากกว่าการให้เครดิตกับลูกค้า **การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง** ประเด็นคำถามที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สมาชิกในกลุ่มร่วมใจกันทำงานหนักเพื่อที่จะให้สินค้ามีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มมีการพบปะกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้าอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก การดำเนินการที่ผ่านมา สมาชิกกลุ่มการเข้าร่วมอบรมความรู้กับหน่วยงานภาครัฐบ่อย และการพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้จะเป็นการพูดคุยกันภายในเฉพาะกลุ่มของผู้ประกอบการเอง (ผลการสัมภาษณ์)

จากผลการวิเคราะห์ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงด้วยวิธีการเชิงคุณภาพมาอธิบายผลวิธีการเชิงปริมาณสามารถสรุปผลการผสมผสานข้อมูล ดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ผลการผสมผสานข้อมูลของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (มิติ)	ผลเชิงปริมาณ	ผลเชิงคุณภาพ
ความพอประมาณมุ่งผลประโยชน์ระยะยาว	ตัดองค์ประกอบ	กลุ่มผู้ผลิตฯ มีลักษณะการผลิตที่มีการผลิตตามสั่งหรือตามความต้องการของลูกค้าและมีแนวคิดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มในลักษณะที่เป็นการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองมากว่าที่จะมีการชักชวนเครือข่ายหรือพันธมิตรทางธุรกิจเข้ามาร่วมดำเนินการร่วมกัน
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาด และคู่แข่ง	กลุ่มมีความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เห็นที่ต้องการของลูกค้า	ประธานกลุ่มจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการหาตลาด โดยเฉพาะในโอกาสที่ได้เข้าร่วมในการแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐ
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง	กลุ่มมีการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ทุกปี	กลุ่มมีการผลิตมีการผลิตที่มุ่งเน้นคุณภาพและการบรรจุหีบห่อเพื่อสร้างความแตกต่าง

ตารางที่ 18 (ต่อ)

ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง (มิติ)	ผลเชิงปริมาณ	ผลเชิงคุณภาพ
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง	สมาชิกในกลุ่มร่วมใจกันทำงานหนักเพื่อที่จะให้สินค้ามีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น	สมาชิกกลุ่มการเข้าร่วมอบรมความรู้กับหน่วยงานภาครัฐบ่อย

ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ผลการวิเคราะห์ (วิธีการเชิงปริมาณ) **ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง** มิติการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งเป็นประเด็นเกี่ยวกับการที่ประธานกลุ่มเปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงความสามารถ หรือประธานกลุ่มมีการชี้แนะเพื่อพัฒนาการทำงานให้กับสมาชิก เนื่องจาก ในการออกแสดงสินค้าแต่ละครั้งของกลุ่มประธานกลุ่มจะมีการวางแผนการทำงานโดยให้สมาชิกเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจโดยเฉพาะหากต้องมีการผลิตสินค้าใหม่ๆ (ผลการสัมภาษณ์) อย่างไรก็ตาม การที่มิติด้านการกระตุ้นปัญญามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำกว่ามิติอื่นๆ อาจเนื่องมาจากการที่ประธานกลุ่มจะเข้ามีบทบาทสำคัญในการบริหารจัดการกลุ่มทั้งด้านการผลิต การตลาด ด้วยตนเองทำให้บทบาทของประธานกลุ่มในการชี้ให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจหรือการกระตุ้นทำงานน้อยลง อย่างไรก็ตาม จากการที่ประธานกลุ่มมีบทบาทสำคัญขับเคลื่อนการดำเนินงานต่างๆ ทั้งด้านการวางแผนหาลูกค้า การติดต่อลูกค้า มีการงานแผนการผลิตตามสถานการณ์ความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยที่การผลิตมุ่งเพื่อการผลิตที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ รวมทั้ง การให้ความร่วมมือในการร่วมกิจกรรมของหน่วยงานราชการอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้**ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**ในมิติของการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่ามิติอื่นๆ อีกทั้งการที่ประธานกลุ่มมีการจัดประชุมกับสมาชิกเมื่อต้องมีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาด รวมทั้งประธานกลุ่มจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าหากไม่สามารถดำเนินการตามความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมดและมีบทบาทสำคัญในการเจรจาต่อรองกับลูกค้าหากไม่สามารถดำเนินการตามความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมดทำให้**ความสามารถในการแข่งขัน**ในมิติของความสามารถด้านการจัดการตลาดของกลุ่มมีค่าเฉลี่ยที่สูงกว่ามิติอื่นๆ

จากบทบาทของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของประธานกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญทั้งด้านการวางแผนการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการกลุ่มส่งผลทำให้การดำเนินการต่างๆ ของกลุ่มมีค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการ

แข่งขันเพิ่มขึ้น ซึ่งผลจากผลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของประธานกลุ่มที่ส่งผลทางบวกต่อค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีผลเชื่อมโยงที่ทำให้ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มเพิ่มตามไปด้วยโดยเฉพาะในมิติความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง

ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม

จากผลการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) พบว่า ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตฯ ในแต่ละระดับดาวจะมีปัญหาที่คล้ายคลึงกัน โดยปัญหาที่ผู้ผลิตประสบมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และการขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์) พบว่า กลุ่มผู้ผลิตจะประสบปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการ ทั้งในด้านการผลิต การตลาดและการบริหารเงินทุน เนื่องจากปัญหาส่วนหนึ่ง เกิดจากการที่มีการชำระค่าสินค้าไม่ตรงตามสัญญาของคู่ค้า และการสั่งสินค้าในปริมาณที่ไม่แน่นอน รวมทั้ง ปัญหาเกี่ยวกับการเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐที่บางครั้งต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมแสดงสินค้า อีกทั้งแต่ละกลุ่มมีโอกาสในการเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐที่ไม่เท่าเทียมกัน มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายหรือการบริหารเงินของกลุ่มผู้ผลิต นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้ผลิตยังประสบปัญหาเกี่ยวกับทักษะของคนงานในการผลิตสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญในการผลิตสินค้า (ผลการสนทนากลุ่ม) จากปัญหาดังกล่าว กลุ่มผู้ผลิตจึงมีความคาดหวังที่จะให้หน่วยงานภาครัฐให้โอกาสแต่ละกลุ่มเข้าร่วมแสดงสินค้า ซึ่งการจัดแสดงสินค้าดังกล่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ค้า รวมทั้ง ให้หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนงบประมาณบางส่วนในการเข้าร่วม เช่น ค่าเดินทาง ค่าบูธแสดงสินค้า เป็นต้น

บทที่ 5
สรุป การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 3) วิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 4) เพื่อค้นหาแนวทางสำหรับการส่งเสริมและลดอุปสรรคของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เก็บข้อมูลจากประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 3-5 ดาวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยเป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research) แบบวิธีการเชิงคุณภาพมาอธิบายวิธีการเชิงปริมาณ

การเลือกตัวอย่างวิธีการเชิงปริมาณใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling) จำนวน 600 คน มีผู้ตอบกลับมาจำนวน 550 คน คิดเป็นอัตราตอบกลับ ร้อยละ 91.67 การเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากกลุ่มที่มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงสูง พบว่า ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงมีความแตกต่างกันตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มฯ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี และกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี คือ การสัมภาษณ์ เลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากตัวแทนที่มาจากประธานกลุ่ม/คณะกรรมการกลุ่ม หรือสมาชิกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ จำนวน 16 คน การสนทนากลุ่ม เลือกตัวอย่างจากประธาน/คณะกรรมการกลุ่ม หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ หรือสมาชิกกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ จำนวน 12 คน

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี โดยใช้วิธีการเชิงคุณภาพ (แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม) มาอธิบายผลจากวิธีการเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งสองวิธีโดยการแยกส่วน สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากวิธีเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อหาค่าการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ การเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงจำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่ม ใช้สถิติทดสอบ คือ F-test การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural equation models)

สรุป

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอผลการสรุปใน 2 ลักษณะ คือ สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 41.65 ปี อาชีพหลัก คือ ทำสวน รองลงมา คือ ค้าขาย รับจ้าง ตามลำดับ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่ม โดยระดับการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับประถมศึกษา รองลงมา คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. และมัธยมศึกษาตอนต้น ตามลำดับ เมื่อพิจารณาประเภทสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นสินค้าประเภทผ้า/เครื่องแต่งกาย มากที่สุด รองลงมา คือ อาหาร ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นสินค้าในระดับ 4 ดาว อายุเฉลี่ยของการจัดตั้งกลุ่มฯ ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 6-10 ปี รองลงมา คือ อายุระหว่าง 11-15 ปี รายรับจากการขายสินค้าของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่จะอยู่ระหว่าง 3,000-10,000 บาท รองลงมา คือ 10,001-20,000 บาท เมื่อพิจารณาการได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะได้รับจาก สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด รองลงมา คือ สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานเกษตรจังหวัด การศึกษานอกโรงเรียนอุตสาหกรรมภาค 12 และอุตสาหกรรมจังหวัด ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์เมื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์การวิจัย มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 มีผลการศึกษาระดับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีค่าสูงสุด ซึ่งองค์ประกอบที่มีค่าสูงสุด คือ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีค่าต่ำสุด คือ การกระตุ้นปัญญา องค์ประกอบของค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงที่มีค่าสูงสุด คือ การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีค่าต่ำสุด คือ ความพอประมาณ องค์ประกอบของความสามารถที่มีค่าสูงสุด คือ ความสามารถในการจัดการตลาด มีค่าต่ำสุด คือ ความสามารถในการผลิต องค์ประกอบของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่มีค่าสูงสุด คือ ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง มีค่าต่ำสุด คือ ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว ในประเด็นเกี่ยวกับการขยายการลงทุนทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการยังมีการส่งสินค้าตรงเวลาอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้ายังไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเด็นอื่นๆ นอกจากนี้ เมื่อ

พิจารณาในด้านความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้าและคู่แข่ง พบว่า แต่ละประเด็นคำถามอยู่ในระดับมาก แต่ประเด็นที่เกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า หรือตัวแทนจำหน่ายยังมีระดับที่ไม่สูง ด้านการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง พบว่า ประเด็นการวางแผนจัดการเงินทุนสำหรับการบริหารจัดการยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมาก ด้านการส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง ประเด็นเกี่ยวกับการพบปะกับกลุ่มอื่นเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้ายังอยู่ในระดับที่ไม่สูง

2.2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง จำแนกตามระดับดาวและและระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติตามระดับ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มสินค้าระดับ 5 ดาว จะมีการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่สูงกว่าระดับดาวอื่นๆ และเมื่อพิจารณาตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กล่าวคือ กลุ่มฯที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี จะมีความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง ที่สูงกว่ากลุ่มฯอื่นๆ ยกเว้นด้าน ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่งกลุ่มฯ ที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด

2.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันมีตัวแปรสังเกต 2 ตัวแปร ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบปรับมาตรฐานที่น้อยกว่า 0.5 คือ ความพอประมาณ น้ำหนักองค์ประกอบ เท่ากับ 0.42 (ซึ่งเป็นตัววัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียง) และ ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว น้ำหนักองค์ประกอบ 0.43 (ซึ่งเป็นตัววัดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง) จากผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ตัวแปรสังเกตดังกล่าวไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ที่ดีของค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจแบบเศรษฐกิจพอเพียงและความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงดังนั้น ผู้วิจัยจึงตัดตัวแปรสังเกตดังกล่าวออกจากแบบจำลองการวัด เนื่องจากลักษณะการผลิตของผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จะมีการผลิตที่มุ่งผลิตตามการสั่งซื้อของลูกค้า หรือตามสถานการณ์แข่งขันในแต่ละช่วงเวลา หรืออีกนัยหนึ่ง คือ มีการดำเนินการทางธุรกิจที่มิได้มุ่งผลในระยะยาว ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง พบว่า ตัวแปรเชิงเหตุที่มีอิทธิพลโดยรวมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง รองลงมา คือ ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง) ในขณะที่ความสามารถในการแข่งขันไม่อิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และผลการศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของปัจจัยที่มีผลของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีผลดังนี้

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลโดยตรงค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการแข่งขัน และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจโดยผ่านค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในขณะที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงผ่านความสามารถในการแข่งขันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลโดยรวมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เท่ากับ 0.765

ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เท่ากับ 0.616

ความสามารถในการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

จากผลการศึกษา พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความสามารถในการแข่งขันร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงได้ร้อยละ 60.9 โดยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลทางอ้อมต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงโดยผ่านค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเท่านั้น แสดงว่า การที่ผู้นำหรือประธานกลุ่มฯ จะสร้างความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดได้นั้น ประธานกลุ่มฯ จะต้องสร้างค่านิยมร่วมฯ ในกลุ่มสมาชิกเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง จากผลดังกล่าว แสดงว่า การที่ผู้นำหรือประธานกลุ่มฯ จะสร้างความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดได้นั้น ประธานกลุ่มฯ จะต้องสร้างค่านิยมร่วมฯ ในกลุ่มสมาชิกเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอย่างยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

2.4 ปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตฯ ในแต่ละระดับดาวจะมีปัญหาที่คล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่สุดของกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาว และเมื่อพิจารณาปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาว พบว่า ปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตระดับ 3 ดาว ลำดับรองลงมาคือ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่ม ไม่มีตลาดที่แน่นอน ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบรรจุภัณฑ์ ปัญหา อุปสรรครองลงมาของกลุ่มผู้ผลิตระดับ 4 ดาว คือ ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และปัญหาขาดวัตถุดิบ ปัญหา อุปสรรค รองลงมาของกลุ่มผู้ผลิตระดับ 5 ดาว คือ ไม่มีตลาดแน่นอน และการขาดเรื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ซึ่งปัญหาดังกล่าว ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่มีการชำระค่าสินค้าไม่ตรงตามสัญญาของคู่ค้า และการสั่งสินค้าในปริมาณที่ไม่แน่นอน รวมทั้ง ปัญหาเกี่ยวกับการเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐที่บางครั้งต้องมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมแสดงสินค้า อีกทั้งแต่ละกลุ่มมีโอกาสในการเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐที่ไม่เท่าเทียมกัน มีผลทำให้ค่าใช้จ่ายหรือการบริหารเงินของกลุ่มผู้ผลิต นอกจากนี้ยังพบว่า กลุ่มผู้ผลิตยังประสบปัญหาเกี่ยวกับทักษะของคนงานในการผลิตสินค้าโดยเฉพาะสินค้าที่ต้องใช้ทักษะความชำนาญในการผลิตสินค้าแนวทางสำหรับการส่งเสริม

และลดอุปสรรคของของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างหนึ่ง คือ หน่วยงานภาครัฐให้โอกาสแต่ละกลุ่มเข้าร่วมแสดงสินค้า ซึ่งการจัดแสดงสินค้าดังกล่าวจะต้องไม่ก่อให้เกิดการแข่งขันกันเองระหว่างผู้ค้า รวมทั้ง ให้หน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนงบประมาณบางส่วนในการเข้าร่วม เช่น ค่าเดินทาง ค่าบูธ แสดงสินค้า เป็นต้น

อภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ระดับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า อยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มผู้ผลิตจะมีการดำเนินการในมิติของความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว มากที่สุด รองลงมา คือ 1) ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง 2) การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง 3) การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง ตามลำดับ เมื่อพิจารณาในมิติของ**ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว** พบว่า กลุ่มผู้ผลิตจะมีการดำเนินธุรกิจในลักษณะของการขยายการลงทุนเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด เช่น การผลิตสินค้าที่หลากหลายชนิด การผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากๆ เนื่องจาก การผลิตของกลุ่มผู้ผลิตจะเป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า หรือความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้พบว่า ลักษณะการดำเนินธุรกิจของกลุ่มจะเป็นลักษณะของการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองมากกว่าที่จะชักชวนเครือข่ายพันธมิตรหรือตัวแทนจำหน่ายเข้ามาทำธุรกิจร่วมกัน เนื่องจาก กลุ่มผู้ผลิตแต่ละรายมีเป้าหมายลูกค้าและแนวทางการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน จากลักษณะการดำเนินการดังกล่าว อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้กลุ่มความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เป็นไปตามที่ต้องการของลูกค้ารวมถึงมีการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า อันส่งผลให้ประเด็นดังกล่าวมีค่าสูงในมิติของ**ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง** และทำให้สมาชิกในกลุ่มร่วมใจกันทำงานหนักเพื่อให้สินค้ามีคุณภาพ มาตรฐานมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จากกที่กลุ่มมีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่เป็นลักษณะของการทำธุรกิจด้วยตนเองทำให้การพบปะกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้ามีค่าต่ำสุดในมิติของ**การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง** และจากการที่มิติของ**การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง**มีค่าน้อยกว่ามิติอื่นๆ ของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากปัญหาด้านการวางแผนการจัดจำหน่ายสินค้า รวมถึงปัญหาการวางแผนจัดการเงินทุนสำหรับบริหารจัดการ ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตที่ค้นพบว่า ปัญหาการมีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ เป็นปัญหาสำคัญที่สุดของกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาว และปัญหาการขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย ปัญหาการไม่มีตลาดที่แน่นอน

ผลการเปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันตามระดับดาว ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการที่กลุ่มผู้ผลิตจะมีระดับดาวในแต่ละช่วงเวลาที่ไม่แน่นอน กล่าวคือ บางปีอาจได้ระดับ 3 ดาว บางปีอาจได้ระดับ 5 ดาว หรือบางปีอาจได้ระดับ 4 ดาว แต่เมื่อ

พิจารณาตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า กลุ่มผู้ผลิตที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี จะมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่สูงสุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า เมื่อพิจารณาในแต่ละมิติของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า กลุ่มผู้ผลิตที่มีระยะการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี จะมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่สูงในระดับรองลงมาจากกลุ่มที่มีระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี ทั้งนี้เนื่องจาก กลุ่มผู้ผลิตที่มีการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปีมีการดำเนินการในลักษณะของครอบครัวมาก่อนที่มีการจัดตั้งกลุ่ม หรืออีกนัยหนึ่งคือ หากกลุ่มผู้ผลิตที่มีการดำเนินการธุรกิจมาอย่างยาวนานจะมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงมาก โดยเฉพาะในมิติของความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว และการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่กลุ่มผู้ผลิตดังกล่าวมีค่าสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า ความพอประมาณ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และความพอประมาณมุ่งผลประโยชน์ระยะยาวซึ่งเป็นตัวชี้วัดของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดที่ของตัวแปรดังกล่าว ส่วนหนึ่งอาจเกิดจากการที่ประสบปัญหาการจัดการเงินทุน รวมถึงมีการผลิตสินค้าตามคำสั่งซื้อของลูกค้าทำให้ไม่สามารถผลิตสินค้าจำหน่ายเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดได้ และเมื่อพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลทางบวก เนื่องจาก ประธานกลุ่มของกลุ่มผู้ผลิตมีลักษณะการดำเนินธุรกิจเป็นบุคคลสำคัญในการขับเคลื่อนผลการดำเนินงานของกลุ่มทั้งในด้านวางแผนติดต่อหาลูกค้า การเจรจาต่อรองกับลูกค้า การควบคุมคุณภาพการผลิต การประสานกับสมาชิกในกลุ่มเพื่อปรึกษาหารือในการปรับปรุงและพัฒนาสินค้า รวมถึงการให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง จากผลดังกล่าวทำให้ สมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตมีค่านิยมในการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง ความเพียร การแบ่งปัน การมีจริยธรรม การพัฒนาภูมิสังคม และการให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา อาทิเช่น ผลการศึกษาของ สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ (2553) ที่ศึกษาเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดและกระบวนการมาตรฐานในการประเมินองค์กรธุรกิจตามแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า ค่านิยมร่วมเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และผลการศึกษาของ Xiekou & Simosi (2006) ที่ทำการศึกษาวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อผลการดำเนินงานขององค์กร พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีผลต่อการดำเนินงานขององค์กรผ่านวัฒนธรรมองค์กร หรืออีกนัยหนึ่งคือ ประธานกลุ่มมีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงซึ่งมีผลต่อค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของสมาชิกในกลุ่มอันมีผลเชื่อมโยงไปสู่ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับแนวคิดของ Waldman, Siegel, & Javidan (2006) ที่เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงจะเป็น

ปัจจัยในการผลักดันในเกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กร และ Jung& Rainey (2011) กล่าวว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลงนอกจากจะมีบทบาทให้เกิดความทุ่มเทในเป้าหมายและเห็นความสำคัญของเป้าหมายแล้ว อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่า ความสามารถในการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงอย่างมีนัยสำคัญ สาเหตุหนึ่งอาจเนื่องมาจาก กลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาวที่ประสบปัญหาเกี่ยวกับการจัดการเงินทุนหมุนเวียน การขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และการมีตลาดที่ไม่แน่นอน ซึ่งมีผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตทั้งในมิติของความสามารถด้านนวัตกรรม ความสามารถด้านการผลิต ความสามารถด้านการจัดการตลาด อยู่ในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าความสามารถในการแข่งขันจะไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง แต่พบว่า ประธานกลุ่มจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ขับเคลื่อนความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับแนวคิดของ ผลิน ภู่จรูญ (2550) เกี่ยวกับตัวแบบธุรกิจที่พัฒนาจากพื้นฐานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เห็นว่า หัวใจหลักของการเป็นผู้นำธุรกิจจะต้องมีองค์ความรู้ภายใต้การผลักดันของผู้นำ ที่มีการพผสานความร่วมมือและการให้ความสำคัญกับคนเพื่อให้เกิดการพัฒนาตลอดเวลา ซึ่งการที่จะดำเนินธุรกิจให้เกิดความยั่งยืนตามหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี ณดา จันทร์สม (2555) เห็นว่า ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และจากปัญหา อุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตดังกล่าว หากหน่วยงานภาครัฐมีการสนับสนุนที่เหมาะสมกับลักษณะปัญหาของประเภทสินค้าหรือระดับดาว ทั้งในด้านทักษะความชำนาญในการผลิตสินค้า การเข้าร่วมแสดงสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐที่เป็นไปในลักษณะที่ส่งเสริมซึ่งกันหรือเกี่ยวเนื่องกันกับธุรกิจที่เข้าร่วมแสดงสินค้า ตลอดจนการสนับสนุนงบประมาณและวัสดุที่เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มจะมีผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตยังประสบปัญหา อุปสรรค ที่แตกต่างกันตามระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ประกอบกับผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง และค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงรวมทั้งการสนับสนุน ช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐที่เหมาะสม จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตมีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง โดยผู้วิจัยได้นำเสนอข้อเสนอแนะที่สำคัญ 3 ส่วน คือ 1) ข้อเสนอเชิงนโยบาย 2) ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและลดปัญหา อุปสรรคที่มีต่อการเพิ่มความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิต และ 3) ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1.ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 จากปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาว พบว่า ปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม คือ เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ การขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย และการไม่มีตลาดแน่นอน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดโครงการเพื่อลดปัญหาอุปสรรคดังกล่าว อาทิเช่น การจัดโครงการอบรมร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาในการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีอย่างง่ายแก่ประธานกลุ่มเพื่อให้ทราบสถานะทางการเงินของกลุ่ม การจัดโครงการร่วมกับกับมหาวิทยาลัยในการเป็นศูนย์ข้อมูลติดตามสภาวะและทิศทางการตลาดของกลุ่มโอทอปเพื่อที่จะนำมาใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจการพัฒนากลุ่มผู้ผลิตแต่ละกลุ่มได้ตรงกับสภาวการณ์ที่เป็นอยู่ หรือจัดให้มีศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์โอทอปร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐกับมหาวิทยาลัยเพื่อที่จะได้แก้ปัญหาการขาดเครื่องมือการผลิตและการมีตลาดที่ไม่แน่นอน ซึ่งการจัดตั้งศูนย์ดังกล่าวจะทำให้เกิดการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้เกิดการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และกลุ่มมีความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เป็นที่ต้องการของตลาดอันจะส่งผลให้เกิดการรู้จักตัวเอง ลูกค้าและคู่แข่ง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

1.2 จากการที่กลุ่มที่มีการจัดตั้งกลุ่มมากกว่า 20 ปี และกลุ่มที่มีการจัดตั้งกลุ่มไม่เกิน 5 ปี มีการความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงที่สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งสาเหตุหนึ่งอาจเกิดจากการดำเนินธุรกิจในครอบครัวมาก่อนที่มีการจัดตั้งกลุ่ม ดังนั้น หากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องนำปัจจัยพื้นฐานของการดำเนินธุรกิจดังกล่าวเป็นปัจจัยหนึ่งในการคัดเลือกกลุ่มในการเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นปัจจัยหนึ่งการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้การดำเนินธุรกิจของกลุ่มเกิดความยั่งยืน

1.3 จากการที่กลุ่มผู้ผลิตได้รับการสนับสนุน ช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหลากหลายหน่วยงานและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ ซึ่งการช่วยเหลือดังกล่าวมีลักษณะการดำเนินการช่วยเหลือที่ซ้ำซ้อนกันรวมทั้ง การช่วยเหลือดังกล่าวไม่สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริง ดังนั้น หากหน่วยงานกลางในการประสานการทำงานของหน่วยงานภาครัฐ เพื่อการบูรณาการช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมและครอบคลุมทั้งกระบวนการของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มผู้ผลิตจะทำให้เกิดความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณและสะท้อนถึงการช่วยเหลือกลุ่มผู้ผลิตได้อย่างแท้จริงเพื่อสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

1.4 จากผลการศึกษาที่พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง คือ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแลง และค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่แรงผลักดันที่ทำให้สมาชิกเกิดค่านิยมร่วมเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐในการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริม

การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ควรดำเนินการคัดสรรตัวแทนที่มาจากทั้งประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มพร้อมกัน เพื่อที่จะทำให้ทั้งประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มสามารถนำมาถ่ายทอดและเรียนรู้ให้กับสมาชิกกลุ่มอื่นได้อย่างต่อเนื่องและเข้าถึง ซึ่งจะทำให้ผลการดำเนินงานต่างๆ หน่วยงานภาครัฐ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากข้อเสนอแนะเชิงนโยบายข้างต้น หากกลุ่มผู้ผลิตทั้งในฐานะของประธานกลุ่มหรือสมาชิกในกลุ่ม รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินการลักษณะดังกล่าว จะมีผลทำให้กลุ่มผู้ผลิตเกิดความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีแนวทาง ดังนี้

2.1 จากปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตในแต่ละระดับดาวที่มีปัญหาที่สำคัญเหมือนกัน คือ มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ หรืออีกนัยหนึ่ง คือ กลุ่มผู้ผลิตมีการวางแผนจัดการเงินทุน ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตมีระดับการสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่น้อยกว่ามิติอื่นๆ ของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรมีการส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการเงินทุนหรือ หน่วยงานในการประสานเพื่อเชื่อมต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือการเข้าถึงแหล่งทุน จะส่งผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิต

2.2 จากการที่กลุ่มผู้ผลิตมีลักษณะการดำเนินธุรกิจด้วยตนเองและยังมีการรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายค่อนข้างน้อยหรือแทบไม่มีส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น หากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องดำเนินการจัดอบรมให้ความรู้กับกลุ่มผู้ผลิตควรดำเนินการในลักษณะที่เป็นลักษณะของการกลุ่มที่มีลักษณะการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกันหรือส่งเสริมซึ่งกันและกัน มากกว่าที่จะเป็นการจัดอบรมในลักษณะกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนกัน

2.3 สถาบันการศึกษาในพื้นที่ควรเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมความรู้ด้านการบริหารเงินทุน การบริหารการตลาด และการบริหารผลิต โดยจัดอบรมหลักสูตรเกี่ยวกับทำแผนธุรกิจ แนวคิดการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ เพื่อให้เกิดผู้ผลิตเกิดการเรียนรู้ในการเชื่อมโยงหรือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ โดยลักษณะการจัดอบรมแต่ละครั้ง ควรจัดแบ่งกลุ่มผู้เข้าอบรมตามลักษณะการจัดตั้งกลุ่มเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทและการดำเนินงานแต่ละกลุ่ม โดยการจัดอบรมดังกล่าวควรให้กลุ่มที่มีความยั่งยืนเศรษฐกิจพอเพียงสูงเข้ามาเป็นกลุ่มตัวอย่างในการเรียนรู้ ปฏิบัติสำหรับกลุ่มที่เข้ามาอบรม หรือกลุ่มที่มีระยะเวลาในการดำเนินงานยาวนานเข้ามาเป็นกรณีศึกษาในการเรียนรู้

2.4 จากการที่ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยที่สำคัญหนึ่งในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตให้มีความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้น หากหน่วยงานภาครัฐมีการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกลุ่มควรมีนโยบายในการให้ประธานกลุ่มเข้ามีมีส่วนร่วมใน

กิจกรรม พร้อมกับสมาชิกในกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและนำไปถ่ายทอดให้สมาชิกเกิดความรู้ความเข้าใจร่วมกัน หรืออีกนัยหนึ่งเกิดค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3.ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 กาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยรวม โดยมิได้แยกพิจารณาตามประเภทสินค้า ดังนั้นในอนาคตหากมีการพิจารณารูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างจำแนกตามประเภทสินค้าจะทำให้เป็นความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

3.2 กาวิจัยครั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงตามระดับดาว และระยะเวลาการจัดตั้งกลุ่ม ในอนาคตควรมีการพิจารณาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ความถี่ของการเข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐ คุณลักษณะของประธานกลุ่ม ซึ่งผลดังกล่าวสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการจัดกิจกรรมหรือบุคคลที่จะเข้าร่วมกิจกรรมกับหน่วยงานภาครัฐได้อย่างเหมาะสม

3.3 ในอนาคตควรมีการเพิ่มตัวแปรอื่นๆ เพื่อทดสอบรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง เช่น การมุ่งเน้นความเป็นผู้ประกอบการ รูปแบบความร่วมมือของสมาชิกในกลุ่ม เป็นต้น

3.4 จากผลการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่มีผลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่าความสามารถในการแข่งขันไม่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง ดังนั้นในอนาคตควรแยกพิจารณาความสามารถในการแข่งขันตามประเภทสินค้า เพื่อจะได้ทราบความสามารถในการแข่งขันของแต่ละประเภทสินค้าว่ามีอิทธิพลต่อความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่เพียงใด

3.5 ควรมีการวิจัยในระยะยาวเกี่ยวกับความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อตรวจสอบตัวชี้วัดในแต่ละมิติของความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงว่ามีองค์ประกอบเปลี่ยนแปลงมากน้อยเพียงใด

3.6 ควรมีการนำรูปแบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างดังกล่าวไปปรับใช้กลุ่มผู้ผลิตอื่นๆ เช่น กลุ่มผู้ผลิต SMEs หรือกลุ่มผู้ผลิตในภูมิภาคอื่นๆ ว่ามีลักษณะที่เหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

บรรณานุกรม

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2551). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ.

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา.(2551). จากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=483

จิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา.(2551). จากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=483

ชญานันท์ เกิดพิทักษ์, มนตรี พิริยะกุล, ศุภสิทธิ์ จารุพัฒน์หิรัญ และเผ่าภัค ศิริสุข. (2552). การเพิ่มความได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้วยกลยุทธ์โลจิสติกส์ในอุตสาหกรรมปาล์มน้ำมัน. เอกสารการประชุมสัมมนาวิชาการด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ครั้งที่ 9 (ThaiVCML2009).

ชัยวัฒน์ วิบูลย์สวัสดิ์. (2551). ก้าวหน้าอย่างสมดุลและมั่นคง ภายใต้กระแสโลกาภิวัฒน์. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=483

ณดา จันทร์สม.(2555). ธุรกิจกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง.เอกสารในการประชุมวิชาการ 15 ปี จากวิกฤติเศรษฐกิจ: เศรษฐกิจพอเพียงกับความยั่งยืนของสังคมไทย.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.กรุงเทพฯ

ณัฐทกาญจน์ เอกอุรุ และคณะ. (2554). แนวทางในการเข้าถึงแหล่งทุนของสถานประกอบการและการเชื่อมโยงการผลิตเพื่อเสริมสร้างศักยภาพอย่างยั่งยืนของเศรษฐกิจชุมชนใน 5 จังหวัดภาคใต้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ดุษฎี นาคเรือง. (2558). ภาวะผู้นำและทักษะบริหารของผู้ประกอบการที่มีผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ กรณีศึกษาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัดยะลา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, *35*(1): 65-77.

ทวีเกียรติ ประพฤทธิ์ตระกูล. (2553). การบ่งชี้ตัวชี้วัดองค์การที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันโดยวิธีการทางเดลฟาย. *วารสารบริหารธุรกิจ, 33*(126), 28-41.

ทิวา แก้วเสริม (2551) ปัญหาและความต้องการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

ธนิต รัชตะชาติ และ ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช. การศึกษาองค์ประกอบความสามารถเชิงพลวัตขององค์กร. วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. สืบค้นจาก

http://www2.citu.tu.ac.th/citu/www/sites/all/themes/maxx/research_student/Thanit.pdf เมื่อ 5 มกราคม 2558.

ธรรมรัตน์ อยู่พรต. (2556). ค่านิยมในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรของเจนเนอเรชั่นต่างๆ. วารสารบริหารธุรกิจ. *36*(138): 40-62.

ธันยมัย เจียรกุล.(2557). ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC. *วารสารนักบริหาร*, *34*(1), 177-187.

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจค้าปลีกดั้งเดิมของไทยให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง. ดุษฎีนิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

นิภา วิริยะพิพัฒน์. (2552). ผู้นำธุรกิจกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียงในองค์กร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 29*(4), 147-162.

บุญอนันต์ พินัยทรัพย์. (2554). การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยใช้แนวทางคลัสเตอร์: กรณีศึกษาคลัสเตอร์ผักปลอดสารพิษ และคลัสเตอร์สหกรณ์โคเนื้อ. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์, 52*(3), 155-192.

บุริม โอทกานนท์ และคณะ ().องค์ประกอบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของแบรนด์ OTOP. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นเมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558, จาก http://inside.cm.mahidol.ac.th/mkt/attachments/568_OTOP_PocketBook.pdf

ปลื้มใจ สินอากร และคณะ. (2554). บุพปัจจัยของความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพารา ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. *21*(3): 657-666.

ปิยะพรรณ ช่างวัฒนชัย; โสมสกาว เพชรานนท์.(2555). แนวทางการพัฒนา OTOP ในเขตภาคใต้ การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 50. สืบค้นจาก http://kucon.lib.ku.ac.th/cgibin/KUCON.exe?rec_id=012924&database=KUCON&search_type=link&table=mona&back_path=/KUCON/เมื่อ 15 ตุลาคม 2558.

ผลิน ภู่จรูญ. (2550).ก้าวสู่ความเป็นผู้นำธุรกิจด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารบริหารธุรกิจ นิด้า.2 (พ.ค. 2550), หน้า 5-28.

พงศ์พัฒน์ ตังคะประเสริฐ. (2554). การบูรณาการกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีกับศักยภาพในการแข่งขันขององค์กร. วารสารบริหารธุรกิจ, 34(132), 58-66.

พนิดา สัตโยภาส, บุญชนิต วิงวอน และบุญฑวรรณ วิงวอน. (2555). ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนืออนบน. เอกสารประกอบการประชุมวิชาการวิจัยรำไพพรรณี ครั้งที่ 6.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ และคณะ. (2552). การวิจัยเพื่อขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ ระยะที่ 1: การพัฒนาเครื่องมือสำหรับการวางแผนและการกำหนดกลยุทธ์ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วันชัย มีชาติ. (2548). พฤติกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณมหาวิทยาลัย.

วิภาดา กฤษณะภูต. (2553). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงถักทอโอทอปสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วิภาวี กฤษณะภูติ. (2553). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงถักทอโอทอปสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

วีระพล ทองมา, วินิตรา ลีละพัฒนา , และ รดาพร ทองมา. (2557). เครือข่ายความร่วมมือการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อการจัดการท่องเที่ยวตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

วุฒิพงษ์ ภักดีเหลา (2554). การศึกษาคุณลักษณะขององค์การนวัตกรรม: กรณีศึกษาองค์การที่ได้รับรางวัลด้านนวัตกรรม. วิทยานิพนธ์.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ศรวณะ แสงสุข, บัณฑิต ผังนิรันดร์, และ บุญเชิด ภิญโญอนันตพงศ์. (2557). กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทเซรามิกในเขตภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์, *9*(26): 43-60.

สมจินตนา คุ้มภัย. (2553).การเปรียบเทียบวัฒนธรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลองค์การ: กรณีศึกษารัฐวิสาหกิจในประเทศไทย.รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. คณะรัฐประศาสนศาสตร์.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

สมยศ นาวีการ. (2548). การบริหารเชิงกลยุทธ์. สำนักพิมพ์บรรณกิจ, กรุงเทพฯ. 1078 หน้า.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2550). การประยุกต์ใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=483

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2551). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับสังคมไทย. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=483

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. ยุทธศาสตร์การวิจัยด้านการประยุกต์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง (พ.ศ. 2555-2559). สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2556, จาก http://eval.nrct.go.th/index.php?option=com_content&view=article&id=11&Itemid=19

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2553). สถานภาพ SMEs ประเทศไทย: บทบาทเชิงเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ. สืบค้นจาก http://www.sme.go.th/Documents/2553/mp/sme-indentity/Southern.pdf เมื่อ 15 พฤศจิกายน 2558.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2556). ภาพรวมแผนยุทธศาสตร์ปี 2555-2559 และแผนปฏิบัติการประจำปี 2556. สืบค้นเมื่อ 13 สิงหาคม 2556, จาก http://www.sme.go.th/Pages/annualReport/art_9.aspx

สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ. (2550). รายงานการศึกษาการพัฒนาแนวทางปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุขสรรค์ กันตะบุตร และคณะ. (2553). โครงการการศึกษาเพื่อพัฒนาตัวชี้วัดและกระบวนการมาตรฐานในการประเมินองค์กรธุรกิจตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ:สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุชาติ จรประดิษฐ์, อดิลล่า พงศ์ยี่หล้า และเสริมศักดิ์ วิศาลาภรณ์. (2557). อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาว ในประเทศไทย, *28*(88): 170-195.

สุดารัตน์ โยธาบริบาล. (2554). วัฒนธรรมองค์การกับผลสัมฤทธิ์การดำเนินงานอำเภอเมืองนครปฐม. วารสารวิทยบริการ. 22(2), 100-125.

สุพานี สฤษฎ์วานิช. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิด ทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่สาม), โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 322 หน้า.

สุพิศพรรณ วัจนเทพินทร์ และชุติระ ระบอบ. (2555). โครงการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป OTOP จังหวัดนครนายก. *วารสารมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. 15*(30), 89-105.

อภิชัย พันธเสน, สรวิชญ์ เปรมชื่น, พิเชษฐ์ เกียรติเดชปัญญา, (2546). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

อับดุลฮาดี อีสามะ. (2556). ภาวะผู้นำของวิสาหกิจชุมชนที่ร่วมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP): กรณีสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อาชว์ เตาลานนท์.(2555). การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของภาคธุรกิจเอกชน.การเสวนาประสบการณ์การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ณ โรงแรมรอยัลปริ้นเซส กรุงเทพฯ จัดโดย มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาประเทศตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 1 ต.ค 2557.http://www.rsepf.or.th/document/

อารี วิบูลย์พงศ์.(2551). โครงการวิจัยและพัฒนาระบบการผลิตการเกษตร และวิสาหกิจชุมชนตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง: กรณีศึกษา ระบบการผลิตลำไย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2556, จาก http://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=RDG4940006

Aldag, R. J. & Kuzuhara, L. W. (2002). Organizational behavior and management. Ohio, USA: South-Western, Thomson learning.

Creswell, J.W., & Clark, V.L.P. (2011). Designing and Conducting Mixed Methods Research. (2nd ed.). California: SAGE Publication Inc.

Dvir T, Eden D, Avolio BJ, Shamir B. Impact of transformational leadership on follower development and performance: A field experiment. Academy of Management Journal. 2002:735-44.

Erez, M., & Kanfer, F.H. (1983). The role of goal acceptance in goal setting and task performance. *Academy of Management Review*, 454-463.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis A Global Perspective 7th edition. New Jersey: Pearson education Inc.

Judge, T.A., & Piccolo, R.F. (2004). Transformational and transactional leadership: a meta-analytic test of their relative validity. *Journal of Applied Psychology, 89*(5), 755-768.

Jung, C. S., & Rainey, H. G. (2011). Organizational goal characteristics and public duty motivation in U.S. federal agencies. *Review of Public Personnel Administration, 31*(1), 28-47.

Kline, R. B. (2011). Principles and practice of structural equation modeling 3rd ed. New York: The Guilford Press.

Paarlberg, L. E., & Lavigna, B. (2010). Transformational leadership and public service motivation: Driving individual and organizational performance. *Public Administration Review, 70*(5), 710-718.

Polit, D.F., Beck, C.T., & Owen, S.V. (2007). Is the CVI an acceptable indicator of content validity? Appraisal and recommendations. *Research in nursing & health, 30*(4), 459-467.

Purvanova, R.K., Bono, J.E., & Dzieweczynski, J. (2006). Transformational leadership, job characteristics, and organizational citizenship performance. *Human Performance, 19*(1), 1-22.

Trottier, T., Van Wart, M., & Wang, X.H. (2008). Examining the nature and significance of leadership in government organizations. *Public Administration Review, 68*(2), 319-333.

Tsai, Wei-Chi, Chen, Hsien-Wen, & Cheng, Jen-Wei. (2009). Employee positive moods as a mediator linking transformational leadership and employee work outcomes. *International Journal of Human Resource Management, 20*(1), 206-219.

Waldman, D.A., Siegel, D.S., & Javidan, M. (2006). Component of CEO transformational leadership and corporate social responsibility. Journal of Management Studies, *43*(8), 1703-1725.

Wiersma, W., & Jur, S. G. (2009). Research Methods in Education an Introduction. (9th ed.). Boston, MA: Pearson Education Inc.

William, C. (2005). Management 3rd edition. Texas Christian University. Thomson.

XieKou, A., & Simosi, M. (2006). Organizational culture and transformational leadership as predictors of business unit performance. Journal of Managerial Psychology, *21*(6). 566-579.

Yiing, L.H., & Ahmad, K.Z.B. (2009). The moderating effects of organizational culture on the relationships between leadership behaviour and organizational commitment and between organizational commitment and job satisfaction and performance. *Leadership & Organization Development Journal, 30*(1), 53-86.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามการวิจัย

ชุดที่.....
ที่ตั้งกลุ่ม .....ตำบล.....
อำเภอ .....
จังหวัด .....

แบบสอบถามการวิจัย

ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

เรียน ผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อศึกษาความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียงของกลุ่ม OTOP ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในแง่การเพิ่มองค์ความรู้ทางวิชาการ และในใช้สำหรับเป็นแนวทางพัฒนากลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน **กรุณาตอบแบบสอบถามตามความคิดเห็นที่เป็นจริงมากที่สุด ผู้วิจัยรับรองว่าจะนำเสนอผลการวิจัยโดยภาพรวม ซึ่งไม่มีผลกระทบต่อผู้ตอบเป็นรายบุคคล** และไม่มีการเจาะจงเฉพาะหน่วยงานแต่อย่างใด

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้ คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง
ตอนที่ 3 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ตอนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขัน
ตอนที่ 5 ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง
ตอนที่ 6 ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม

ความสมบูรณ์ของคำตอบที่ได้รับมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อผลการวิจัย และหวังว่าจะได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่ท่านได้กรุณาอนุเคราะห์เวลาสำหรับการตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้ด้วย

คณะผู้วิจัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อความหรือทำเครื่องหมาย √ ในช่อง ☐ ที่เป็นข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

<u>ตอนที่ 1</u> ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2.หญิง

2. อายุ .....ปี

3. อาชีพหลัก .....

4. ตำแหน่ง ☐ 1. ประธานกลุ่ม ☐ 2. สมาชิกกลุ่ม (ตำแหน่ง.....)

5. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ 1. ประถมศึกษา
☐ 2. มัธยมศึกษาตอนต้น
☐ 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
☐ 4. อนุปริญญา/ปวส. หรือเทียบเท่า
☐ 5. ปริญญาตรี
☐ 6. อื่นๆ (ระบุ).....

6. ประเภทสินค้า

☐ 1. อาหาร
☐ 2. ของใช้ / ของตกแต่ง/ ของที่ระลึก
☐ 3. ผ้า /เครื่องแต่งกาย
☐ 4. เครื่องดื่ม
☐ 5. สมุนไพร ไม่ใช่อาหาร

7. ระดับดาวของสินค้า(ในปัจจุบัน) .....ดาว

8. ปีที่จัดตั้งกลุ่ม ปี พ.ศ. .....

9. รายรับที่ได้จากการขายสินค้า ..... บาท/เดือน

10. กลุ่มเคยได้รับการสนับสนุน/ช่วยเหลือจาก (<u>ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ</u>)

☐ 1.สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
☐ 2.สำนักงานเกษตรจังหวัด
☐ 3.สำนักงานพาณิชย์จังหวัด
☐ 4.การศึกษานอกโรงเรียน (กศน.)
☐ 5.อาชีวศึกษา
☐ 6. มหาวิทยาลัย (ระบุ).....
☐ 7.อื่นๆ (ระบุ).....

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ในช่องที่เป็น**ตรงกับความรู้สึกหรือสภาพความเป็นจริง**เกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของกลุ่มโอทอปของท่าน

<u>ตอนที่ 2</u> ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ลำดับ	**ข้อความ**	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างแรงบันดาลใจ						
1	ประธานกลุ่ม ทำให้สมาชิกเกิด**แรงจูงใจ**ที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงาน					
2	ประธานกลุ่ม มีการ**ประชุมชี้แจง** หรือแจ้งข่าวสารในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ					
3	ประธานกลุ่ม มี**การสนับสนุน** ให้มีการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน					
4	ประธานกลุ่ม มี**การมอบหมายงาน**และมอบอำนาจการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม					
5	ประธานกลุ่ม **เปิดโอกาส**ให้ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา					
การกระตุ้นทางปัญญา						
6	ประธานกลุ่มชี้ให้เห็นถึง**สภาพแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบ**ต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม					
7	ประธานกลุ่มกระตุ้นสมาชิกให้มี**ความท้าทาย**ในการปฏิบัติงาน					
8	ประธานกลุ่ม กระตุ้นให้ท่าน**แก้ปัญหา**การทำงานด้วยแนวทางที่ดีกว่าเดิม					
การมีอิทธิพลทางอุดมคติ						
9	ประธานกลุ่ม เป็นผู้ที่มี**ความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์**และวางแผนในการปฏิบัติงาน					
10	ประธานกลุ่ม เป็นผู้ที่**ยอมรับและแก้ไข**ความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของตนเอง					

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
11	ประธานกลุ่ม ช่วย**แก้ปัญหาต่างๆ** ให้แก่สมาชิกทุกคนอย่าง**เสมอภาค**					
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล						
12	ประธานกลุ่ม เปิดโอกาสให้ท่านได้**แสดงความสามารถ**ในการปฏิบัติงาน					
13	ประธานกลุ่ม **ชี้แนะเพื่อพัฒนา**การทำงานให้กับสมาชิกในกลุ่ม					
14	ประธานกลุ่ม **รับฟังความต้องการ**ของสมาชิก					

<u>ตอนที่ 3</u> ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง						
1	กลุ่ม มี**การนำเทคโนโลยี**หรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต					
2	สมาชิกในกลุ่ม**มีการพูดคุย**เกี่ยวกับการแก้ปัญหาการทำงาน					
3	กลุ่ม **มีวิธีป้องกันความเสียหาย**ที่เกิดจากการ*เปลี่ยนแปลงด้านราคา หรือคุณภาพของวัตถุดิบ*ที่ใช้ในการผลิต เช่น สั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า ฯลฯ					
4	กลุ่ม **มีวิธีป้องกันความเสียหาย**ที่เกิดจาก*เงินลงทุนหรือการบริหารเงิน* เช่น มีการจดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่าย, การมีเงินสดสำรองไว้ยามฉุกเฉิน, การมีแหล่งเงินกู้จากสถาบันการเงิน ฯลฯ					

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5	กลุ่ม **มีการป้องกันความเสียหาย**ในการ*จำหน่ายสินค้า*ให้กับลูกค้า เช่น บรรจุสินค้าในหีบห่อที่มั่นคงปลอดภัย, การแจ้งระยะเวลาในการส่งสินค้า					
ความเพียร						
6	สมาชิกในกลุ่ม**ไม่ท้อถอย**เมื่อเกิดปัญหาในการทำงาน					
7	สมาชิกในกลุ่ม**มุ่งมั่น**ที่จะผลิตสินค้าเพื่อให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด					
8	สมาชิกในกลุ่มมี**ความรับผิดชอบ**ในงานที่ได้รับมอบหมาย					
9	สมาชิกในกลุ่มมีความ**พยายามพัฒนาสินค้า**ให้มีคุณภาพมากขึ้น					
ความพอประมาณ						
10	กลุ่ม มี**การผลิตสินค้าจำนวนมาก** เพื่อให้มีกำไรเพิ่มขึ้น*					
11	กลุ่ม มี**การจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย**					
12	กลุ่ม **มีการกู้ยืมเงิน หรืออุปกรณ์** สำหรับเพิ่มการผลิตสินค้า *					
13	กลุ่ม มีการผลิตสินค้ามากขึ้น ในช่วงที่ วัสดุการผลิตมีราคาถูก					
การแบ่งปัน						
14	สมาชิกในกลุ่ม มี**การแลกเปลี่ยนความรู้** ทักษะในกระบวนการทำงานกับกลุ่มอื่นๆ					
15	สมาชิกในกลุ่ม **เป็นวิทยากร**ในการให้ความรู้กับกลุ่มอื่นๆ					

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
16	สมาชิกในกลุ่ม มี**การแจ้งข้อมูล**เกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าให้กับกลุ่มอื่นๆ					
การมีจริยธรรม						
17	สมาชิกในกลุ่ม มีการแสดง**ความรับผิดชอบ** หากเกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน					
18	กลุ่ม มี**การเปิดเผยข้อมูลสินค้า**ให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้าที่เป็นจริงและครบถ้วน					
19	กลุ่ม มีการ**ยินยอมให้แลกเปลี่ยนสินค้า**เมื่อสินค้าชำรุดหรือไม่ได้มาตรฐาน					
การพัฒนาภูมิสังคม						
20	กลุ่ม จัด**ให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม**ในการดำเนินธุรกิจ					
21	กลุ่ม มีการผลิต**สินค้าที่ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม**					
22	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากชุมชนเท่านั้น					
การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย						
23	กลุ่ม ให้**ความร่วมมือ**ในการร่วมกิจกรรมของหน่วยงานราชการ					
24	กลุ่ม ให้**ความสำคัญกับปรับปรุง**กระบวนการผลิตสินค้าเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ					
25	กลุ่ม มี**การแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์**กับตัวแทนจำหน่าย หรือลูกค้า					

<u>ตอนที่ 4</u> ความสามารถในการแข่งขัน

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ความสามารถด้านนวัตกรรม						
1	กลุ่ม **มีคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆ** ที่เกิดจากความคิดเห็นของลูกค้า					
2	กลุ่ม **มีการออกแบบ พัฒนา ปรับปรุงสินค้า** เพื่อให้สินค้าแตกต่างจากผู้ขายรายอื่น					
3	กลุ่ม ผลิตสินค้าที่**แปลกใหม่หรือมีลักษณะเฉพาะ**ไม่เหมือนใคร เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง					
4	กลุ่ม ผลิตสินค้าที่**คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบ**ได้					
ความสามารถด้านการผลิต						
5	กลุ่ม สามารถจัดหา**วัตถุดิบได้เพียงพอ**กับความต้องการเสมอ					
6	กลุ่ม **มีเงินหมุนเวียน**เพียงพอสำหรับการผลิตสินค้า					
7	กลุ่ม **มีแรงงานฝีมือ**เพียงพอสำหรับการผลิตสินค้า					
8	กลุ่ม มีการผลิตหรือส่ง**มอบสินค้าตรงตามเวลา**ที่ลูกค้าต้องการ					
ความสามารถด้านการจัดการตลาด						
9	กลุ่ม มี**การวางเป้าหมาย**ในการขายสินค้า					
10	กลุ่ม มีการ**วางแผนที่จะหาลูกค้า**รายใหม่					
11	กลุ่ม มีการ**หาตัวแทนจำหน่าย**เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า					

ลำดับ	ข้อความ	ความคิดเห็น				
		ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
12	กลุ่ม มี**สถานที่จำหน่าย**สินค้าหรือช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกต่อการซื้อของลูกค้า					
13	กลุ่ม ได้เข้า**ร่วมแสดงหรือจำหน่ายสินค้า**ในงานกิจกรรมต่างๆ					
14	กลุ่ม **มีสมาชิกที่ทำหน้าที่ติดต่อสื่อสาร**หรือประสานงานกับ ลูกค้า/ตัวแทนจำหน่าย					
15	กลุ่ม มี**การตรวจสอบยอดขาย**สินค้าว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่					

<u>ตอนที่ 5</u> ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

<u>โปรดทำเครื่องหมาย √ ที่แสดงถึงการ**ปฏิบัติของท่าน/กลุ่ม**ของท่านมากที่สุด</u>

ลำดับ	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		น้อยมาก/แทบไม่มี	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว						
1	กลุ่ม **มีการขยายการลงทุนทางธุรกิจ**อย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด เช่น การผลิตสินค้าหลากหลายชนิด, การผลิตครั้งละจำนวนมากๆ					
2	กลุ่ม **ผลิตสินค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพ**					
3	กลุ่ม **ส่งสินค้าตรงเวลาอย่างต่อเนื่อง**ให้กับลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่าย					
4	กลุ่ม มีการ**ชักชวนเครือข่ายพันธมิตร**หรือตัวแทนจำหน่าย ในการทำธุรกิจร่วมกัน					
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง						

ลำดับ	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		น้อยมาก/แทบไม่มี	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5	กลุ่ม มี**จัดเก็บข้อมูลลูกค้า** หรือ ตัวแทนจำหน่าย					
6	สมาชิกกลุ่ม **มีการพัฒนาความรู้และทักษะ**ใหม่ๆ เสมอเพื่อการพัฒนาสินค้า					
7	กลุ่ม **มีการสอบถาม**ตัวแทนจำหน่าย/ลูกค้า สำหรับการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า					
8	กลุ่ม **มีความกระตือรือร้นที่**จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า					
9	กลุ่มของท่านมีการ**แสวงหาวัตถุดิบคุณภาพ**ในท้องถิ่นเพื่อผลิตสินค้า					
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง						
10	กลุ่ม **มีการปรับปรุง/พัฒนาสินค้า**ใหม่ๆ ทุกปี					
11	กลุ่ม **มีวางแผนป้องกันปัญหา**ที่เกิดจากวัตถุดิบขาดตลาด					
12	กลุ่ม **มีการติดต่อหาตัวแทนจำหน่าย**/ลูกค้าใหม่ๆ ทุกปี					
13	กลุ่ม มี**แผนการจำหน่ายสินค้า**ให้ทั่วจังหวัดภาคใต้					
14	กลุ่ม มีแผนการจำหน่ายสินค้าในภูมิภาคอื่น ๆ					
15	กลุ่ม มี**วางแผนจัดการเงินทุน**ที่เพียงพอสำหรับการบริหารจัดการ					
16	กลุ่ม มีการ**ประชุมวางแผน**สำหรับสิ่งที่จะต้องทำ**ในปีถัดไป**					
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง						
17	สมาชิกในกลุ่ม มีโอกาส**เข้าร่วมอบรมความรู้**ทักษะต่างๆ เมื่อหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น					
18	สมาชิกในกลุ่มมี**หาความรู้ใหม่ๆ** เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า					

ลำดับ	ข้อความ	ระดับการปฏิบัติ				
		น้อยมาก/แทบไม่มี	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
19	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่มุ่ง**ไม่ให้เกิดผลกระทบกับคนในชุมชน เ**ช่น การส่งเสียงดัง การส่งกลิ่นเหม็น					
20	กลุ่ม มี**การพบปะกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยน**ความรู้เกี่ยวกับการขายสินค้า ทุก 6 เดือน					
21	กลุ่ม มีความพยายามที่จะเป็น**สมาชิกชมรมสมาคม** หรือกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ					
22	สมาชิกในกลุ่ม**ร่วมใจกันทำงานหนัก**เพื่อที่จะให้สินค้ามีคุณภาพ มาตรฐานมากขึ้น					

ตอนที่ 6 ปัญหา อุปสรรคและความคาดหวังของกลุ่ม

1. ปัญหา อุปสรรค ที่สำคัญของกลุ่ม 3 อันดับแรก (โปรดระบุหมายเลข)

..... A. ปัญหาขาดวัตถุดิบ
..... B. ขาดเครื่องมือการผลิตที่ทันสมัย
..... C.ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์
..... D.ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
..... E.ขาดเอกลักษณ์ของสินค้า
..... F. เงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ
..... G. ขาดแนวคิดเชิงธุรกิจ
..... H. การมีช่องการจัดจำหน่ายจำกัด
..... I. ไม่มีตลาดที่แน่นอน
..... J. ขาดความรู้ความเข้าใจในการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาเครือข่าย
..... K. อื่นๆ (ระบุ).....

2. ท่านหรือกลุ่มของท่านคาดหวังที่จะได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนอย่างไร (โปรดระบุ)

.....
.....
.....
.....

********** **ขอขอบคุณทุกท่านที่กรุณาเสียสละเวลาในการตอบแบบสอบถาม** **********

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

1. ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญที่มีผลต่อความยั่งยืนของกลุ่มคือปัญหาอะไร ควรมีแนวทางแก้ไขปัญหาอย่างไร
2. การสนับสนุน ช่วยเหลือดังกล่าวตรงกับความต้องการมากน้อยเพียงใด
3.กลุ่มมีการผลิตสินค้าหลากหลายชนิด หรือหลากหลายราคาหรือไม่ อย่างไร
4. ท่านคิดว่าการกู้ยืมเงินเพื่อมาบริหารจัดการกลุ่มจะทำให้กลุ่มมีผลกำไรเพิ่มขึ้นหรือไม่ อย่างไร
5.กลุ่มมีติดต่อสอบถามกับลูกค้า หรือตัวแทนอย่างไร และมีการจัดเก็บข้อมูลดังกล่าวมากน้อยเพียงใด
6. สมาชิกในกลุ่มของท่านมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้กับกลุ่มฯอื่นๆ หรือไม่ อย่างไร
7.ประธานกลุ่มฯ มีการประชุมหรือให้สมาชิกเข้ามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกลุ่มฯ อย่างไร
8.ท่านคิดว่าความสามารถด้านนวัตกรรม (การคิดค้น ออกแบบ สินค้าใหม่ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่ง) ด้านการผลิต (การจัดหาวัตถุดิบ แรงงานฝีมือ การส่งสินค้าที่ตรงเวลา) และด้านการจัดการตลาด (การวางแผนหาลูกค้า หาตัวแทนจำหน่าย การมีสถานที่จำหน่าย การเข้าร่วมแสดงสินค้าฯ) มีผลต่อการรู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาด คู่แข่ง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง

ภาคผนวก ค

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

1. ดร.สุภาวดี สุทธิรักษ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยตาปี
2. ดร.ธีรพร ทองขะโชค ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์และการจัดการทรัพยากรมนุษย์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ
3. ผศ.ดร.ชมพูนุช ศรีพงษ์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา YALA RAJABHAT UNIVERSITY

ภาคผนวก ง
ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
การสร้างแรงบันดาลใจ				
1	ประธานกลุ่ม ทำให้พนักงานเกิดแรงจูงใจที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงาน	1.00	คำที่ใช้ยังไม่คงเส้นคงวากับข้อคำถามข้ออื่นๆ	ประธานกลุ่ม ทำให้สมาชิกเกิดแรงจูงใจที่จะทุ่มเทในการปฏิบัติงาน
2	ประธานกลุ่ม มีการประชุมชี้แจง หรือแจ้งข่าวสารในการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ	1.00	-	-
3	ประธานกลุ่ม มีการสนับสนุน ให้มีการฝึกอบรม ศึกษาดูงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน	1.00	-	-
4	ประธานกลุ่ม มีการมอบหมายงานและมอบอำนาจการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม	1.00	-	-
5	ประธานกลุ่ม เปิดโอกาสให้ท่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและแก้ไขปัญหา	1.00	-	-
การกระตุ้นทางปัญญา				
6	ประธานกลุ่มชี้ให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ	1.00	-	-

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
7	ประธานกลุ่มกระตุ้นสมาชิกให้มีความท้าทายในการปฏิบัติงาน	1.00	-	-
8	ประธานกลุ่ม กระตุ้นให้ท่านแก้ปัญหาการทำงานด้วยแนวทางที่ดีกว่าเดิม	1.00	-	-
การมีอิทธิพลทางอุดมคติ				
9	ประธานกลุ่ม เป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์และวางแผนในการปฏิบัติงาน	1.00	-	-
10	ประธานกลุ่ม เป็นผู้ที่ยอมรับและแก้ไขความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการทำงานของตนเอง	1.00	-	-
11	ประธานกลุ่ม ช่วยแก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่สมาชิกทุกคนอย่างเสมอภาค	1.00	-	-
การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล				
12	ประธานกลุ่ม เปิดโอกาสให้ท่านได้แสดงความสามารถในการปฏิบัติงาน	1.00	-	-
13	ประธานกลุ่ม ชี้แนะเพื่อพัฒนาการทำงานให้กับสมาชิกในกลุ่ม	1.00	-	-

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
14	ประธานกลุ่ม รับฟังความต้องการของสมาชิก	1.00	-	-

ตอนที่ 3 ค่านิยมร่วมในการดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ลำดับ	**ข้อคำถาม**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับความเสี่ยง				
1	กลุ่มของท่านมีการนำเทคโนโลยีหรือเครื่องจักรมาใช้ในการผลิต	0.67	-	
2	สมาชิกในกลุ่มมีการพูดคุยเกี่ยวกับการแก้ปัญหาการทำงาน	1.00	-	
3	กลุ่ม ของท่านมีการจัดการความเสี่ยงทางด้านการผลิต	1.00	ควรขยายความคำว่า ความเสี่ยง	กลุ่ม มีวิธีป้องกันความเสียหายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงด้านราคา หรือคุณภาพของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เช่น สั่งซื้อวัตถุดิบล่วงหน้า ฯลฯ
4	กลุ่ม ของท่านมีการจัดการความเสี่ยงทางด้านการเงิน	1.00	ควรขยายความคำว่า ความเสี่ยง	กลุ่ม มีวิธีป้องกันความเสียหายที่เกิดจากเงินลงทุนหรือการบริหารเงิน เช่น มีการจดบันทึกบัญชีรายรับรายจ่าย, การมีเงินสดสำรองไว้ยามฉุกเฉิน, การมีแหล่งเงินกู้จากสถาบันการเงิน ฯลฯ

ลำดับ	**ข้อคำถาม**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
5	กลุ่ม ของท่านมีการจัดการความเสี่ยงทางด้านการตลาด	1.00	ควรขยายความคำว่า ความเสี่ยง	กลุ่ม มีการป้องกันความเสียหายในการจำหน่ายสินค้าให้กับลูกค้า เช่น บรรจุสินค้าในหีบห่อที่มั่นคงปลอดภัย, การแจ้งระยะเวลาในการส่งสินค้า
ความเพียร				
6	สมาชิกในกลุ่มไม่ท้อถอยเมื่อเกิดปัญหาในการทำงาน	1.00	-	
7	สมาชิกในกลุ่มมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้าเพื่อให้ลูกค้าพอใจมากที่สุด	1.00	-	
8	สมาชิกในกลุ่มมีความรับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย	1.00	-	
9	สมาชิกในกลุ่มมีความคิดที่จะพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น	1.00	ควรปรับข้อความใหม่	สมาชิกในกลุ่มมีความพยายามพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมากขึ้น
ความพอประมาณ				
10	สินค้าที่ผลิตมุ่งที่จะต้องการกำไรสูงสุดในระยะยาว	0.67	ควรปรับข้อคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจง่าย	การผลิตสินค้าจำนวนมากจะทำให้กลุ่ม มีกำไรเพิ่มขึ้น *****
11	สินค้าที่ผลิตมีนโยบายตั้งราคาเพื่อให้ได้กำไรสูงสุดในระยะยาว	0.67	ควรปรับข้อคำถามให้ผู้ตอบเข้าใจง่าย และแตกประเด็นข้อคำถามขึ้นใหม่	กลุ่ม มีการจำหน่ายสินค้าที่หลากหลาย เพื่อให้มีกำไรในเวลาเร็วที่สุด *

ลำดับ	**ข้อคำถาม**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
12	กลุ่ม มีการกู้ยืมเงิน หรืออุปกรณ์ สำหรับเพิ่มการผลิตสินค้า*	0.67	-	-
13	กลุ่ม มีการผลิตสินค้ามากขึ้น ในช่วงที่ วัสดุการผลิตมีราคาถูก *	0.67	-	-
การแบ่งปัน				
14	สมาชิกในกลุ่ม มีการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะในกระบวนการทำงานกับกลุ่มอื่นๆ	1.00	-	
15	สมาชิกในกลุ่ม เป็นวิทยากรในการให้ความรู้กับกลุ่มอื่นๆ	1.00	-	
16	สมาชิกในกลุ่ม มีการแจ้งข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าให้กับกลุ่มอื่นๆ	1.00	-	
การมีจริยธรรม				
17	สมาชิกจะแสดงความรับผิดชอบ หากเกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน	0.67	ควรปรับข้อความให้เหมาะสม	สมาชิกในกลุ่ม มีการแสดงความรับผิดชอบ หากเกิดข้อผิดพลาดในการทำงาน
18	กลุ่ม มีการเปิดเผยข้อมูลสินค้าให้กับตัวแทนจำหน่ายหรือลูกค้าที่เป็นจริงและครบถ้วน	1.00	-	
19	กลุ่ม มีการยินยอมให้แลกเปลี่ยนสินค้าเมื่อสินค้าชำรุดหรือไม่ได้มาตรฐาน	1.00	-	

ลำดับ	**ข้อคำถาม**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
การพัฒนาภูมิสังคม				
20	กลุ่ม จัดให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินธุรกิจ	0.67	-	-
21	การผลิตสินค้ามีการจัดระบบบำบัดของเสียเป็นอย่างดี	0.67	ควรปรับข้อความให้เหมาะสมกับบริบทกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่ไม่กระทบกับสิ่งแวดล้อม
22	สินค้าของท่านมีนโยบายที่จะใช้วัตถุดิบจากชุมชน	0.67	ควรปรับข้อความให้เหมาะสมกับบริบทกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่ใช้วัตถุดิบจากชุมชนเท่านั้น
การให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย				
23	กลุ่ม ให้ความร่วมมือในการร่วมกิจกรรมของหน่วยงานรัฐ	0.67	ข้อความยังคลุมเครือ	กลุ่ม ให้ความร่วมมือในการร่วมกิจกรรมของหน่วยงานราชการ
24	กลุ่ม ให้ความสำคัญกับปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าเพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ	1.00	-	-
25	กลุ่มมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์กับตัวแทนจำหน่าย หรือลูกค้า	1.00	-	-

ตอนที่ 4 ความสามารถในการแข่งขัน

ลำดับ	ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
ความสามารถด้านนวัตกรรม				
1	กลุ่มมีคิดค้นสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เกิดจากความคิดเห็นของลูกค้า	1	-	-
2	กลุ่ม ของท่านมีการวิจัยและพัฒนาสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	1	ควรปรับภาษาเพื่อให้กระชับและเข้าใจง่าย	กลุ่มมีการออกแบบ พัฒนาปรับปรุงสินค้าเพื่อให้สินค้าแตกต่างจากผู้ขายรายอื่น
3	กลุ่ม มีการคิดค้นเพื่อผลิตสินค้าใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง	1	ควรปรับภาษาเพื่อให้กระชับและเข้าใจง่าย	กลุ่ม ผลิตสินค้าที่แปลกใหม่หรือมีลักษณะเฉพาะไม่เหมือนใครเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
4	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่คู่แข่งไม่สามารถลอกเลียนแบบได้	1	-	
ความสามารถด้านการผลิต				
5	กลุ่ม ของท่านมีการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิตสินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง	0.67	ข้อคำถามยังคลุมเครือยากตอบการตอบของผู้ตอบ	กลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบได้เพียงพอกับความต้องการเสมอ

ลำดับ	ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
6	กลุ่ม ของท่านมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าคู่แข่ง	0.67	ข้อคำถามยังคลุมเครือยากตอบการตอบของผู้ตอบ	กลุ่มมีเงินหมุนเวียนเพียงพอสำหรับการผลิตสินค้า
7	กลุ่มมีแรงงานฝีมือเพียงพอสำหรับการผลิตสินค้า	0.67	-	-
8	กลุ่มมีการผลิตหรือส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ	0.67	-	-
ความสามารถด้านการจัดการตลาด				
9	กลุ่ม มีการวางเป้าหมายในการขายสินค้า	0.67	-	-
10	กลุ่ม มีการวางแผนที่จะหาลูกค้ารายใหม่	1.00	-	-
11	กลุ่ม มีการหาตัวแทนจำหน่ายเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า	0.67	-	-
12	กลุ่มของท่านมีสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกต่อการซื้อของลูกค้า	0.67	ควรปรับข้อคำถามให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย	กลุ่ม มีสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกต่อการซื้อของลูกค้า
13	กลุ่ม ของท่านได้เข้าร่วมแสดงหรือจำหน่ายสินค้าในงานกิจกรรมต่างๆ บ่อยครั้ง	1.00	-	กลุ่ม ได้เข้าร่วมแสดงหรือจำหน่ายสินค้าในงานกิจกรรมต่างๆ

ลำดับ	ข้อคำถาม	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
14	กลุ่มมีสมาชิกทำหน้าที่ติดต่อสื่อสารหรือประสานงานกับ ลูกค้า/	0.67	-	-
15	กลุ่มมีการตรวจสอบยอดขายสินค้าว่าบรรลุเป้าหมายหรือไม่	0.67	-	-

ตอนที่ 5 ความยั่งยืนแบบเศรษฐกิจพอเพียง

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
ความพอประมาณ มุ่งผลประโยชน์ระยะยาว				
1	กลุ่ม มีการขยายการลงทุนทางธุรกิจอย่างรวดเร็วเพื่อให้ได้กำไรสูงสุด * เช่น การผลิตสินค้าหลากหลายชนิด, การผลิตครั้งละจำนวนมากๆ	0.67	-	-
2	กลุ่ม มีการสั่งซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากในแต่ละครั้ง*	0.33	ข้อคำถามอาจไม่สื่อถึงความพอประมาณหรือมุ่งผลประโยชน์ในระยะยาว	ตัดข้อคำถาม
3	กลุ่ม ผลิตสินค้าที่มุ่งเน้นคุณภาพ	1.00	-	-
4	กลุ่ม ส่งสินค้าตรงเวลาอย่างต่อเนื่องให้กับลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่าย	1.00	-	-

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
5	กลุ่ม ของท่านมีการแบ่งปันผลประโยชน์กับคู่ค้า	0.67	ปรับข้อความให้ชัดเจนขึ้น	กลุ่ม มีการชักชวนเครือข่ายพันธมิตรหรือตัวแทนจำหน่ายในการทำธุรกิจร่วมกัน
ความมีเหตุผล รู้จักตัวเอง ลูกค้า ตลาดและคู่แข่ง				
6	กลุ่ม มีจัดเก็บข้อมูลลูกค้าหรือ ตัวแทนจำหน่าย	0.67	-	-
7	พนักงานมีความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า	1.00	ปรับข้อความให้กระชับ	สมาชิกกลุ่ม มีการพัฒนาความรู้และทักษะใหม่ๆ เสมอเพื่อการพัฒนาสินค้า
8	กลุ่ม มีการสอบถามตัวแทนจำหน่าย/ลูกค้าสำหรับการปรับปรุงหรือพัฒนาสินค้า	0.67	-	-
9	กลุ่ม มีความกระตือรือร้นที่จะปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์สินค้าให้เป็นที่ต้องการของลูกค้า	0.67	-	-
10	กลุ่มของท่านมีการ **แสวงหาวัตถุดิบคุณภาพ** ในท้องถิ่นเพื่อผลิตสินค้า	1.00	-	-
การสร้างภูมิคุ้มกันพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง				
11	มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ	1.00	ปรับข้อความให้กระชับขึ้น	กลุ่ม มีการปรับปรุง/พัฒนาสินค้าใหม่ๆ ทุกปี
12	กลุ่มมีวางแผนป้องกันปัญหาที่เกิดจากวัตถุดิบขาดตลาด	1.00	-	-
13	กลุ่มมีการติดต่อหาตัวแทนจำหน่าย/ลูกค้า ใหม่ๆ ทุก	1.00		

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
	ปี			
14	กลุ่มมีแผนที่จะจำหน่ายสินค้าในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	0.67	ควรเพิ่มประเด็นคำถามให้ครอบคลุมแต่ละพื้นที่ฯ	กลุ่มมีแผนที่จะจำหน่ายสินค้าให้ทั่วจังหวัดภาคใต้
15	กลุ่ม มีแผนการจำหน่ายสินค้าในภูมิภาคอื่น ๆ	0.67	-	
16	กลุ่มมีวางแผนจัดการเงินทุนที่เพียงพอสำหรับการบริหารจัดการ	1.00	-	-
17	กลุ่มของท่านมีการวางแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า	1.00	ปรับข้อความให้เหมาะสมกับการตอบคำถามของกลุ่มตัวอย่าง	กลุ่ม มีการประชุมวางแผนสำหรับสิ่งที่จะต้องทำในปีถัดไป
การส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างต่อเนื่อง				
18	สมาชิกในกลุ่มชักชวนกันเข้าร่วมอบรมความรู้ทักษะต่างๆ เมื่อหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น	1.00	ควรปรับข้อคำถามใหม่ โดยแสดงให้เห็นถึงโอกาสของการเข้าถึงความรู้	สมาชิกในกลุ่ม มีโอกาสเข้าร่วมอบรมความรู้ ทักษะต่างๆ เมื่อหน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น
19	สมาชิกในกลุ่มมีหาความรู้ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า	1.00		-
20	กลุ่ม มีการผลิตสินค้าที่มุ่ง**ไม่ให้เกิดผลกระทบกับคนในชุมชน** เช่น การส่งเสียงดัง การส่งกลิ่นเหม็น	1.00	-	-
21	กลุ่มของท่าน มักจะพบปะกับกลุ่มโอทอปอื่นๆ เพื่อ	1.00	ควรปรับข้อคำถามให้ผู้ตอบ	กลุ่ม มีการพบปะกับกลุ่มอื่นๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับ

ลำดับ	**ข้อความ**	ค่า IOC	ผลการประเมิน	การแก้ไข/คำชี้แจง
	แลกเปลี่ยนความรู้/ประสบการณ์ทำงาน		เข้าใจง่าย	การขายสินค้า ทุก 6 เดือน
22	กลุ่ม มีความพยายามที่จะเป็นสมาชิกชมรม สมาคม หรือกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการทำธุรกิจ			
23	กลุ่ม ของท่านมีความขยันอดทน เป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ	1.00	ควรปรับข้อคำถามให้กระชับเข้าใจง่าย	สมาชิกในกลุ่ม**ร่วมใจกันทำงานหนัก**เพื่อที่จะให้สินค้ามีคุณภาพมาตรฐานมากขึ้น

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา YALA RAJABHAT UNIVERSITY

ภาคผนวก ฉ

ภาพกิจกรรมการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

ภาพกิจกรรมการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม

การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ณ ห้องประชุมชั้น 6 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

วันที่ 3 มิถุนายน 2558

สนทนากลุ่มผู้ประกอบการ
ณ ห้องประชุมชั้น 6 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
วันที่ 3 มิถุนายน 2558

สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ

ณ ห้องประชุมชั้น 6 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

วันที่ 5 มิถุนายน 2558

สนทนากลุ่มผู้ประกอบการ
ณ ห้องประชุมชั้น 6 สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
วันที่ 5 มิถุนายน 2558

ภาคผนวก ช

คำสั่งและผลการวิเคราะห์ข้อมูล

คำสั่งและผลการวิเคราะห์

The following lines were read from file D:\analysis otop\sem-otop2_180458\sem-delfactor1_otop21.spj:

Title: 1.2SEM delfactor otop 1904

Observed variable: leader1_ leader2_ leader3_ leader4_ culture1 culture2 culture4 culture5 culture6 culture7 cap1_inn cap2_pro cap3_mar sustain2 sustain3 sustain4
Latent variable: leader culture cap sustain
Covariance matrix from file cov_delfactor1.txt
Sample size: 532
Relationship
leader-> leader1_ leader2_ leader3_ leader4_
culture-> culture1 culture2 culture4 culture5 culture6 culture7
cap -> cap1_inn cap2_pro cap3_mar
sustain-> sustain2 sustain3 sustain4
culture cap -> sustain
leader -> culture cap
let the error of leader3_ and leader4_ correlate
let the error of leader1_ and leader3_ correlate
lisrel output: nd=3 ef rs ss sc ad = off mi
path diagram
end of problem

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 98

Minimum Fit Function Chi-Square = 401.524 (P = 0.0)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square = 427.041 (P = 0.0)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 329.041

90 Percent Confidence Interval for NCP = (268.809 ; 396.821)

Minimum Fit Function Value = 0.756

Population Discrepancy Function Value (F0) = 0.620

90 Percent Confidence Interval for F0 = (0.506 ; 0.747)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.0795

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.0719 ; 0.0873)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.000

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 0.947

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (0.834 ; 1.075)

ECVI for Saturated Model = 0.512

ECVI for Independence Model = 20.361

Chi-Square for Independence Model with 120 Degrees of Freedom = 10779.512

Independence AIC = 10811.512

Model AIC = 503.041

Saturated AIC = 272.000

Independence CAIC = 10895.938

Model CAIC = 703.554

Saturated CAIC = 989.624

Normed Fit Index (NFI) = 0.963

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.965

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.786

Comparative Fit Index (CFI) = 0.972

Incremental Fit Index (IFI) = 0.972

Relative Fit Index (RFI) = 0.954

Critical N (CN) = 177.522

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.0141

Standardized RMR = 0.0484

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.909

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.873

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.655

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
YALA RAJABHAT UNIVERSITY

ภาคผนวก ซ

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ – นามสกุล นายนัททที ขจรกิตติยา
Mr.Nattee Kachornkittiya

2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

3.หน่วยงานที่อยู่สามารถติดต่อได้สะดวก

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
โทรศัพท์ 073 – 222329
โทรสาร 073 – 212108, 0815990326
knattee@hotmail.com

4.ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	สถาบันการศึกษา	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	พ.ศ.
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ศบ.	เศรษฐศาสตร์(การเงิน)	2534
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	วท.ม.	เศรษฐศาสตร์	2539
ปริญญาเอก	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ปร.ด.	การจัดการ	2555
	Massey University, New Zealand		Certificate in PhD academic research programme	2554

5. สาขาวิชาการมีความชำนาญพิเศษ

สาขาเศรษฐศาสตร์ การจัดการ การบริหารทรัพยากรมนุษย์

6. งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

- รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา และนัททที ขจรกิตติยา. (2547).ความต้องการศึกษาของประชาชนที่มีต่อวิทยาลัยชุมชน จังหวัดยะลา ได้รับทุนอุดหนุนจากวิทยาลัยชุมชนจังหวัดยะลา ประจำปีงบประมาณ 2547 ดำเนินการเผยแพร่โดยมอบผลงานวิจัยแด่วิทยาลัยชุมชน จังหวัดยะลา. (ผู้ร่วมวิจัย)
- ชูตา แก้วละเอียด, นัททที ขจรกิตติยา และ ชมพูนุท ศรีพงษ์.(2550) ความเป็นไปได้ในการประกอบธุรกิจเลี้ยงไก่และแนวทางการส่งเสริมกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเลี้ยง

ไก่และโรงเชือดไก่ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. ได้รับทุนจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ผู้ร่วมวิจัย)

- ชูตา แก้วละเอียด นัททที ขจรกิตติยา และชมพูนุท ศรีพงษ์. (2552) ระบบโลจิกสติกส์ที่พึงประสงค์บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชน. ได้รับทุนจากงบประมาณมหาวิทยาลัย.(ผู้ร่วมวิจัย)
- อัปสร อีซอ และนัททที ขจรกิตติยา. (2552) การพัฒนาชุดนักศึกษามุสลิมหญิง (ฮิญาบ) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้. ได้รับทุนจากงบประมาณแผ่นดินของมหาวิทยาลัย. (ผู้ร่วมวิจัย)
- รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา, วรพจน์ แซ่หลี, นัททที ขจรกิตติยา และ ชมพูนุท ศรีพงษ์. (2556). โครงการประเมินผลแผนปฏิบัติการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ 2555 จังหวัดสตูล. ได้รับทุนจากศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้(ศอ.บต). (ผู้ร่วมวิจัย)

.....

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางอัปสร อีซอ

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs Apsorn E-sor

2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ระดับ 8

3.หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
โทรศัพท์ 073 – 222329 โทรสาร 073 – 212108
e-mail : apsornyru@gmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การตลาด)
มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

5. สาขาวิชาการมีความชำนาญพิเศษ สาขาเศรษฐศาสตร์ ด้านบริหารธุรกิจ (การตลาด)

6. หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการ

- งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียน การสอน เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ของคณาจารย์ สถาบันราชภัฏยะลา
- งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสมุนไพรลดความอ้วน (ศึกษากรณี 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกมในการจัดการเรียน การสอน สายวิชาการตลาด (ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้)
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดนักศึกษามุสลิมหญิง (ฮิญาบ) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้

7. งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

- งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการเรียน การสอน เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน สถาบันราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ 2541 ดำเนินการเผยแพร่ในรูปบทความวิจัย ผ่านสารราชภัฏยะลา และเผยแพร่ผ่านเว็บไซท์ของสำนักวิจัยและบริการวิชาการ สถาบันราชภัฏยะลา

- งานวิจัยเรื่อง ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทสมุนไพรลดความอ้วน (ศึกษากรณี 3 จังหวัดชายแดนใต้) ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ 2547 ดำเนินการเผยแพร่ในรูปบทความวิจัย ผ่านวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการสอนแบบเกมในการจัดการเรียน การสอนสายวิชาการตลาด (ศึกษาเฉพาะกรณีมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้) ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ 2549 และ ปี 2550 ดำเนินการเผยแพร่ในรูปบทความวิจัย ผ่านวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่
- งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาชุดนักศึกษามุสลิมหญิง (ฮิญาบ) ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิศาสตร์ภาคใต้ ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดิน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ 2551 ดำเนินการเผยแพร่ในงานประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 1. “การวิจัยพัฒนาท้องถิ่นเพื่อแผ่นดินไทย”และ
งาน “การนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2552” (Thailand Research Expo 2009).

.....

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวรุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Miss Runglawan Chantaratana

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ ระดับ 7

3. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์(e-mail)

คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
โทรศัพท์ 073 – 2996269 โทรสาร 073 – 212108
e-mail : rung7see@hotmail.com

4. ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	**สถาบันการศึกษา**	**คุณวุฒิ**	**สาขาวิชา**	**พ.ศ.**
ปริญญาตรี	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ สงขลา	กศ.บ.	การวัดผลการศึกษา	2537
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	ศษ.ม.	การวัดผลและวิจัยการศึกษา	2540
ปริญญาเอก	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ศษ.ด.	การวิจัยและพัฒนาการศึกษา	2555

6. งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

1) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2544). **การประเมินโครงการพลเรือน ตำรวจและทหารที่ 4 ส่วนแยก 2.** ได้รับทุนสนับสนุนจากกองบัญชาการผสมพลเรือน ตำรวจ ทหารที่ 43
2) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2547). **ความต้องการศึกษาของชุมชนในวิทยาลัยชุมชนจังหวัดนราธิวาส** .ได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยชุมชนจังหวัดนราธิวาส.
3) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2548). **ความต้องการศึกษาของชุมชนในวิทยาลัยชุมชนจังหวัดยะลา**.ได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยชุมชนจังหวัดยะลา.
4) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2548). **ความต้องการศึกษาของชุมชนในวิทยาลัยชุมชนจังหวัดปัตตานี.** ได้รับทุนสนับสนุนจากวิทยาลัยชุมชนปัตตานี

5) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2547).**ทัศนะของประชาชนสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม.** ได้รับทุนสนับสนุนจากกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายใน
6) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2547).**การประชาสัมพันธ์เชิงรุกในพื้นที่จังหวัดนราธิวาสโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงของหน่วยบัญชาการทหารพัฒนา. (วส. 912 สนภ.4 นทพ.)** ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยบัญชาการทหารพัฒนากองบัญชาการทหารสูงสุด
7) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2547).**การประเมินแผนงาน/โครงการในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้**.ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยบัญชาการทหารพัฒนากองบัญชาการทหารสูงสุด
8) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2547). **พฤติกรรมการทุจริตการสอบของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา**.ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
9) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2548).**โครงการวิจัยและประเมินผลการบริหารจัดการของเทศบาลนครยะลา**. ได้รับทุนสนับสนุนจากเทศบาลนครยะลา
10) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2549).**โครงการวิจัยและประเมินผลการบริหารจัดการของเทศบาลนครยะลา ปีที่สอง**. ได้รับทุนสนับสนุนจากเทศบาลนครยะลา
11) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2549).**การพัฒนาชุดการสอนวิชาวิจัยทางการศึกษา** . ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
12) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2555). **โครงการประเมินผลแผนปฏิบัติการพัฒนาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประจำปีบประมาณ พ.ศ.2555 จังหวัดสตูล** (2555) ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้
13) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2555). **การประเมินโครงการครูพันธุ์ใหม่พิชิตผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ พ.ศ. 2555**. ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักบริหารยุทธศาสตร์และบูรณาการศึกษาที่ 12 (2555)
14) รุ้งลาวัณย์ จันทรัตนา.(2555). **รายงานผลการประเมินความพึงพอใจของผู้มาขอรับบริการต่อการให้บริการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา**. ได้รับทุนสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดยะลา

.....

1. ชื่อ – นามสกุล นายเวคิน วุฒิวงศ์
Mr.Vakin Wutthiwong

2. ตำแหน่งปัจจุบัน พนักงานมหาวิทยาลัย สายวิชาการ

3.หน่วยงานที่อยู่สามารถติดต่อได้สะดวก

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
133 ถนนเทศบาล 3 ตำบลสะเตง
อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
โทรศัพท์ 073 – 299632
โทรสาร 073 – 299633, 089-733-4799
vakin1128@gmail.com

4.ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	สถาบันการศึกษา	คุณวุฒิ	สาขาวิชา	พ.ศ.
ปริญญาตรี	สถาบันราชภัฏยะลา	ศศ.บ	การพัฒนาชุมชน	2534
ปริญญาโท	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขต ปัตตานี	ศษ.ม	ประกาศนียบัตรบัณฑิต (บัณฑิตอาสาสมัคร)	2539

5. สาขาวิชาการมีความชำนาญพิเศษ

ประกาศนียบัตรบัณฑิต (บัณฑิตอาสาสมัคร)

6. งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

- เวคิน วุฒิวงศ์ และคณะ. (2553). **ทิศทางการพัฒนาหลักสูตรการพัฒนาชุมชนภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคมและการพัฒนาพื้นที่พิเศษสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.** สาขาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- เวคิน วุฒิวงศ์. (2542). **ความรับผิดชอบต่อสังคมของนักศึกษามหาวิทยาลัยในภาคใต้.** ศึกษาศาสตร์เพื่อพัฒนาชุมชน, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- เวคิน วุฒิวงศ์. (2540). **แนวคิดและรูปแบบการประกอบอาชีพทางการเกษตรของผู้นำท้องถิ่น : กรณีศึกษา นายเก้า ศรีคง ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 2 บ้านธนิตคำเที่ยง ตำบลริมสีม่วง อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.** จุลสารวิชาการสำนักบัณฑิตอาสาสมัคร 5,4. (ก.พ.-เม.ย40) 40-41.

.....

1. ชื่อ – นามสกุล นางดุษฎี นาคเรือง

Mrs. Dussadee Nakraung

2. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3.หน่วยงานที่อยู่สามารถติดต่อได้สะดวก

16 ถนนสุขยางค์ 1 อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

โทรศัพท์ 083-1923352

E-mail : dsdj44@hotmail.com

4.ประวัติการศึกษา

บธ.บ. (การเงิน) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บธ.ม. (การจัดการทั่วไป) สถาบันการศึกษานานาชาติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (หลักสูตรภาษาอังกฤษ)

5.สาขาที่มีความชำนาญเป็นพิเศษ

การวิจัยธุรกิจ การจัดการเชิงกลยุทธ์

การบริหารทรัพยากรมนุษย์

6. ประสบการณ์งานวิจัย

- ผู้วิจัยร่วม เรื่อง “Informal Economies” ร่วมมือระหว่างคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กับ University of North Carolina (UNC) at Chapel Hill และ บริษัท Delloite (U.S.A.)
- ผู้วิจัยร่วม เรื่อง “Public Warehouse as a Tool for Border Facilitation in the Greater Mekong Sub-region ” (Component III : Stakeholders’ Perspective) ระหว่างคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กับ The United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific (UN-ESCAP) ประเทศไทย และ Lao Forum
- ผู้วิจัยร่วม “โครงการวิจัยการประเมินผลการบริหารจัดการเทศบาลนครยะลา”ปี พ.ศ. 2548 และ 2550
- หัวหน้าโครงการวิจัย: ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (ปี พ.ศ. 2549 แหล่งทุน งบบำรุงการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)
- ผู้จัดการงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาร่วมทุนกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (ปี พ.ศ. 2551-2553)

- หัวหน้าโครงการวิจัย : รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพที่เหมาะสม ตำบลพร่อน จังหวัดยะลา (ปี พ.ศ. 2552 แหล่งทุน งบ บำรุงการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)
- หัวหน้าโครงการวิจัย: การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพตำบลพร่อน จังหวัดยะลา (ปี พ.ศ. 2553 แหล่งทุน งบแผ่นดินพิเศษ) – การนำเสนอผลการวิจัยในงานการประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยทักษิณ ครั้งที่ 22 ประจำปี 2555
- หัวหน้าโครงการวิจัย: การสร้างมูลค่าเพิ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา: ผลิตภัณฑ์กล้วยหินแปรรูป (ปี พ.ศ. 2554 แหล่งทุน งบแผ่นดินพิเศษ)
- หัวหน้าโครงการวิจัย: ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา (ปี พ.ศ. 2555 แหล่งทุน งบบำรุงการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)
- การนำเสนอผลการวิจัย เรื่อง แนวทางการจัดการวิสาหกิจชุมชนจังหวัดยะลา: กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์กล้วยหินแปรรูป งานประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 “รวมพลังสร้างสรรค์ผลงานวิจัย เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและประเทศไทย

.....