

ตัวอย่าง แบบเสนอโครงการวิจัย (Research Project)

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
ประกอบการเสนอของบประมาณสนับสนุนการวิจัยโดยใช้เงินรายได้ของส่วนงาน

ชื่อโครงการวิจัย (ภาษาไทย) แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้า
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจ
พอเพียง

(ภาษาอังกฤษ) A STRUCTURAL EQUATION MODEL OF GUIDELINES FOR
SUSTAINABILITY IN ONE TAMBON ONE PRODUCT (OTOP)
BUSINESS MANAGEMENT BASED ON THE THEORY OF THE
SUFFICIENCY ECONOMY

ส่วน ก : องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

1. ผู้รับผิดชอบ

1.1 รองศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์ ศิลป์จารุ หัวหน้าโครงการวิจัย

Assoc.Prof.Dr.Thanin Silpcharu

e-mail : tnj@kmutnb.ac.th

สัดส่วนในการดำเนินการวิจัย 50%

คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

1518 ถนนพิบูลสงคราม แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

โทรศัพท์ 02-555-2000 ต่อ 3236 โทรสาร 02-555-2181

1.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุนีย์ วรรณโกมล ผู้ร่วมวิจัย

Asst.Prof.Sunee Wantanakomol

e-mail : suneewan@kmutnb.ac.th

สัดส่วนในการดำเนินการวิจัย 50%

อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

1518 ถนนพิบูลสงคราม แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

โทรศัพท์ 02-555-2000 ต่อ 3260 โทรสาร 02-555-2181

2. ประเภทการวิจัย

การวิจัยขั้นสูง (Advanced Research)

3. สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย

สาขาเศรษฐศาสตร์ กลุ่มวิชาบริหารธุรกิจ

4. คำสำคัญ (Keywords) ของโครงการวิจัย

- 4.1 แบบจำลองสมการโครงสร้าง
- 4.2 หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
- 4.3 ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

5. ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

เศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) เป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ทรงพระราชทานแก่ปวงชนชาวไทยนับตั้งแต่ พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา ถือได้ว่าเป็นแนวทางการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรม เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2556) ซึ่งประชาชนชาวไทยสามารถยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิต การคิด และสามารถประยุกต์ใช้เพื่อนำพาองค์การธุรกิจไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

การประกอบธุรกิจโดยมุ่งหวังแต่กำไรสูงสุดเพียงอย่างเดียวไม่ใช่หนทางของการบริหารธุรกิจที่จะประสบความสำเร็จ (Wheelen & Hunger, 2010, p. 120) ดังเช่น ระบบทุนนิยมที่เน้นตัวเลขกำไรทางบัญชีเป็นเกณฑ์ในการวัดความสำเร็จทางธุรกิจนั้น ทำให้ต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจโลกในหลายวิกฤตที่ผ่านมา ซึ่งนับได้ว่าเป็นบทเรียนสำคัญที่ทำให้ประชาชนชาวไทยทุกระดับ ทุกภาคส่วนต้องย้อนกลับมาพิจารณาและทบทวนแนวทางการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการพัฒนาประเทศไทยให้อยู่ในทิศทางที่จะทำให้วงจรของธุรกิจนั้นสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างยั่งยืน

หนึ่งในแนวทางการแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่ได้รับคำชื่นชม และกล่าวถึงจากนักวิชาการชื่อดังของโลกหลายท่าน คือ แนวพระราชดำริปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดย Sachs (2010, p. 13) ศาสตราจารย์ผู้เชี่ยวชาญประจำสถาบันวูเพิลทอล ได้กล่าวว่า “เศรษฐกิจพอเพียง เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับทุกประเทศในเวลานี้” ซึ่งสอดคล้องกับ Gottwald (2010, p. 19) ศาสตราจารย์ตำแหน่งผู้อำนวยการมูลนิธิไวเฟิร์ท ได้กล่าวว่า “สังคมโลกต้องมีทางเลือกใหม่ คือ เศรษฐกิจพอเพียง” Sen (2010, p. 27) ศาสตราจารย์ผู้ได้รับรางวัลโนเบลสาขาสันติภาพใน ค.ศ. 1998 ได้กล่าวว่า “ความพอเพียงในพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชนั้นไม่ได้หมายถึงไม่ต้องการอีกแล้ว แต่ต้องมีพอที่จะอยู่ได้พอที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น” Boothroyd (2010, p. 33) ศาสตราจารย์ตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์เพื่อการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ ได้กล่าวว่า “เศรษฐกิจพอเพียงไม่ใช่แนวทางที่ทำให้ถอยหลัง แต่เป็นแนวทางนำทางให้โลกได้เห็นอนาคต” นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอีกจำนวนมากทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง และสิ่งแวดล้อม ที่ให้การยกย่องและชื่นชมปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (Warr, 2010, p. 49)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงนับว่าเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาใช้บูรณาการในการแก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างดี ซึ่งหนึ่งในแนวทางของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ คือ การจัดการความรู้ ปัจจุบันโลกเราได้เข้าสู่ยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy - KBE) การดำเนินธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนจึงจำเป็นต้องใช้ความรู้มาเพื่อสร้างนวัตกรรมให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น องค์ประกอบด้านความรู้จึงเป็นองค์ประกอบที่มีบทบาทสำคัญที่สุดของงานวิจัยในครั้งนี้

โครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) เป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่ต้องการจะสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้นและยั่งยืน เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละตำบลมีผลิตภัณฑ์หลัก 1 ประเภท โดย “ผลิตภัณฑ์” ในที่นี้หมายถึง สินค้า

หรือบริการใดๆ ที่เป็นจุดเด่นหรือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของชุมชนนั้นๆ โดยมีการนำเอาวัตถุดิบ แรงงาน และทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่มาเพิ่มขบวนการบริหารการจัดการ การผลิต และการตลาด ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดขาย รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก (กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, 2549)

หลักการพื้นฐานของโครงการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สำคัญมี 3 ประการ ประการแรก ได้แก่ ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (Local Yet Global) ผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรม และมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศ และตลาดโลก ประการที่สองได้แก่ พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self Reliance - Creativity) คนในชุมชนต้องมีการระดมความคิด ในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรม ประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบล ประการหลักการพื้นฐานสุดท้ายได้แก่ การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) ต้องการพัฒนาคคนในชุมชนให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ ให้มีการวางแผนการตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้เปิดดำเนินการลงทะเบียนผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในฐานะผู้ประกอบการ SMEs ทุก ๆ 2 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 – 2555 โดยจำแนกออกเป็นจำนวนของผู้ประกอบการรายเดิม และจำนวนของผู้ประกอบการรายใหม่ ข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2555 ปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2555

ปี พ.ศ.	จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ผลิตสินค้า OTOP			ร้อยละที่ลดลง
	รายเดิม	รายใหม่	รวม	
2549	1,840	403	2,243	-
2551	558	197	755	66.34
2553	574	152	726	3.84
2555	398	163	561	22.73

ที่มา : สรุปผลการดำเนินงาน โครงการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2555, สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กระทรวงมหาดไทย, 2556

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2549-2555 มีจำนวนลดลงทุกปี เนื่องจากไม่สามารถดำรงอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นหนทางหนึ่งที่จะให้ธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ยังสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน จึงควรน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช อันประกอบไปด้วยหลักการสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล ความมีภูมิคุ้มกัน และอีก 2 เงื่อนไข ได้แก่ ความรู้ และคุณธรรม นับว่าเป็นกลยุทธ์ที่มีความเหมาะสมต่อการนำมาใช้กับธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จดำรงธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืน

6. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

งานวิจัยนี้ต้องการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ มาบูรณาการ โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง แล้วนำมาใช้ในการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

7. ขอบเขตของโครงการวิจัย

สำหรับงานวิจัยเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้เป็น 5 ด้าน ได้แก่ ด้านเนื้อหา ด้านประชากร ด้านตัวแปรที่ศึกษา ด้านพื้นที่ และด้านระยะเวลา

7.1 ขอบเขตของการวิจัยด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาและพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยมีการนำเสนอทั้งตัวแบบในภาพรวม และจำแนกตามตัวแปรเชิงกำกับ (Moderators Variable)

7.2 ขอบเขตของการวิจัยด้านประชากร

ในงานวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรกได้แก่ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคเดลฟาย คือผู้เชี่ยวชาญที่จะต้องเป็นที่ยอมรับโดยต้องมีการกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ (Qualifications of Experts) ไว้อย่างชัดเจน สำหรับจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ยอมรับได้ตามเทคนิคเดลฟายนั้น กำหนดไว้ที่จำนวน 9-15 คน ซึ่งจะมีค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูล .04 (บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2552, หน้า 118) งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้จำนวนสูงสุดของเพดานในระดับค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูล .04 คือ จำนวน 15 คน

กลุ่มที่สอง เป็นประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตที่ได้ผ่านการคัดสรรให้เป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประจำปี พ.ศ.2555 ซึ่งได้ตัดสินเสร็จสิ้นในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2556 จำนวน 10,090 ราย (www.thaitambon.com, 2556) แบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มอาหาร กลุ่มเครื่องดื่ม กลุ่มผ้า/เครื่องแต่งกาย กลุ่มของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และกลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Comrey & Lee ที่ระบุถึงขนาดตัวงานของงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือแบบจำลองสมการโครงสร้างจำนวนที่เหมาะสมมากที่สุดควรมีจำนวน 1,000 ตัวอย่าง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 554) โดยในจำนวน 1,000 ตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่มเป็นกลุ่มละ 200 ตัวอย่าง

7.3 ขอบเขตของการวิจัยด้านตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณของงานวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยได้มีการจำแนกตามลักษณะต่าง ๆ ในรายละเอียดได้ดังนี้

7.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ กลุ่มธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ก) กลุ่มอาหาร
- ข) กลุ่มเครื่องดื่ม
- ค) กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย
- ง) กลุ่มของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก
- จ) กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

7.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ตัวแปรตาม คือ แนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งมีมาตรการวัดเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตัวแปรตามของงานวิจัยครั้งนี้ยังสามารถจำแนกออกได้อีก 3 ลักษณะ ได้แก่

ก) ตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) คือ ตัวแปรที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

ข) ตัวแปรแฝงหรือตัวแปรองค์ประกอบ (Latent Variable) คือ ตัวแปรที่รวบรวมข้อมูลจากตัวแปรเชิงสังเกต แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1) ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variable) ได้แก่ องค์ประกอบในด้านความพอประมาณ (Moderation) ความมีเหตุผล (Reasonableness) ความมีภูมิคุ้มกัน (Self-Immunity) และคุณธรรม (Moral)

2) ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous Latent Variable) ได้แก่ องค์ประกอบในด้านความรู้ (Knowledge)

ค) ตัวแปรคั่นกลาง (Intervening Variable) คือ ตัวแปรที่คั่นอยู่ระหว่างตัวแปรแฝงด้วยกัน ในงานวิจัยครั้งนี้ องค์ประกอบในด้านคุณธรรม (Moral) จะทำหน้าที่เป็นตัวแปรคั่นกลางระหว่างองค์ประกอบด้านความรู้ (Knowledge) กับองค์ประกอบด้านความมีเหตุผล (Reasonableness) และความพอประมาณ (Moderation)

7.4 ขอบเขตของการวิจัยด้านพื้นที่

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดการสำรวจข้อมูลความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศไทย

7.5 ขอบเขตของการวิจัยด้านระยะเวลา

การดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย กำหนดที่จะสำรวจข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญในเดือน พฤศจิกายน พ.ศ.2557 กำหนดการหาคุณภาพเครื่องมือสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (แบบสอบถาม) ในเดือน มีนาคม พ.ศ.2558 และ กำหนดการลงภาคสนามเพื่อสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยการสัมภาษณ์ ในเดือน เมษายน พ.ศ.2558

8. สมมุติฐานการวิจัย และกรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 1

H1 : องค์ประกอบด้านความรู้ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านความมีภูมิคุ้มกัน

Puntasen (อ้างถึงใน Lehman & Saravanamuthu, 2009, p. 97) ได้ชี้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรความรู้ กับตัวแปรการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยได้กล่าวสรุปว่าความรู้สามารถนำไปสู่การสร้างภูมิคุ้มกันโดยภูมิคุ้มกัน หมายถึง ความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก (Pavlova, 2009, p. 81) ดังนั้น หากมีความเข้าใจในเรื่องของการสังเคราะห์ความรู้ และการสร้างความรู้ให้เกิดขึ้นในตัว ซึ่งประกอบไปด้วยการนำสิ่งรอบตัวใหม่ ๆ หรืออาจเรียกให้เข้าใจง่ายว่าวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่ได้รับมาแล้วนำมาประยุกต์รวมกันระหว่างความรู้เดิมที่มีอยู่กับความรู้ใหม่ที่ได้รับมา เพื่อรวบรวมเป็นคลังแห่งความรู้ใหม่ที่ทันสมัยกว่าเดิม จะเป็นการช่วยสร้างภูมิคุ้มกันได้เพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง (Mishra, 2009, p. 40) จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมุติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 1

สมมุติฐานการวิจัยข้อที่ 2

H2 : องค์ประกอบด้านความรู้ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านความมีเหตุผล

ตามหลักคิดของกลุ่มเหตุผลนิยม (Rationalism) มีความเชื่อว่าความรู้จะส่งอิทธิพลให้เกิดความมีเหตุผล และความรู้ที่เกิดจากเหตุผลนี้เป็นความรู้ที่แน่นอน (ศรีณย์ วงศ์คำจันทร์, ม.ป.ป., หน้า 156) บุคคลที่มีความรู้ และมีเหตุผลสามารถช่วยหลีกเลี่ยงการเกิดสิ่งที่ไม่คาดคิดได้ (Statsky, 2012, p. 151) เนื่องจากว่าความมีเหตุผล เป็นการตระหนักถึงสิ่งที่กำลังทำอยู่ และทำให้รู้ว่าสิ่งที่ทำอยู่นี้ต้องทำไปเพื่ออะไร (Pavlova, 2009, p. 81) จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 2

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3

H3 : องค์ประกอบด้านความรู้ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านความพอประมาณ

การได้มาซึ่งความรู้ มีอยู่ด้วยกันหลายวิธี ความรู้อาจได้มาจากการเรียนรู้ในห้องเรียน จากประสบการณ์ หรือสิ่งรอบตัว จนบางครั้งทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และทัศนคติที่หันมาคำนึงถึงความพอประมาณ (Pritchard, 2008, p. 2) ความพอประมาณในที่นี้ คือ มีความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น (สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์, 2551, หน้า 56) ความรู้และความพอประมาณจึงมีผลกระทบทางตรงต่อกัน (Hsien, 2008, p. 81) จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 3

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4

H4 : องค์ประกอบด้านความรู้ส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านคุณธรรม

จากผลการวิจัยของ Mills (2010) พบว่า ระดับของความรู้มีผลต่อการประยุกต์ใช้คุณธรรม เช่นเดียวกับโชค บูลกุล (อ้างถึงใน จรรยาพร ธรณินทร์, 2552, หน้า 260) ที่ระบุว่า ความรู้ต้องมีการจัดการเพื่อใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์ คือ ต้องมีความรู้คู่คุณธรรม จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 4

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5

H5 : องค์ประกอบด้านคุณธรรมส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านความมีเหตุผล

บุคคลที่มีความเชื่อในเรื่องคุณธรรมย่อมจะต้องยึดมั่นในความมีเหตุผลด้วย (Kalderon, 2005, p. 2) เช่นเดียวกับแนวคิดของ Pavlova (2009, p. 81) ที่กล่าวว่า คุณธรรม เกี่ยวข้องกับจิตวิญญาณของมนุษย์ และคุณค่าทางสังคม ซึ่งคุณธรรมนั้นเป็นพื้นฐานนำไปสู่ความมีเหตุผล จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 5

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6

H6 : องค์ประกอบด้านคุณธรรมส่งอิทธิพลทางตรงต่อองค์ประกอบด้านความพอประมาณ

Paine (2011, p. 52) ได้กล่าวถึง ความสัมพันธ์ระหว่างเรื่องของความมีคุณธรรม กับเรื่องของความพอประมาณ ไว้ว่า ความพอประมาณเป็นสิ่งสำคัญและเป็นพื้นฐานที่มีอยู่ในตัวมนุษย์โดยมีคุณธรรมเป็นตัวกำหนด เช่นเดียวกับ Pavlova (2009, p. 81) ที่ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องของคุณธรรมและความพอประมาณไว้ว่า คุณธรรมและความพอประมาณเป็นเรื่องที่มีความเกี่ยวข้องกัน โดยคุณธรรม เป็นพื้นฐานประการหนึ่งนำไปสู่ความพอประมาณ จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 6

สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7

H7 : แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อจำแนกตามกลุ่มธุรกิจแล้วไม่มีความแปรเปลี่ยนของรูปแบบจำลอง

สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ กลุ่มอาหาร กลุ่มเครื่องดื่ม กลุ่มผ้า และเครื่องแต่งกาย กลุ่มของใช้ของตกแต่งและของที่ระลึก กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (สำนักส่งเสริมภูมิ

ปัญหาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2556) Gebauer, Edvardsson and Bjurko (2010) ได้ทำการทดสอบสมมติฐานที่เกี่ยวกับความไม่แปรเปลี่ยนของแบบจำลอง ผลการทดสอบสรุปได้ว่าลักษณะของประเภทธุรกิจที่ต่างกันนั้นไม่มีผลกระทบต่อรูปแบบของแบบจำลอง จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 7

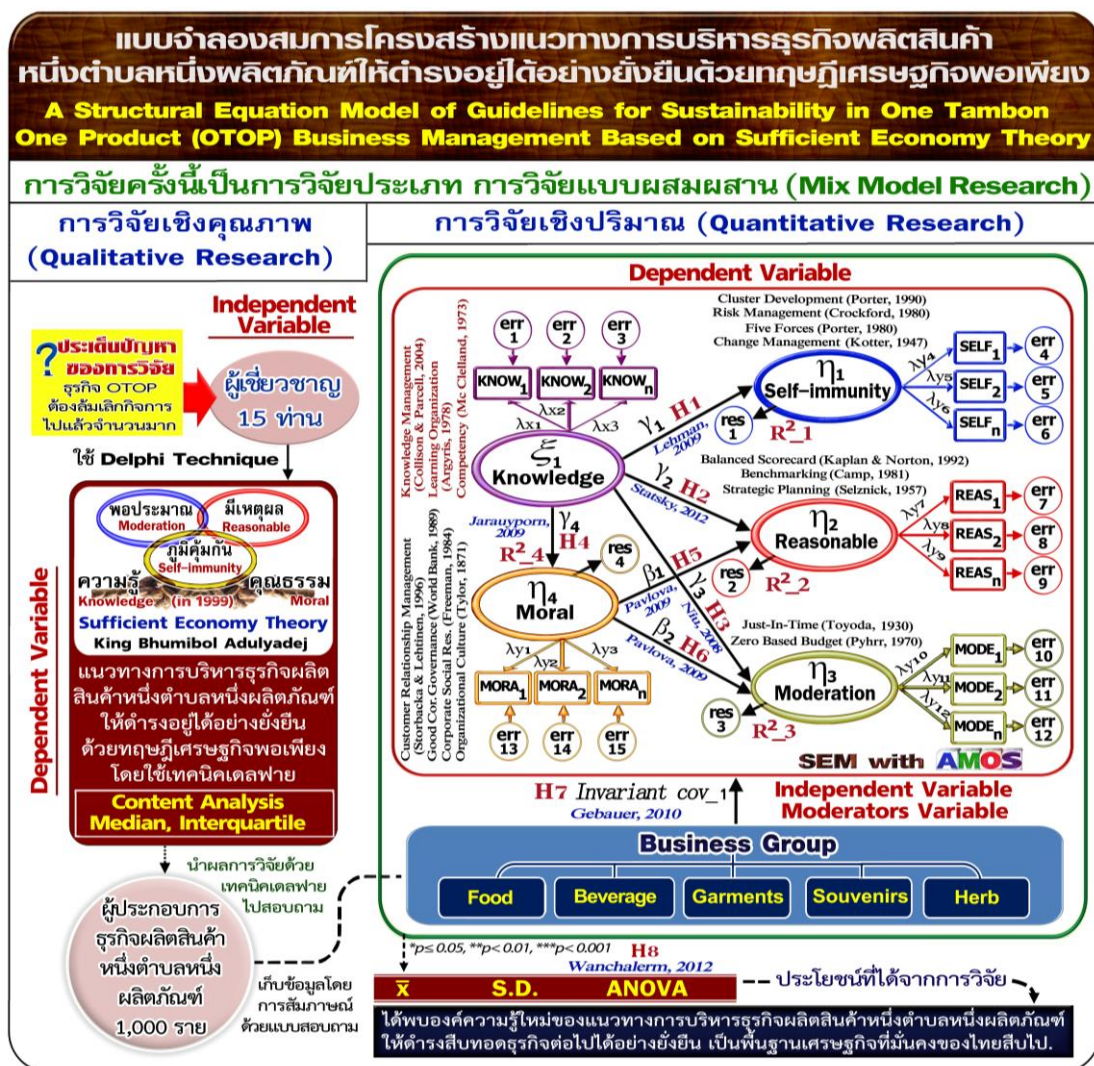
สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 8

H8 : ระดับความสำคัญแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงโดยภาพรวม เมื่อจำแนกตามกลุ่มธุรกิจแล้วแตกต่างกัน

นุชนาฏ (2553) ได้กล่าวถึงธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันส่งผลให้การใช้กลยุทธ์สำหรับการบริหารธุรกิจแต่ละประเภทแตกต่างกันตามไปด้วย สอดคล้องกับ วันเฉลิม เหลืองอ่อน (2555) ที่ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประเภทธุรกิจที่ต่างกันจะมีปัจจัยทางการบริหารที่ต่างกัน จากแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้นำมากำหนดเป็นสมมติฐานของงานวิจัยในข้อที่ 8

กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัย ขอบเขตการวิจัย และสมมติฐานการวิจัยที่ผ่านมา สามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดของโครงการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดงานวิจัยการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

9. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยดังนี้

9.1 แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำรา เพื่อเป็นแนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยแสดงรายละเอียดของจุดเริ่มต้นแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

9.1.1 จุดเริ่มต้นแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผลจากการใช้แนวทางการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแก่สังคมไทยอย่างมากในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งกระบวนการของความเปลี่ยนแปลงมีความสลับ ซับซ้อนจนยากที่จะอธิบายในเชิงสาเหตุและผลลัพธ์ได้ เพราะการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดต่างเป็นปัจจัยเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน

สำหรับผลของการพัฒนาในด้านบวกนั้น ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ความเจริญทางวัตถุ และสาธารณูปโภคต่าง ๆ ระบบสื่อสารที่ทันสมัย หรือการขยายปริมาณและกระจายการศึกษาอย่างทั่วถึงมากขึ้น แต่ผลด้านลบเหล่านี้ส่วนใหญ่กระจายไปถึงคนในชนบท หรือผู้ด้อยโอกาสในสังคมน้อย

แต่ว่า กระบวนการเปลี่ยนแปลงของสังคมได้เกิดผลลบติดตามมาด้วย เช่น การขยายตัวของรัฐเข้าไปในชนบท ได้ส่งผลให้ชนบทเกิดความอ่อนแอในหลายด้าน ทั้งการต้องพึ่งพิงตลาดและพ่อค้าคนกลางในการส่งสินค้าทุน ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และการรวมกลุ่มกันตามประเพณีเพื่อการจัดการทรัพยากรที่เคยมีอยู่แต่เดิมแตกสลายลง ภูมิความรู้ที่เคยใช้แก้ปัญหาและสั่งสมปรับเปลี่ยนกันมาถูกกลืนเลือนและเริ่มสูญหายไป

สิ่งสำคัญก็คือความพอเพียงในการดำรงชีวิต ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานที่ทำให้คนไทยสามารถพึ่งตนเองและดำเนินชีวิตไปได้อย่างมีศักดิ์ศรีภายใต้อำนาจและความมีอิสระในการกำหนดชะตาชีวิตของตนเอง ความสามารถในการควบคุมและจัดการเพื่อให้ตนเองได้รับการสนองต่อความต้องการต่าง ๆ รวมทั้งความสามารถในการจัดการปัญหาต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้ถือว่าเป็นศักยภาพพื้นฐานที่คนไทยและสังคมไทยเคยมีอยู่แต่เดิม ต้องถูกกระทบกระเทือน ซึ่งวิกฤตเศรษฐกิจจากปัญหาฟองสบู่และปัญหาความอ่อนแอของชนบท รวมทั้งปัญหาอื่น ๆ ที่เกิดขึ้น ล้วนแต่เป็นข้อพิสูจน์และยืนยันปรากฏการณ์นี้ได้เป็นอย่างดี (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2556)

พระราชดำริว่าด้วยเศรษฐกิจพอเพียง

“...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐานคือ ความพอมี พอกิน พอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและอุปกรณ์ที่ประหยัดแต่ถูกต้องตามหลักวิชาการ เมื่อได้พื้นฐานความมั่นคงพร้อมพอสมควร และปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจขั้นที่สูงขึ้นโดยลำดับต่อไป...” (18 กรกฎาคม 2517)

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวพระราชดำริในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพล อดุลยเดช ที่พระราชทานมานานกว่า 30 ปี เป็นแนวคิดที่ตั้งอยู่บนรากฐานของวัฒนธรรมไทย เป็นแนวทางการพัฒนาที่ตั้งบนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท คำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้และคุณธรรม เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิต ที่สำคัญจะต้องมีสติ ปัญญา และความเพียร ซึ่งจะนำไปสู่ความสุขในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง

“...คนอื่นจะว่าอย่างไรก็ช่างเขา จะว่าเมืองไทยล้าสมัย ว่าเมืองไทยเชย ว่าเมืองไทยไม่มีสิ่งที่สมัยใหม่ แต่เราอยู่พอมีพอกิน และขอให้ทุกคนมีความปรารถนาที่จะให้เมืองไทย พออยู่พอกิน มีความสงบ และทำงานตั้งจิตอธิษฐานตั้งปณิธาน ในทางนี้ที่จะให้เมืองไทยอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่ใช่จะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ว่ามีความพออยู่พอกิน มีความสงบ เปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ถ้าเรารักษา ความพออยู่พอกินนี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวดได้...” (4 ธันวาคม 2517)

พระบรมราโชวาทนี้ ทรงเห็นว่าแนวทางการพัฒนาที่เน้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียวอาจเกิดปัญหาได้ จึงทรงเน้นการมีพอกินพอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่ในเบื้องต้นก่อน เมื่อมีพื้นฐานความมั่นคงพร้อมพอสมควรแล้ว จึงสร้างความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น

ซึ่งหมายถึง แทนที่จะเน้นการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมนำการพัฒนาประเทศ ควรที่จะสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจพื้นฐานก่อน นั่นคือ ทำให้ประชาชนในชนบทส่วนใหญ่พอกินพอก่อน เป็นแนวทางการพัฒนาที่เน้นการกระจายรายได้ เพื่อสร้างพื้นฐานและความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ก่อนเน้นการพัฒนาในระดับสูงขึ้นไป

ทรงเตือนเรื่องพออยู่พอกิน ตั้งแต่ปี 2517 คือ เมื่อ 30 กว่าปีที่แล้ว แต่ทิศทางการพัฒนามิได้เปลี่ยนแปลง

“...เมื่อปี 2517 วันนั้นได้พูดถึงว่า เราควรปฏิบัติให้พอกินพอกินนี้ก็แปลว่า เศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง ถ้าแต่ละคนมีพอกินพอกิน ก็ใช้ได้ ยิ่งถ้าทั้งประเทศพอกินพอกินก็ยิ่งดี และประเทศไทยเวลานั้นก็เริ่มจะเป็นไม่พอกินพอกิน บางคนก็มีมาก บางคนก็ไม่มีเลย...” (4 ธันวาคม 2551)

9.1.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาที่ชี้แนะทางการดำรงชีวิต ที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมีพระราชดำรัสแก่ชาวไทยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2517 เป็นต้นมา และถูกพูดถึงอย่างชัดเจนในวันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2540 เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทย ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในกระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ (วิกิพีเดีย, 2554)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้เชิญผู้ทรงคุณวุฒิในทางเศรษฐกิจและสาขาอื่น ๆ มาร่วมกันประมวลและกลั่นกรองพระราชดำรัสเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงเมื่อปี 2542 และได้ نابทความสรุปเนื้อหาของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขึ้นขอพระราชทานพระบรมราชวินิจฉัยและขอพระบรมราชานุญาตนำบทความไปเผยแพร่ และเมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2542 ได้มีหนังสือจากสำนักพระราชเลขาธิการพระบรมมหาราชวัง แจ้งได้นำความกราบบังคมทูลแล้ว และพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงปรับปรุงแก้ไขบทความ และทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานพระบรมราชานุญาตให้เผยแพร่ต่อไป บทความปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้มีการประมวลและกลั่นกรองออกมาเป็นบทสรุปปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่เป็นทางการมีข้อความดังต่อไปนี้ (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

“เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุก ระดับ ตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็นที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในภายนอก ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่าง ๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการ ทุกขั้นตอน และขณะเดียวกัน จะต้องเสริมสร้างพื้นฐาน

จิตใจของคนในชาติ โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ของรัฐ นักทฤษฎี และนักธุรกิจในทุกระดับ ให้มีสำนึกในคุณธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต และให้มีความรอบรู้ที่เหมาะสม ดำเนินชีวิตด้วยความอดทน ความเพียร มีสติปัญญา และความรอบคอบ เพื่อให้สมดุลและพร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี”

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ เป็นกรอบแนวความคิดและทิศทางการพัฒนาระบบเศรษฐกิจมหภาคของไทย บรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งได้จัดทำขึ้นในช่วงเวลาที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับสถานการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบอย่างรุนแรงกว่าช่วงที่ผ่านมา ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-10 สังคมไทยได้อัญเชิญหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับปัจเจก ครอบครัว ชุมชน สังคม จนถึงระดับประเทศ ซึ่งได้มีส่วนเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ทุกภาคส่วนในสังคมไทยเห็นพ้องร่วมกันน้อมนำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งให้เกิดภูมิคุ้มกันและมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม เพื่อให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน (กลุ่มพัฒนาระบบแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, 2554)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้ ยังได้รับการเชิดชูสูงสุด จากสหประชาชาติ (UN) โดยนายโคฟี อันนัน ในฐานะเลขาธิการองค์การสหประชาชาติ ได้ทูลเกล้าฯ ถวายรางวัล The Human Development Lifetime Achievement Award แก่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เมื่อ 26 พฤษภาคม 2549 และได้มีปาฐกถาถึงปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นปรัชญาที่สามารถเริ่มได้จากการสร้างภูมิคุ้มกันในตนเอง สู้หมู่บ้าน และสู่เศรษฐกิจในวงกว้างขึ้นในที่สุด เป็นปรัชญาที่มีประโยชน์ต่อประเทศไทยและนานาประเทศ โดยที่องค์การสหประชาชาติได้สนับสนุนให้ประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิก 166 ประเทศยึดเป็นแนวทางสู่การพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน (โครงการคลังปัญญาไทย, 2554)

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นแนวปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินชีวิตได้ในทุกระดับ (Fook & Gang, 2010, p. 110) เป็นหลักคิดที่ไม่ถูกตีกรอบ และไม่มีข้อจำกัดในการนำไปใช้เหมือนทฤษฎีทั่วไป ดังเปรียบเทียบให้เห็นในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความมีเหตุผลในแง่มุมของเศรษฐศาสตร์และเศรษฐกิจพอเพียง

แง่มุมที่เกี่ยวข้อง	ความมีเหตุผล	
	ในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทั่วไป	ในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
1. กรอบความคิดในเชิงพัฒนา	มีขอบเขตจำกัดมากภายใต้สมมติฐานที่ต่างกัน	คำนึงผลของการกระทำและการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง
2. ความเกี่ยวข้องในเชิงเวลา	สถิตยและพลวัตร	พลวัตรและยืดหยุ่น
3. ระดับการนำไปใช้	ทุกระดับขึ้นกับแง่มุมที่สนใจ	ทุกระดับและในทุกแง่มุม
4. ข้อจำกัดในการปฏิบัติ	เนื่องจากมีสมมติฐานจึงมีข้อจำกัดในการนำไปใช้	ไม่มีข้อจำกัดในการนำไปใช้

ตารางที่ 2 (ต่อ)

แง่มุมที่เกี่ยวข้อง	ความมีเหตุผล	
	ในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ทั่วไป	ในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
5. ความสอดคล้องกับนโยบายต่าง ๆ	จำกัดขึ้นอยู่กับสมมติฐานและวัตถุประสงค์ของเรื่องที่จะไปใช้	ได้ทั้งหมดโดยไม่มีข้อจำกัด
6. นำมาซึ่งความสมดุลและความยั่งยืน	ไม่แน่นอน	นำไปสู่ความสงบสุขในสังคม และการพัฒนาที่ยั่งยืน

ที่มา : กลุ่มพัฒนากรอบแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (หน้า 94), 2546, กรุงเทพมหานคร.

ประชาชนชาวไทยสามารถยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียงเป็นพื้นฐานของการดำรงชีวิตและการคิด (Bunyasrie, 2010) นอกจากนี้เศรษฐกิจพอเพียงยังเป็นวิธีการของประเทศไทย ที่สามารถประยุกต์ใช้เพื่อนำพาองค์กรธุรกิจไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Gayle, 2010)

9.1.3 ความหมายของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชทรงปรับปรุงพระราชทานเป็นที่มาของนิยาม "3 ห่วง 2 เงื่อนไข" คือ ความพอประมาณ (Moderation) ความมีเหตุผล (Reasonableness) และภูมิคุ้มกัน (Self-Immunity) บนเงื่อนไขของการตัดสินใจและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียง 2 ประการคือ เงื่อนไขความรู้ (Set of Knowledge) และเงื่อนไขคุณธรรม (Ethical Qualifications) โดยมีกลุ่มนักวิชาการได้ให้ความหมายดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2 องค์ประกอบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ที่มา : เศรษฐกิจพอเพียงและทฤษฎีใหม่, มูลนิธิชัยพัฒนา, 2556, กรุงเทพฯ.

1) ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่น เช่น การผลิต และการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ (สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์, 2551, หน้า 56)

ความพอประมาณ หมายถึง การจะทำอะไร มีความพอดี พอเหมาะ พอควรต่อความจำเป็น เหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้งวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการก็ต้องให้พอประมาณ ไม่มากเกินไปจนเสียภาพ และก็ต้องไม่น้อยเกินไปจนขาดแคลน ไม่เพียงพอที่จะดำเนินการได้ ซึ่งการจะตัดสินใจว่าอยู่ในระดับพอประมาณนี้ จำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความรอบคอบในการวางแผน และตัดสินใจ และต้องอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรมด้วย เช่น ไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ไม่ทำให้สังคมเดือดร้อน และไม่ทำลายธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, 13)

ความพอประมาณ ประกอบด้วยหลักของความพอดี 5 ประการ ได้แก่ ความพอดีด้านจิตใจ ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ (จรวยพร ธรณินทร์, 2552, 37)

2) ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับความพอเพียงนั้นจะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผลโดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2554, 245)

ความมีเหตุผล เป็นความคิดที่มีลักษณะยืดหยุ่นอันเป็นผลพวงมาจากความมีเหตุผลและจากประสบการณ์ที่แท้จริงโดยคำนึงถึงความเชื่อมโยง จากจุดเริ่มต้นของปัญหาสู่ผลลัพธ์ด้วยกระบวนการที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายใต้ความมีเหตุผลและประสบการณ์เรียนรู้จากเหตุการณ์ (Soros, 2007)

ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจดำเนินการเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุผลครบวงจร บนพื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็นจริง ตามหลักวิชาการ หลักกฎหมาย หลักศีลธรรมจริยธรรม และวัฒนธรรมที่พึงงาม โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน คำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ ทั้งในระยะสั้น ระยะยาว ทั้งต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและส่วนรวม อย่างรอบคอบ การคิดพิจารณาแยกแยะให้เห็นความเชื่อมโยงของเหตุปัจจัยต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็นระบบ จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาดน้อย และก็เช่นเดียวกัน การที่จะวางแผน ดำเนินการหรือจะทำอะไรอย่างสมเหตุสมผลได้นั้น ต้องอาศัยความรู้รอบรู้ มีความขยันหมั่นเพียร ความอดทน ที่จะจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และแสวงหาความรู้ที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มีความรอบคอบในการคิด พิจารณาตัดสินใจ โดยใช้สติปัญญา อย่างเฉลียวฉลาด ในทางที่ถูกต้อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, 13)

ความมีเหตุผลถือได้ว่าเป็นกระบวนการเสริมสร้างความพอใจเป็นไปอย่างพอประมาณ ระดับของความพอประมาณก็จำเป็นต้องพอเพียงในเชิงการสร้างภูมิคุ้มกันในตัว และการมีภูมิคุ้มกันในตัว ก็เป็นปัจจัยเสริมสร้างให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจที่มีลักษณะเป็นพลวัตรเป็นไปอย่างมีเหตุผลในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

ความมีเหตุผล ประกอบด้วยความมีเหตุผล 5 ประการ ได้แก่ ยึดความประหยัด ยึดถือการประกอบอาชีพด้วยความถูกต้อง ละเลิกการแก่งแย่งผลประโยชน์ ไม่หยุดนิ่งที่จะแก้ปัญหา และปฏิบัติตนในแนวทางที่ดี (จรวยพร ธรณินทร์, 2552, 37)

3) ภูมิคุ้มกัน หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้น โดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับต่อผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวและ

รับมือได้อย่างทันท่วงที กล่าวโดยย่อ คือ การที่จะทำอะไรอย่างไม่เสี่ยงเกินไป ไม่ประมาท คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ แล้วเตรียมตนเอง เตรียมวิธีการทำงาน เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อการทำงานสามารถดำเนินไปได้ โดยไม่หลุกลุกลักต้องหยุดชะงักกลางคัน และนำมาซึ่งผลประโยชน์ในระยะยาว และความสุขที่ยั่งยืน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, 13)

4) เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย การฝึกฝนให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน มีความรอบคอบและความระมัดระวังที่จะนำความรู้ต่าง ๆ เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและในขั้นปฏิบัติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, 13)

5) เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้าง ประกอบด้วย มีความตระหนักใน คุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

เงื่อนไขทั้ง 2 ประการที่ต้องอยู่คู่กันอย่างสมดุลภายใต้ระบบเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความรู้คู่คุณธรรม หากขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแล้ว ก็สามารถทำให้กระบวนการตัดสินใจผิดพลาด และไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืนได้ เช่น หากมีความรู้อย่างเดียว แต่นำความรู้ไปใช้ในทางมิชอบ ผลแห่งการตัดสินใจกระทำการนั้น ก็สามารถนำความเสียหายมาสู่ตนเอง และสังคมได้ ในลักษณะเดียวกันหากมีเพียงคุณธรรมแต่ขาดความรู้ ก็อาจทำให้กระบวนการตัดสินใจเป็นไปอย่างรู้เท่าไม่ถึงการณ์ได้ และก่อให้เกิดผลเสียได้เช่นเดียวกัน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546)

เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างให้เป็นพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ ประกอบด้วย ด้านจิตใจ คือ การตระหนักในคุณธรรม รู้ผิดชอบชั่วดี ซื่อสัตย์สุจริต ใช้สติปัญญาอย่างถูกต้องและเหมาะสมในการดำเนินชีวิต และด้านการกระทำ คือ มีความขยันหมั่นเพียร อดทน ไม่โลภ ไม่ตระหนี่ รู้จักแบ่งปัน และรับผิดชอบในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552, 13)

9.2 ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับการแก้ไขวิกฤตเศรษฐกิจ

โลกในปัจจุบันเผชิญกับกระแสการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านของเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุน เกิดการเชื่อมโยงต่อเนื่องกันในลักษณะของเครือข่าย จนเสมือนไม่มีพรมแดนทางเศรษฐกิจ ในด้านหนึ่งอาจเกิดประโยชน์มหาศาลภายใต้ การแข่งขันในลักษณะเสรีนิยม โดยทุนจะมีการเคลื่อนย้ายไปยังประเทศต่าง ๆ ของโลกที่ให้เงื่อนไขและผลประโยชน์ที่ให้กำไรสูงสุด ในอีกด้านหนึ่งนั้นจะทำให้ความเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ย่อมสร้างความเสียหายอย่างรวดเร็ว รุนแรง และกว้างขวาง (นคร สังขรัตน์, 2553: 90)

ความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วเป็นสัญญาณที่ชัดเจนอีกประการหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงวิกฤตที่เกิดขึ้น โดยองค์การที่สามารถเพิ่มขนาดตนเองได้สองถึงสามเท่าภายในช่วงเวลาสั้น ๆ มักจะมีขนาดใหญ่โตเกินกว่าที่จะดำรงอยู่ได้ (Drucker อ้างถึงใน วีรวิทย์ มาฆะสีรานนท์, 2550, หน้า 68) ในปี พ.ศ.2544-2548 ก่อนวิกฤตเศรษฐกิจ ประสิทธิภาพของการผลิตรวม หรือที่เรียกกันว่า total factor productivity (TFP) ของระบบเศรษฐกิจไทยติดลบในอัตราที่สูงมาก คือ ประมาณร้อยละ -3.07 ต่อปี ซึ่งในช่วงนั้นมีการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ที่มีประสิทธิภาพต่ำเป็นจำนวนมาก ทั้งโครงการของภาคเอกชน เช่น โครงการทางด้านอสังหาริมทรัพย์ต่าง ๆ ซึ่งมีการลงทุนในลักษณะการเก็งกำไรอยู่มาก และโครงการของภาครัฐ เช่น โครงการ mega project ทางด้านการขนส่งหลาย ๆ โครงการ ซึ่งขาดการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าอย่างรอบคอบ การลงทุนที่มากเกินไปและในโครงการที่มีประสิทธิภาพต่ำทำให้ TFP ติดลบในระดับที่สูงในช่วงก่อนวิกฤต ในขณะที่ข้อมูลการบริโภคของครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ทำให้สัดส่วนการออมของครัวเรือนลดลงอย่าง

รวดเร็ว จากประมาณร้อยละ 20 ในปี พ.ศ.2542 ลงมาเหลือเพียงประมาณร้อยละ 9 ในปี พ.ศ.2549 (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

การชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 เป็นเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจที่พลิกผันไปจาก ปี พ.ศ.2545 – พ.ศ.2547 โดยในไตรมาสแรกของปี 2549 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยลดลงอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 6.3 จนกระทั่งเหลือร้อยละ 4.3 ในไตรมาสสุดท้ายของปี 2549 โดยมีผลสืบเนื่องมาจากความยุ่งยากทางการเมือง และปัจจัยทางเศรษฐกิจ 3 ประการ ได้แก่ ประการแรกราคาน้ำมันในตลาดโลกได้ปรับตัวสูงขึ้น คือ ราคาเฉลี่ยน้ำมันดิบดูไบเพิ่มจาก 41.1 เหรียญสหรัฐต่อบาเรลในไตรมาสแรกของปี 2548 เป็น 65.9 เหรียญต่อบาเรลในไตรมาส 3 ของปี 2549 ประการที่สอง อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทได้แข็งค่าขึ้นอย่างรวดเร็วจากเฉลี่ย 41.3 บาทต่อ 1 เหรียญในไตรมาส 3 ของปี 2548 เป็น 36.5 บาท ในไตรมาส 4 ของปี 2549 และประการสุดท้าย ดัชนีราคาสินค้าภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากอัตราเพิ่มเฉลี่ย ร้อยละ 2.8 ในไตรมาสแรกของปี 2548 เป็นร้อยละ 6.0 ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2549 (โฆษิต บันเปี่ยมรัมย์, 2551)

ในช่วงต้นทศวรรษ 1990 ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายเพื่อทำให้มีความเสรีทางการเงินมากขึ้น แต่เนื่องจากประเทศยังขาดความพร้อม ความเป็นเสรีทางการเงินจึงทำให้มีเงินทุนไหลเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมากมาย และส่วนใหญ่เป็นหนี้ต่างประเทศระยะสั้น คือ มีระยะเวลาในการชำระคืนต่ำกว่าหนึ่งปี เงินทุนเหล่านี้ได้เข้ามาเสริม ความร้อนแรงของระบบเศรษฐกิจ มีการนำไปลงทุนในโครงการเก็งกำไรต่าง ๆ มากมาย ทำให้เศรษฐกิจมีลักษณะของฟองสบู่ (Bubble Economy) ในขณะที่ข้อมูลเกี่ยวกับหนี้ต่างประเทศระยะสั้น ไม่ได้มีการเก็บและติดตามอย่างเป็นระบบ การบริหารทุนสำรองระหว่างประเทศขาดความยืดหยุ่นและไม่รอบคอบ ทำให้มีการใช้เงินทุนสำรองเกือบทั้งหมดไปเพื่อพยายามพยุงค่าของเงินบาท จนทำให้เกิดวิกฤตเศรษฐกิจในที่สุด

การขาดธรรมาภิบาลที่ดี เป็นปัจจัยหนึ่งที่อยู่เบื้องหลังวิกฤตเศรษฐกิจ โดยการเอื้อประโยชน์ให้แก่พรรคพวก เพื่อนฝูง ญาติ พี่น้อง ซึ่งรวมถึงการขาดคุณธรรมและความซื่อสัตย์สุจริตในการบริหารกิจการหลายด้าน ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน ขาดความโปร่งใส มีการใช้ทางลัดต่าง ๆ เพื่อนำมาซึ่งความสำเร็จทางธุรกิจและความร่ำรวย ไม่ว่าวิธีการจะชอบธรรมหรือไม่

วิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปี 2540 เป็นเสมือนภาวะการณ์ล้มละลายทางเศรษฐกิจ โดยที่ประเทศไทยไม่มีเงินทุนสำรองระหว่างประเทศเหลือพอในระดับที่จะสามารถนำมาใช้ในการรับผิดชอบต่อพันธะต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจที่ประเทศมีอยู่ (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจของไทยซึ่งเกิดจากความไม่พอประมาณ การขาดความระมัดระวัง และการขาดวิจาร์ณญาณที่รอบคอบของการเปิดการค้าเสรีทางการเงิน โดยไม่มีการมองศักยภาพของความเป็นจริงอย่างมีเหตุผลที่เพียงพอ จึงนำมาซึ่งการขาดเสถียรภาพ การพัฒนาตนเองด้วยความคิดที่ดีมีเหตุผลจะเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาทางสังคมได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546, หน้า 96)

การพัฒนาโดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่โดยใช้เทคโนโลยีขั้นสูงอาจมิใช่สิ่งที่ถูกต้องเสมอไป เนื่องจากการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้อย่างไม่มีเหตุผลที่เหมาะสมเพียงเพื่อหวังว่าจะนำมาซึ่งการพัฒนาอย่างรวดเร็ว จึงเป็นประเด็นที่น่าห่วงและที่ควรวิตกเป็นอย่างยิ่ง คือ การนำเทคโนโลยีมาตีกรอบความคิดและเหตุผลในการทำงานและดำเนินชีวิต (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา การเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546, หน้า 95)

เศรษฐกิจตะวันตกสมัยใหม่แสดงถึงขีดสุดของกรอบแนวคิด หมายถึง กำไรสูงสุด ความต้องการสูงสุด ตลาดสูงสุด การใช้งานสูงสุด (Zsolnai, 2011) เป็นการสร้างโลกที่เรียกว่า ใหญ่กว่าคือดีกว่า และมากกว่าคือมากขึ้น ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เศรษฐกิจตะวันตกสมัยใหม่เปรียบเทียบกับเศรษฐกิจแนวพุทธ

เศรษฐกิจตะวันตกสมัยใหม่	เศรษฐกิจแนวพุทธ
กำไรสูงสุด	ความทุกข์น้อยสุด
ความต้องการสูงสุด	ความต้องการน้อยสุด
การตลาดสูงสุด	ความเสี่ยงต่ำสุด
การใช้เครื่องมือสูงสุด	การใช้เครื่องมือ最少
ผลประโยชน์ส่วนตัวสูงสุด	ผลประโยชน์ส่วนตนน้อยสุด
“ใหญ่กว่าคือดีกว่า”	“เล็กคือความสวยงาม”
“มากกว่าคือมากขึ้น”	“น้อยลงคือมากขึ้น”

ที่มา : Western Economics Versus Buddhist Economics. Society and Economy: Journal of the Corvinus University of Budapest (p. 152), by Laszlo Zsolnai, 2007.

การประกอบธุรกิจเพื่อกำไรสูงสุด ไม่ใช่ภาระผูกพันประการแรกของธุรกิจ (Wheelen & Hunger, 2010, p. 120) จากเหตุการณ์การประท้วงระบบทุนนิยมในสหรัฐอเมริกา โดยกลุ่มที่เรียกตัวเองว่า กลุ่มยึดครองวอลล์สตรีท (Occupy Wall Street) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของผู้ใช้แรงงานแห่งถนนวอลล์สตรีท และบุกเข้ายึดถนนวอลล์สตรีท ใจกลางกรุงนิวยอร์ก ซึ่งเป็นถนนสายธุรกิจเมื่อวันที่ 17 กันยายน 2554 โดยเริ่มจากคนหนุ่มสาวจำนวนร้อยกว่าคนที่มาทางเดินเท้า และยึดพื้นที่บริเวณหน้าตลาดหุ้นวอลล์สตรีท (เรื่องยศ จันทรศิริ, 2554) การชุมนุมประท้วงทุนนิยมลูกหลานใหญ่โตไปอีกหลายเมืองทั่วประเทศ เช่น ลอสแอนเจลิส ซานฟรานซิสโก ชิคาโก โคโลัมเบีย และบอสตัน และแพร่กระจายไปทั่วโลกตามเมืองสำคัญ เช่น ลอนดอน แฟรงก์เฟิร์ต มาดริด โรม ซิดนีย์ และฮ่องกง (Guardian News, 2011) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความล้มเหลวของระบบทุนนิยม

ซึ่งหลักวิชาการแบบทุนนิยมที่เน้นเฉพาะกำไรที่เป็นตัวเลขทางบัญชีการเงินอาจไม่สามารถทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้แบบยั่งยืน (Sustainable) ด้วยเหตุนี้พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชจึงทรงพระราชดำริประทานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อความยั่งยืนของสังคมที่ประกอบธุรกิจต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ โดยที่แนวคิดดังกล่าวจะเป็นตัวถ่วงดุลที่ดี ซึ่งทำให้การตัดสินใจของผู้บริหารมีความถูกต้อง พร้อมกับการสร้างคุณภาพให้แก่สังคมโดยรวม (สุจิตรา ตูลยาเดชานนท์, 2554, หน้า 1)

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้กับพฤติกรรมในทุกระดับ เพราะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเป็นวิกฤตของระบบเศรษฐกิจซึ่งมีที่มาจากพฤติกรรมที่ไม่ “พอเพียง” ทั้งในระดับจุลภาคและระดับมหภาค และมีส่วนเกี่ยวข้องกับประชาชนในทุกระดับ (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

จากพฤติกรรมต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจก่อนวิกฤตเศรษฐกิจที่มีลักษณะของความไม่พอเพียงอยู่แทบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการบริโภค การลงทุน หรือการก่อหนี้อย่างไม่พอเพียง ขาดการวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล และขาดภูมิคุ้มกันต่อความผันผวนและความเสี่ยงต่าง ๆ ตลอดจนขาดธรรมาภิบาลที่ดี พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงชี้แนะถึงปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาสำหรับการดำรงชีวิตและการ

ปฏิบัติตนในทุกระดับ เพื่อให้รอดพ้นจากวิกฤตและสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

9.3 การดำเนินธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

9.3.1 ความเป็นมาของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือ One Tambon One Product (OTOP) เป็นโครงการที่รัฐบาลจัดตั้งขึ้นเพื่อต้องการช่วยให้ประเทศพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจ ด้วยการนำเอาภูมิปัญญาของประชาชนแต่ละคนมาช่วยเพื่อการผลิตและสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ อันเป็นการส่งเสริมให้ประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ ทั้งนี้รัฐบาลจะให้ความช่วยเหลือสนับสนุนความรู้ทางด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการการตลาด การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดภายในและภายนอกประเทศ (กองส่งเสริมการวิจัย, 2547)

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการที่รัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายเพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ในการสร้างสรรค์ และใช้ทรัพยากรในการผลิตผลิตภัณฑ์ ดังนี้

“หัวใจของโครงการคือว่า ต้องเป็นทรัพยากรท้องถิ่น ต้องเป็นทักษะของคนในท้องถิ่น ต้องเป็นสิ่งที่ท้องถิ่นมีจิตวิญญาณที่รัก และอยากจะทำร่วมกัน นั่นก็คือหัวใจของความสำเร็จ ไม่ใช่เราไปซื้อวัตถุดิบมาจากที่อื่นแล้วมาเพียงแค่บรรจุหีบห่อขาย ซึ่งตรงนั้นมีการเพิ่มคุณค่าน้อยมาก แล้วจะไม่ได้ประโยชน์ แต่ถ้าหากว่าเป็นทักษะ เป็นภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นจากท้องถิ่น เป็นสิ่งที่มีทรัพยากรหรือวัตถุดิบที่เกิดจากท้องถิ่นมีสิ่งที่ส่วนใหญ่แล้วเป็นของท้องถิ่น แล้วทำกันขึ้นมา เกิดความรัก ความศรัทธาต่อสิ่งที่เราทำ และมีจิตวิญญาณมอบให้สิ่งเหล่านั้น นั่นคือหัวใจของความสำเร็จของการเป็น หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”

โครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดบูรณาการในการพัฒนาคุณภาพของชุมชน โดยให้แต่ละชุมชนมีผลิตภัณฑ์เด่นอย่างน้อยหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยเป็นผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่บนพื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นเพื่อเสริมสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือตำบลเท่านั้น โดยโครงการนี้จะเป็เครื่องมือเพื่อการกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาการเรียนรู้ของชุมชนและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐานตรงกับความต้องการของตลาดสากล อันส่งผลให้เศรษฐกิจชุมชนในระดับรากหญ้ามีความเข้มแข็งพร้อมที่จะช่วยเหลือตนเองได้ต่อไป ดังนั้นผลิตภัณฑ์ของโครงการ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” จึงรวมถึงกระบวนการทางความคิด การให้บริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก (ชูโอ เซ็นโก, 2546)

ในเวลาที่ประเทศชาติและประชาชนกำลังเผชิญปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ปัญหาหนึ่งที่รู้มรเ้าประชาชนส่วนใหญ่ในระดับรากหญ้าของประเทศ คือ ปัญหาความยากจน รัฐบาลจึงได้ประกาศสงครามกับความยากจน โดยได้แถลงนโยบายต่อรัฐสภาว่า จะจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยมีการจุดประกายมาจากโครงการ One Village One Product ของประเทศญี่ปุ่นจากจังหวัดโออิตะ ซึ่งนายฮิรามาทสุ ผู้ว่าราชการจังหวัดโออิตะ ในขณะนั้นได้เป็นผู้คิดริเริ่ม ผลักดัน และสนับสนุนการดำเนินการ (โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, 2549)

โดยนโยบายของรัฐบาล ที่แถลงต่อรัฐสภาและตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ.2544 การดำเนินงานตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน
- 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ให้สามารถคิดเอง ทำเอง ในการพัฒนาท้องถิ่น
- 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

เพื่อให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า โดยรัฐพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้แข็งแรง พึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศและได้กำหนดระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ.2544 ประกาศ ณ วันที่ 7 กันยายน 2544 ขึ้น โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า กอ.นตพ. ซึ่ง ฯพณฯ นายกรัฐมนตรี ได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการและให้คณะกรรมการ กอ.นตพ. มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบลรวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บท อย่างมีประสิทธิภาพปรัชญาของหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2547)

หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นแนวทางประการหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการ

1) การเน้นนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาไปสู่สากล (Local Yet Global) เป็นการเสริมสร้างผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนผลิตขึ้นให้มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีจุดเด่นเฉพาะเป็นที่ยอมรับของตลาดภายในและต่างประเทศ

2) สนับสนุนให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (Self-Reliance-Creativity) เป็นการระดมความคิดของชุมชนท้องถิ่นในการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเหมาะสม ไม่ซ้ำแบบกัน และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนท้องถิ่น

3) การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Development) เป็นการพัฒนาความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ความสามารถ มีการวางแผน เป็นการพัฒนาศักยภาพท้องถิ่น ที่มุ่งเน้นการสร้างการผลิตบริการที่คำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก

ทั้งนี้โครงการจะอยู่ภายใต้การดูแลของ “คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ” ซึ่งคณะกรรมการประกอบด้วย

- 1) นายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรี ที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการ
- 2) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย เป็นรองประธานกรรมการ
- 3) รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมาย
- 4) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง

- 5) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
- 6) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 7) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม
- 8) รัฐมนตรีทบวงมหาวิทยาลัย
- 9) ปลัดกระทรวงพาณิชย์
- 10) ปลัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- 11) ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม
- 12) ปลัดกระทรวงสาธารณสุข
- 13) ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม
- 14) ปลัดกระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม
- 15) ปลัดกระทรวงทบวงมหาวิทยาลัย
- 16) ผู้อำนวยการสำนักงานงบประมาณ
- 17) เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 18) ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้ง จำนวนไม่เกิน 10 คน

โดยคณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดยุทธศาสตร์และแผนแม่บทของโครงการ กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล ศึกษาเสนอแนะและให้คำปรึกษาแก่คณะรัฐมนตรีให้มีการสนับสนุนและเร่งรัดเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายยุทธศาสตร์และแผนแม่บท (ชูโอ เซ็นโก, 2546)

9.4 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้สำหรับการบริหารงานต่าง ๆ โดยทั่วไป (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553)

งานวิจัยนี้ ต้องการนำเสนอองค์ประกอบของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ประสบผลสำเร็จแบบยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำมาพัฒนาเป็นตัวแบบจำลอง โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่นิยมใช้กันในปัจจุบันมาบูรณาการเปรียบเทียบกับทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ที่ผู้วิจัยจะได้ใช้เป็นแนวทางการสร้างกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย ดังนี้

9.4.1 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับหลักความพอประมาณ

ในหลักของการบริหารงานที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงคงต้องเริ่มจากตัวผู้บริหารก่อน ถ้าผู้บริหารมีความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด ไม่ว่าจะเป็นความต้องการอำนาจ หรือต้องการความร่ำรวย ก็คงยากที่จะมีความพอประมาณในพฤติกรรม การบริหาร ดังนั้นการตั้งเป้าหมายที่พอประมาณจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ทะเยอทะยานจนเกินไป และในทางตรงกันข้าม เป้าหมายที่พอประมาณก็ไม่ได้หมายความว่า เป็นเป้าหมายที่ต่ำ แต่เป็นเป้าหมายที่สอดคล้องกับศักยภาพของตนเองหรือหน่วยงาน หรือของงานซึ่งอาจจะสูงมากก็ได้ ทั้งนี้ต้องมีการวิเคราะห์ศักยภาพอย่างรอบคอบและมีเหตุมีผล โดยคำนึงถึงความเสี่ยงต่าง ๆ ในการนี้ต้องประเมินศักยภาพของตนเองอย่างเป็นจริง ไม่ใช่อย่างที่ยากจะให้เป็น (ฉลองภพ สุสังกร์กาญจน์, 2553) ทฤษฎีการจัดการที่สามารถบูรณาการเข้ากับหลักความพอประมาณ ได้แก่ ระบบทันเวลาพอดี และงบประมาณฐานศูนย์

1) ระบบทันเวลาพอดี (Just-In-Time)

ปัจจุบันแนวความคิดเกี่ยวกับระบบการผลิตแบบญี่ปุ่น (Japanese Manufacturing System) ได้รับความสนใจและยอมรับจากผู้ประกอบการทั่วโลก เนื่องจากระบบการดำเนินงานแบบญี่ปุ่นได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพ เสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแก่ธุรกิจ และช่วยสร้างความมั่นคงแก่ประเทศ ระบบทันเวลาพอดี เป็นหนึ่งในเทคนิคการผลิตของญี่ปุ่นที่พัฒนาโดย Kiichiro Toyoda ประธานคนแรกของบริษัทโตโยต้า มอเตอร์ (Shtub, & Karni, 2009, p. 113) ซึ่งได้รับการยอมรับและนำไปใช้งานในหลายธุรกิจ

ระบบทันเวลาพอดี หรือ JIT หมายถึง ระบบการผลิตหรือการให้บริการที่ถูกพัฒนาและออกแบบให้ทำการผลิต ส่งมอบสินค้า หรือบริการในปริมาณที่ถูกต้อง และทันกับขบวนการผลิตอื่น หรือทันตามความต้องการของลูกค้า โดยยึดปรัชญาว่าวัตถุดิบจะไม่ถูกใช้ถ้าไม่ถูกผลิตหรือดำเนินงาน คือมีความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปไม่มากเกินไป ตามหลักของความพอประมาณในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์, 2551, หน้า 56) การผลิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง จึงเน้นที่ความพอดีต่อการบริโภคและการจำหน่าย ไม่ผลิตมากเกินไปจนกลายเป็นผลผลิตเหลือทิ้ง หรือทำให้เกิดของเสียจากกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น (Thaipat Institute, 2012)

2) งบประมาณฐานศูนย์ (Zero Based Budget)

งบประมาณฐานศูนย์ เป็นเทคนิคที่พัฒนาขึ้นโดย Peter A. Pyhrr (Lalli, 2012, p. 823) คือเทคนิคงบประมาณที่คิดจากระดับการใช้จ่ายของโครงการที่มีอยู่ และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของโครงการใหม่ วิธีการทำงบประมาณแบบฐานศูนย์นั้น หน่วยที่จัดทำงบประมาณจะต้องประเมิน และวิเคราะห์โครงการและกิจกรรมทั้งที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบันและโครงการใหม่อย่างเป็นระบบทั้งในเรื่องผลงาน ค่าใช้จ่าย การตัดสินใจดำเนินงาน งบประมาณที่ใช้ และลำดับความสำคัญ (สำนักงบประมาณ, 2554) ตามหลักการใช้จ่ายแบบพออยู่ พอกิน พอใช้ เพื่อให้มีทรัพยากรเหลือใช้กลายเป็นความมั่งคั่งแห่งความสุข ตามหลักของความพอประมาณในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุจิตรา ตุลยาเดชานนท์, 2554, หน้า 13) ทั้งนี้จะคำนึงถึงปัญหาหลัก 2 ประการ คือ ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของกิจกรรมที่กำลังดำเนินอยู่ และกิจกรรมที่ดำเนินการอยู่ควรยกเลิก หรือลดงบประมาณลงเพื่อนำทรัพยากรไปใช้ในโครงการใหม่ที่สำคัญกว่า หรือเพื่อเป็นการลดงบประมาณปัจจุบันลงไป

งบประมาณแบบฐานศูนย์จึงเป็นแนวความคิดในการจัดทำงบประมาณโดยไม่ให้ความสำคัญแก่รายการหรือแผนงานที่เคยได้รับงบประมาณในปีที่ผ่านมาแล้ว แต่จะพิจารณาแผนงานทุกแผนงานที่ของบประมาณอย่างละเอียดเพื่อพิจารณาความเหมาะสมในการจัดงบประมาณ แผนงานที่เคยได้รับงบประมาณแล้วอาจจะไม่ได้รับการจัดสรรอีก ถ้าหากแผนงานนั้นมีความเหมาะสมสู้แผนงานอื่นไม่ได้ การจัดงบประมาณในแนวคิดดังกล่าวจะช่วยให้ฝ่ายจัดงบประมาณไม่ต้องเพิ่มงบประมาณให้แก่หน่วยงานที่เคยได้งบประมาณมาแล้วทุกปี โดยทั่วไปการจัดงบประมาณแบบฐานศูนย์ จะต้องมีการเตรียมรายละเอียดการใช้จ่ายของแต่ละแผนงานในระดับต่าง ๆ ที่ช่วยให้ทำการตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณที่เรียกว่า ชุดงานเพื่อการตัดสินใจ หรือ Decision Packages ชุดงานเพื่อการตัดสินใจดังกล่าวจะถูกใช้เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจในการจัดสรรงบประมาณตามลำดับความสำคัญก่อนหลัง โดยที่ชุดงานเพื่อการตัดสินใจแต่ละชุดจะมีข้อมูลมากมายเกี่ยวกับผลที่คาดว่าจะได้รับของโครงการ พร้อมทั้งแสดงรายละเอียดของค่าใช้จ่ายหรือทรัพยากรที่ต้องใช้ในแต่ละโครงการด้วย (เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม, 2550)

9.4.2 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับหลักความมีเหตุผล

ความมีเหตุผล คือ การตระหนักถึงสิ่งที่กำลังทำอยู่และทำเพื่ออะไร (Pavlova, 2009, p. 81) ตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความมีเหตุผลต้องพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ (พรพจน์ เปี่ยมสมบูรณ์, 2554, หน้า 245) ทฤษฎีการจัดการที่สามารถบูรณาการเข้ากับหลักความมีเหตุผล ได้แก่ ระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร การนำองค์กรสู่การปฏิบัติที่ดีที่สุด และการวางแผนเชิงกลยุทธ์

1) ระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร (Balanced Scorecard)

ระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร พัฒนาขึ้นโดย Robert Kaplan และ David Norton (Blokdijs, 2008, p. 136) ถูกออกแบบขึ้นเพื่อลดข้อจำกัดของการบริหารงานและการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรต่าง ๆ ในอดีต ซึ่งเน้นที่ตัวชี้วัดด้านการเงินเป็นหลัก ทำให้น้ำหนักในการจัดสรรทรัพยากรต่าง ๆ มีความโน้มเอียงไม่สมดุล อาทิ การมุ่งเน้นยอดขายให้ได้มาก ๆ โดยไม่คำนึงถึงความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีกระบวนการรองรับข้อร้องเรียนจากลูกค้าเมื่อเกิดปัญหา หรือพนักงานไม่มีขีดความสามารถเพียงพอในการบริการหลังการขาย ฯลฯ จนเป็นสาเหตุให้สถานะภาพขององค์กรต้องอยู่บนความเสี่ยงต่อความอยู่รอดในระยะยาว แม้จะดูเหมือนว่าตัวเลขทางการเงิน อย่างเช่น ยอดขายหรือกำไรจะเพิ่มขึ้นก็ตาม

โดยแทนที่จะพิจารณาเฉพาะมุมมองในด้านการเงินเพียงด้านเดียว องค์กรควรจะต้องมีการพิจารณาตัวชี้วัดในมุมมองอื่น ๆ เพิ่มเติม ได้แก่ มุมมองด้านลูกค้า มุมมองด้านกระบวนการภายใน มุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต นอกเหนือจากมุมมองด้านการเงิน นอกจากนั้น คุณลักษณะที่สำคัญที่ทำให้เครื่องมือ Balanced Scorecard มีความโดดเด่นและแตกต่างจากเครื่องมือในการบริหารจัดการและประเมินผลทั่ว ๆ ไป นอกเหนือจากการมีมุมมองที่ครอบคลุมใน 4 ด้านแล้ว ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างมุมมองทั้ง 4 ด้านด้วยกันเองในเชิงเหตุและผล (Cause and Effect) ที่สามารถแสดงในรูปของแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ดังนั้นระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร จึงสามารถใช้เป็นเครื่องมือการประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านความมีเหตุผล ที่นอกเหนือจากการให้ความสำคัญแก่มิติต่าง ๆ ขององค์กรอย่างสมดุล (Thaipat Institute, 2012)

ระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร คือ ระบบการบริหารงานและประเมินผลทั่วทั้งองค์กร และไม่ใช่เฉพาะเป็นระบบการวัดผลเพียงอย่างเดียว แต่จะเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) แล้วแปลผลลงไปสู่ทุกจุดขององค์กรเพื่อใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายงานและแต่ละคนโดยระบบของ Balanced Scorecard จะเป็นการจัดหาแนวทางแก้ไขและปรับปรุงการดำเนินงาน โดยพิจารณาจากผลที่เกิดขึ้นของกระบวนการทำงานภายในองค์กร และผลกระทบจากลูกค้าภายนอกองค์กรนำมาปรับปรุงสร้างกลยุทธ์ให้มีประสิทธิภาพดีและประสิทธิผลดียิ่งขึ้น เมื่อองค์กรได้ปรับเปลี่ยนเข้าสู่ระบบ Balanced Scorecard เต็มระบบแล้ว Balanced Scorecard จะช่วยปรับเปลี่ยนแผนกลยุทธ์ขององค์กรจากระบบการทำงานตามคำสั่งหรือสิ่งที่ได้เรียนรู้สืบทอดกันมา (Academic Exercise) ไปสู่ระบบการร่วมใจเป็นหนึ่งเดียวขององค์กร (Nerve Center of an Enterprise) (ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก, 2554)

Kaplan และ Norton ได้อธิบายถึงระบบ Balanced Scorecard ที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ ดังนี้

Balanced Scorecard จะยังคงคำนึงถึงมุมมองของการวัดผลทางการเงิน (Financial Measures) อยู่เหมือนเดิม แต่ผลลัพธ์ทางการเงินที่เกิดขึ้นจะบอกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นกับองค์กรในช่วงที่ผ่านมา บอกถึงเรื่องราวของความสามารถกับอายุของบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ แต่มันไม่ได้บอกถึงความสำเร็จขององค์กรที่มีต่อผู้ลงทุนที่จะมาลงทุนระยะยาวโดยการซื้อหุ้นของบริษัท และความสัมพันธ์ของลูกค้า

(Customer Relationships) แต่อย่างไรก็ตามมันก็ใช้เป็นแนวทางและการตีค่าของผลการประกอบการขององค์กร ใช้เป็นข้อมูลที่จะเพิ่มมูลค่าขององค์กรในอนาคตและสร้างแนวทางสำหรับลูกค้า (Customers) ผู้ขายวัตถุดิบหรือสินค้า (Suppliers) ลูกจ้าง (Employees) การปฏิบัติงาน (Processes) เทคโนโลยี (Technology) และการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ

Balance Scorecard จะทำให้เราได้เห็นภาพขององค์กรใน 4 มุมมอง และนำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือวัดผล โดยวิธีการรวบรวมข้อมูลและนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ มุมมองทั้ง 4 ดังกล่าว ประกอบด้วย

ก. the learning and growth perspective เป็นมุมมองด้านการเรียนรู้และการเติบโต เช่น การพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงาน ความพึงพอใจของพนักงาน การพัฒนาระบบอำนวยความสะดวกในการทำงาน เป็นต้น

ข. the business process perspective เป็นมุมมองด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กรเอง เช่น การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ๆ การจัดโครงสร้างองค์กรที่มีประสิทธิภาพ การประสานงานภายในองค์กร การจัดการด้านสายงานผลิตที่มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

ค. the customer perspective เป็นมุมมองด้านลูกค้า เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า ภาพลักษณ์กระบวนการด้านการตลาด การจัดการด้านลูกค้าสัมพันธ์ เป็นต้น

ง. the financial perspective เป็นมุมมองด้านการเงิน เช่น การเพิ่มรายได้ ประสิทธิภาพในการผลิตที่มีต้นทุนต่ำและมีการสูญเสียระหว่างผลิตน้อย การหาแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำ เป็นต้น

2) การนำองค์กรสู่การปฏิบัติที่ดีที่สุด (Benchmarking)

The American Society for Quality (ASQ) ได้ให้ความหมายของ benchmarking ไว้ว่า หมายถึง กระบวนการปรับปรุงในองค์กรโดยเปรียบเทียบกับองค์กรที่ดีที่สุด และใช้ข้อมูลนั้นเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของตัวเอง (Sower, Duffy, & Kohers, 2008, p. 3) การปรับปรุงประสิทธิภาพในเศรษฐกิจพอเพียง คือการบริหารจัดการที่เน้นให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Thaipat Institute, 2012) โดยมีแนวคิดที่ว่า องค์กรไม่ได้เก่งทุกเรื่อง ยังมีองค์กรที่เก่งมากกว่าในบางเรื่อง การศึกษาจากประสบการณ์ตรงขององค์กรอื่นแล้วนำมาประยุกต์ให้เหมาะสม จะช่วยประหยัดเวลาและลดเวลาการลองผิดลองถูก Benchmarking จึงเป็นเส้นทางลัดสู่ความเป็นเลิศอย่างก้าวกระโดด ผลที่ได้รับจากการทำ Benchmarking คือ ทำให้รู้ว่าใครเป็นผู้ปฏิบัติได้ดีที่สุด และมีวิธีปฏิบัติอย่างไร วัตถุประสงค์ของการทำ Benchmarking คือ การแสวงหาตัวอย่างวิธีการปฏิบัติงานที่ดีกว่าเดิม รวมถึงการทำความเข้าใจกับกระบวนการและวิธีปฏิบัติต่าง ๆ ที่ผลักดันให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดี ทั้งนี้องค์กรต่าง ๆ จะปรับปรุงผลการดำเนินงานของตนโดยเลือกสรร และนำวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเหล่านี้ไปใช้ในกระบวนการทำงาน ซึ่งไม่ใช่เป็นการลอกเลียนแบบแต่เป็นการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ Benchmarking ถูกนำมาใช้ครั้งแรกในบริษัท Xerox โดย Robert Camp (Strang, 2010, p. 36)

3) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning)

การวางแผนเชิงกลยุทธ์ เป็นเครื่องมือที่พัฒนาโดย Philip Selznick (Bryson, 2011, p. 450) คือ กระบวนการซึ่งผู้บริหารและบุคคลสำคัญอื่น ๆ ภายในองค์กรร่วมกันกำหนดภารกิจขององค์กร ประเมินสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร กำหนดแนวทางขององค์กรว่าจะมีสภาพเป็นอย่างไรในหนึ่งปีจนถึงสามปี แล้วจึงวางแผนทางที่จะนำองค์กรจากจุดที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปสู่จุดที่ควรจะเป็น โดยการตระหนักถึง จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ (วัชรวิทย์ ว่องอรุณ, 2553) ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์และเชี่ยวชาญในด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ ผู้จัดการประยุกต์ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลทางด้านการตัดสินใจที่จะเลือกดำเนินการในกิจกรรมที่นำมาซึ่งการบริหาร

ทรัพยากรอันก่อให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรและลูกค้าตามสมควรที่พึงได้รับจากองค์กร (สุจิตรา ตูลยาเดชา นนท์, 2554, หน้า 2)

ปัจจุบันการวางแผนกลยุทธ์ มีความสำคัญมากขึ้นเช่นเดียวกับความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เพิ่มขึ้น (Wheelen & Hunger, 2010, p. 54) การวางแผนกลยุทธ์ เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายไม่ว่าจะในกิจการด้านใด ๆ ก็ตาม เพราะจะนำมาซึ่งความสำเร็จและความก้าวหน้าในองค์กร ซึ่งส่งผลต่อผลกำไรที่ตามมา การวางแผนเป็นรากฐานที่สำคัญของการสร้างความสำเร็จในการบริหารและการจัดการ ผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริหารในหน่วยงานต่าง ๆ จำนวนมากยืนยันว่ากิจการประเภทต่าง ๆ เช่น บริษัทข้ามชาติ กิจการของภาคเอกชน และหน่วยงานของภาครัฐ ประสบความสำเร็จเนื่องจากมีการวางแผนที่ดี ปัจจุบันนี้การวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ไม่เว้นแม้แต่ภาคเอกชนเท่านั้น ในส่วนของราชการและสถาบันการศึกษาการวางแผนเชิงกลยุทธ์ก็นิยมนำมาใช้เช่นกัน แต่คำที่นิยมใช้และที่ได้รับการยอมรับกันในวงราชการ ส่วนใหญ่นิยมเรียกว่า “แผนยุทธศาสตร์” (วิภาวรรณอ่อนประเสริฐ, 2554)

กระบวนการวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Planning Process)

ก. กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) “เราต้องการเป็นอะไร”

วิสัยทัศน์ (Vision) คือ ภาพในอนาคตขององค์กรที่ผู้นำและสมาชิกทุกคนร่วมกันวาดฝันหรือจินตนาการขึ้น โดยมีพื้นฐานอยู่บนความเป็นจริงในปัจจุบัน เชื่อมโยงวัตถุประสงค์ ภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อเข้าด้วยกัน พรรณนาให้เห็นทิศทางขององค์กรอย่างชัดเจน มีพลังท้าทาย ทะเยอทะยาน และมีความเป็นไปได้ เน้นถึงความมุ่งมั่นที่จะทำสิ่งที่ยิ่งใหญ่ หรือดีที่สุดให้กับลูกค้าและสังคม วิสัยทัศน์จะเกี่ยวกับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นการตัดสินใจเกี่ยวกับการกำหนดทิศทางขององค์กร เป็นการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับการอยู่รอดขององค์กร ซึ่งในการกำหนดวิสัยทัศน์นั้นจะต้องศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และปัจจัยคุกคาม (SWOT Analysis) ขององค์กร

ข. พันธกิจ (Mission) “ต้องการทำอะไรให้สำเร็จ” (ภารกิจ)

พันธกิจหรือภารกิจหลัก หมายถึง ขอบเขตของบทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ จุดมุ่งหมายพื้นฐานซึ่งแสดงเหตุผลหรืออธิบายว่าทำไมองค์กรจึงถือกำเนิดขึ้นมาหรือดำรงอยู่ เป็นหลักการที่ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และยุทธศาสตร์การวิเคราะห์ภารกิจหรือพันธกิจขององค์กร (Mission Analysis) เพื่อตรวจสอบว่างานหลักขององค์กรที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ยังมีความเป็นอยู่หรือไม่ พันธกิจใดควรยกเลิกเพราะเหตุใด พันธกิจใดควรดำรงอยู่เพราะเหตุใด และ พันธกิจใดควรปรับเปลี่ยนใหม่หรือเพิ่มขึ้นใหม่ เพราะเหตุใด บุคลากรในองค์กรต้องตระหนักว่าภารกิจใดคือภารกิจหลัก ภารกิจรอง ซึ่งบางหน่วยงานหลงบทบาทหน้าที่ ไปทำภารกิจรองแทนภารกิจหลักก็จะทำให้องค์กรนั้นมีปัญหาในการดำเนินงานได้

ค. เป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนา (Goal)

เป้าประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย คือ สภาพความสำเร็จของการดำเนินงานในขั้นตอนสุดท้ายของแต่ละยุทธศาสตร์ อาจกำหนดช่วงเวลาต่างกัน 3 ปี 5 ปี หรือ 10 ปีแล้วแต่กรณี

เป้าประสงค์ขององค์กร หมายถึง การระบุหรือบอกให้ทราบเกี่ยวกับสิ่งที่องค์กรจะทำได้ หรือสิ่งที่องค์กรต้องการจะเป็นสำหรับระยะเวลาใดเวลาหนึ่งที่อยู่ไกลออกไป เช่น อาจจะเป็น 3 ปีถึง 5 ปีก็ได้ เป้าประสงค์ที่กำหนดขึ้นมานี้ ในทางปฏิบัติควรจะต้องสามารถวัดผลได้ตามสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าประสงค์ระยะสั้น ซึ่งเป็นเป้าประสงค์จากการดำเนินงานที่เป็นผลงานประจำปี (Annual Operational) การระบุออกมาเป็นจำนวน ตัวเลขที่ชัดเจนและวัดได้ นับว่าเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญยิ่ง ที่จะช่วยให้การวางแผนมีคุณภาพสำหรับที่จะนำมาใช้บริหารงานในทางปฏิบัติ

ง. กำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy)

การกำหนดยุทธศาสตร์ (Strategy) คือ “ทำอะไร” ถึงจะไปสู่บรรลุมุ่งหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ หรือสิ่งที่องค์กรต้องการให้เป็น

จ. กำหนดกลยุทธ์ (Plan)

การกำหนดกลยุทธ์ (Plan) คือ “ทำโดยวิธีใด” วิธีการที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมาย

การจัดทำแผนกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ จะสามารถทำได้โดยวิธีการจัดประชุมคณะกรรมการวางแผนของเจ้าหน้าที่ฝ่ายบริหาร ทั้งนี้โดยต้องให้เป็นการประชุมที่มีจำนวนครั้งมากพอ และลักษณะการประชุมจะต้องเปิดกว้างโดยมีการขยายขอบเขตทั่วถึงทุกจุดงานที่มีความสำคัญ พร้อมทั้งต้องเป็นการประชุมที่มีคุณภาพ ที่ผู้บริหารทุกคนต่างก็ทุ่มเทเอาใจใส่ในผลสำเร็จต่าง ๆ ที่จะทำได้ด้วย ในการจัดประชุมวางแผนนี้ จะมีการจัดการประชุมเพื่อพิจารณาส่วนประกอบของการวางแผนแต่ละส่วนหรือหลายส่วนรวมกันได้ ทั้งนี้สำหรับจำนวนครั้งของการประชุมจะมีมากครั้งเพียงใดนั้น ย่อมขึ้นอยู่กับความยากง่ายของแผนงานที่ต้องพิจารณา

การให้ความสำคัญต่อการประชุมวางแผนในกระบวนการวางแผนนี้ นับว่ามีความสำคัญต่อความสำเร็จของการวางแผนได้ไม่แพ้เนื้อหาของตัวแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมา ทั้งนี้เพราะตามกระบวนการวางแผนที่มีการพัฒนาจัดทำแผนนั้น การคัดเลือกคณะกรรมการวางแผน การกำหนดบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการ บทบาทหน้าที่ของสมาชิก ตลอดจนการกำหนดลักษณะการประชุมและการกำกับ การวางแผนตามขั้นตอนต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเป็นพิเศษ เพราะการร่วมกันคิด การร่วมปรึกษากัน ตลอดจนการโต้แย้งเหตุผลกัน และการปรับแก้ไขบางอย่าง รวมทั้งการหาข้อสรุปที่ต้องกระทำภายในกระบวนการวางแผน หากทำได้ดีแล้ว คุณค่าของแผนงานก็จะมากขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตาม เนื้อหาของแผนกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นมาก็มีความสำคัญในตัวของมันเอง ซึ่งควรจะต้องจัดทำขึ้นมาอย่างเหมาะสมและเป็นระเบียบครบครันตามกรอบของการวางแผนทางกลยุทธ์ที่กล่าวมาแล้วด้วย

การวางแผนเชิงกลยุทธ์นั้น เป็นการวางแผนที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ มีการกำหนดเป้าหมายระยะยาวที่แน่ชัด มีการวิเคราะห์อนาคตและคิดเชิงการแข่งขัน ที่ต้องการระบบการทำงานที่มีความสามารถในการปรับตัวสูง สำหรับการทำงานในสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องการระบบการทำงานที่คล่องตัว ต้องการดำเนินงานมีประสิทธิภาพสูงในการนำสู่เป้าหมายในอนาคต สามารถเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เพื่อความอยู่รอด (survive) และความก้าวหน้า (growth) ขององค์กร ของหน่วยงาน หรือของธุรกิจของตนในอนาคต

การวางแผนกลยุทธ์หรือการวางแผนเชิงกลยุทธ์นี้ มีส่วนเป็นอย่างมากต่อการสร้างความเป็นผู้นำ (Leadership) หรือในการสร้างภาพลักษณ์ (Image) ที่แสดงถึงจุดเด่นของหน่วยงาน ขององค์กรหรือของธุรกิจในการวางแผนกลยุทธ์นั้น จะมีการกำหนดเป้าหมายรวมขององค์กร สำหรับดำเนินการในอนาคต ที่เรียกว่า วิสัยทัศน์ มีการคิดในเชิงรุก มุ่งเอาดี เอาเด่น เอาก้าวหน้า ก้าวไกล มุ่งเอาชนะ เอาความยิ่งใหญ่ เน้นคุณภาพ เอาความเป็นเลิศ

9.4.3 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับหลักภูมิคุ้มกัน

ระบบภูมิคุ้มกันในตัวของเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง การที่ระบบเศรษฐกิจสามารถรองรับและบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ปรับตัวให้เข้ากับสิ่งที่เราควบคุมไม่ได้ ภูมิคุ้มกันในตัวอาจเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรืออาจเกิดจากความไม่ประมาท (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2546) ดังทฤษฎีการจัดการที่สามารถบูรณาการเข้ากับการมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การบริหารการเปลี่ยนแปลง การรวมกลุ่มธุรกิจ แรงกดดัน 5 ประการในการแข่งขัน และ การบริหารความเสี่ยง

1) การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change Management)

การบริหารการเปลี่ยนแปลง เป็นเครื่องมือที่ปรับปรุงโดย John P. Kotter (Bezjak, 2010, p. 53) เป็นการจัดการกับกลไกส่วนประกอบต่าง ๆ ขององค์กรให้สามารถเรียนรู้ ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้องค์กรได้รับผลดี และลดผลกระทบในทางที่ไม่ดีของการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะช่วยให้องค์กรดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว สามารถอยู่รอดและเจริญ ก้าวหน้าไปได้ (ปิณรส มาลากุล ณ อยุธยา, 2554)

จากการสังเคราะห์จุดหมายในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัยและทรงพระราชทานพระบรมราชานุญาตให้นำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป พบว่า มีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ในส่วนที่หนึ่ง ปรากฏอยู่ 2 แห่งซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ และเพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี สำหรับในส่วนที่สอง คือ เพื่อให้สมคูลทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ดำเนินการต้องเรียนรู้ถึงการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้อง (Thaipat Institute, 2012)

ความสำคัญของการบริหารการเปลี่ยนแปลง

ก. องค์กรที่มีการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ดี จะปรับตัวได้ทันกับปัญหา และการท้าทายจากสภาพแวดล้อมได้ ความสำเร็จขององค์กรในยุคของการเปลี่ยนแปลงไม่ได้อยู่ที่ขนาด แต่อยู่ที่ความสามารถในการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ตลาด คู่แข่ง ลูกค้า ผู้รับบริการและแหล่งทรัพยากรต่าง ๆ

ข. การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ดี ช่วยให้องค์กรเห็นโอกาส และภัยคุกคามต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และสามารถปรับการดำเนินงานเพื่อคว้าโอกาส และ หรือจัดการกับภัยคุกคามได้อย่างเหมาะสมและทันต่อเหตุการณ์

ค. การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ดีจะช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรเป็นไปโดยราบรื่น ต่อเนื่อง ไม่ต้องติดขัด ชะงักงันโดยเฉพาะในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลง

ง. การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ดี จะช่วยให้องค์กรไม่สับสนวุ่นวาย เมื่อต้องเผชิญกับความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงาน

จ. การบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ดี จะช่วยให้องค์กรได้ปรับปรุงตัวเองอย่างต่อเนื่องในด้านต่าง ๆ และจะช่วยให้มีคุณภาพที่มีอยู่ในองค์กรมาใช้ได้อย่างคุ้มค่า

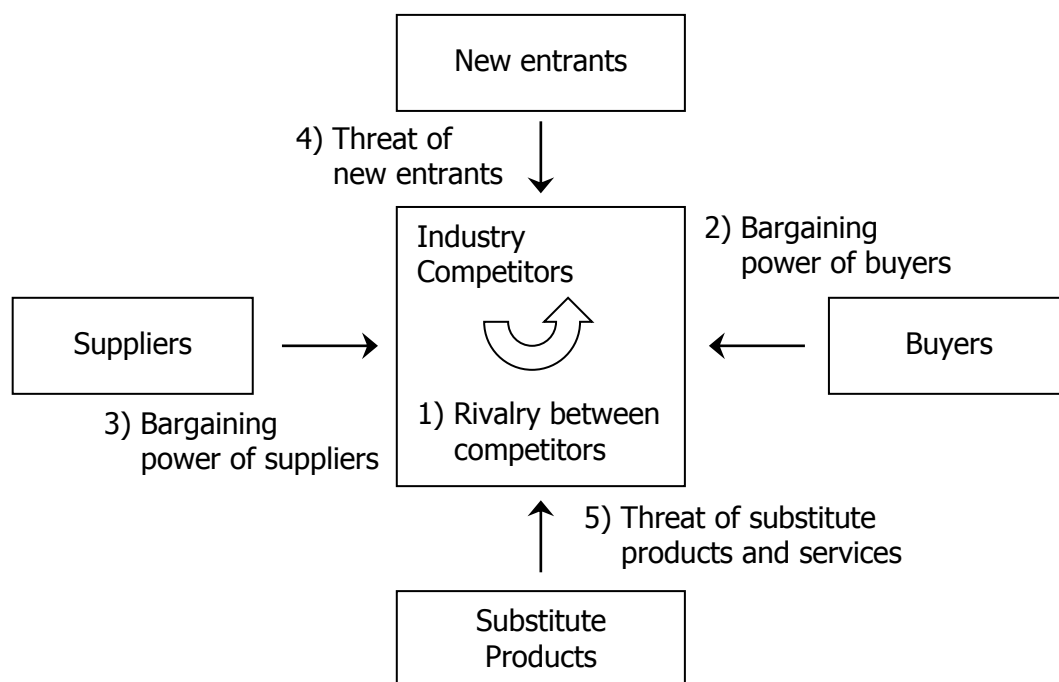
2) การรวมกลุ่มธุรกิจ (Cluster Development)

คลัสเตอร์ ถูกพัฒนาสู่การบริหารจัดการทางเศรษฐกิจและการแข่งขันแบบก้าวหน้าโดย Michael E. Porter (Reiner, 2009, p. 234) คลัสเตอร์ เป็นกลุ่มของธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน มารวมตัวดำเนินกิจกรรมอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันเพื่อร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกัน (Potter & Miranda, 2009, p. 25) ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Linkage) เป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal Linkage) เป็นความเชื่อมโยงกับธุรกิจสนับสนุนด้านต่าง ๆ รวมทั้งธุรกิจให้บริการ สมาคมการค้า สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน ด้วยการเพิ่มผลิตภาพและสร้างนวัตกรรมร่วมกัน (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2555) ดังนั้นในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการสามารถรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ เพื่อสร้างอำนาจการต่อรองขึ้นได้

องค์กรธุรกิจสามารถประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ คือ เศรษฐกิจพอเพียงระดับพื้นฐาน และเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า ซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรและภายนอกองค์กรตามลำดับ การดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับพื้นฐาน มุ่งเน้นการสร้างกิจการเพื่อให้อยู่รอดในธุรกิจและการพัฒนาศักยภาพเพื่อการเจริญเติบโตของกิจการ ในขณะที่การดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า จะให้ความสำคัญกับการแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวตั้งตามสายอุปทาน (Supply Chain) จนพัฒนามาสู่ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในแนวราบ ในลักษณะของการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ หรือเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ (Thaipat Institute, 2012)

3) แรงกดดัน 5 ประการในการแข่งขัน (Five Forces)

แรงกดดัน 5 ประการในการแข่งขัน เป็นการระบุโอกาสและภัยคุกคาม โดย Michael E. Porter (Hill, & Jones, 2010, p. 42) ซึ่งกล่าวถึงปัจจัย 5 อย่างที่มีอิทธิพลอย่างมากในการสร้างภาวะกดดันทางการแข่งขันต่อทุกองค์กรทางธุรกิจ และปัจจัยทั้ง 5 นี้จะเป็นตัวบอกให้เราทราบถึงระดับความเข้มข้นในการแข่งขันที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ ปัจจัยทั้ง 5 ที่จะกล่าวถึงคือ คู่แข่ง อำนาจการต่อรองของลูกค้า อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ ภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการดำเนินธุรกิจต่อไป ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แรงกดดัน 5 ประการในการแข่งขัน

ที่มา : Process-based Strategic Planning (6 th ed.). (p. 144), by Rudolf Grunig and Richard Kuhn. 2011.

1. คู่แข่ง (Rivalry)

คงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าคู่แข่งทางการค้ามีส่วนทำให้เราหนักใจมากที่สุด สังเกตได้จากยุทธวิธีและเทคนิคต่าง ๆ ที่คิดค้นขึ้นมานั้น ก็เพื่อที่จะพยายามเอาชนะคู่แข่งให้ได้ การเอาชนะในที่นี้ไม่ได้หมายถึงความพยายามที่จะโค่นคู่ต่อสู้ลงให้ได้ด้วยวิชาการ แต่หมายถึงการพัฒนาตัวสินค้าและบริหารของเราให้

ดีกว่า เพื่อที่จะดึงดูดให้ผู้บริโภคมาใช้สินค้าของเรา แต่ถ้าสมมติว่าคู่แข่งมีขีดความสามารถที่เหนือกว่าก็จะต้องตกอยู่ในภาวะลำบาก ในฐานะที่ต้องรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันเช่นกัน จึงจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงขีดความสามารถของเราให้เหนือไปกว่าคู่แข่ง ดังนั้นจะต้องตรวจสอบคู่แข่งอย่างสม่ำเสมอว่า คู่แข่งได้ใช้กลยุทธ์อะไรบ้าง เช่น การใช้สื่อโฆษณา การเปิดตัวสินค้าใหม่ การเพิ่มระยะประกันสินค้า ฯลฯ เป็นต้น ที่สำคัญคือ คู่แข่งไม่ได้มีเพียงรายเดียว เราควรจะรู้ว่าจำนวนคู่แข่งมีเท่าไร มีความเข้มแข็งแค่ไหน แต่ละรายใช้เทคนิคอะไรบ้าง จากนั้นมานั่งตรวจสอบดูว่าระดับความเข้มข้นในการแข่งขันนั้นอยู่ในระดับมาก ปานกลาง หรือน้อย

ปัญหาสำคัญอย่างหนึ่งที่พบเสมอคือความสับสนที่เราไม่แน่ใจว่ามีใครเป็นคู่แข่งกันอยู่บ้าง มีวิธีการอย่างง่าย คือ ให้ตรวจสอบดูว่าอยู่ในอุตสาหกรรมใด เช่น บันเทิง สิ่งพิมพ์ขนส่ง/ปลีก โดยการตรวจสอบกับลักษณะของสินค้า/บริการของเราว่ามีลักษณะอย่างไร จากนั้นก็ให้ดูว่าใครที่ทำธุรกิจแบบเดียวกับเราบ้าง ในที่สุดภาพของคู่แข่งก็จะค่อย ๆ เริ่มปรากฏขึ้นให้เห็น

2. อำนาจการต่อรองของลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

อำนาจต่อรองของลูกค้าก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่สร้างแรงกดดันต่อการแข่งขันเช่นกัน การที่เราจะทราบว่าการลูกค้ามีอำนาจแค่ไหน เราอาจดูได้จากการกำหนดราคาซื้อขายสินค้า เช่น ถ้าราคาสินค้าถูกกำหนดโดยกลุ่มลูกค้าหมายความว่าเมื่อเราจะตั้งราคาสินค้า เราจะนึกถึงลูกค้าว่าราคามันจะสูงเกินไปไหม ลูกค้าจะหันไปซื้อกับเจ้าอื่นหรือเปล่า ในลักษณะนี้แสดงว่าลูกค้ามีอำนาจการต่อรองสูง หรืออีกกรณีหนึ่งคือลูกค้าสามารถจะขึ้นราคา ก็แสดงว่าลูกค้ามีอำนาจการต่อรองอยู่ในมือสูงเช่นกัน

3. อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ (Bargaining Power of Suppliers)

ตัวซัพพลายเออร์ก็คือผู้ที่จำหน่ายสินค้า/วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ เช่น สมมติว่าเราเปิดร้านค้าสะดวกซื้อ ตัวซัพพลายเออร์ก็คือผู้ที่ส่งสินค้าให้เราจำหน่าย การที่ซัพพลายเออร์มีอำนาจการต่อรองมากก็เป็นที่ยังส่งสินค้าให้เราจำหน่าย การที่ซัพพลายเออร์มีอำนาจการต่อรองมากก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดความยากลำบากในการประกอบการ อำนาจที่เห็นได้จากกลุ่มซัพพลายเออร์ คือ การขึ้นราคาสินค้าที่ส่งให้เรา การลดคุณภาพ/จำนวนสินค้าเพื่อให้ต้นทุนสำหรับซัพพลายเออร์ลดลง ขณะที่ราคาสินค้าที่ส่งให้เรา กลับเพิ่มราคาเดิม หรือกลับสูงกว่าเดิม ผลกระทบจากการที่ซัพพลายเออร์ใช้อำนาจนั้นจะส่งผลให้เราไม่กำไรน้อยลง หรือแข่งขันกับผู้อื่นได้ยากขึ้น สาเหตุที่กลุ่ม ซัพพลายเออร์มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้น

4. ภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น (Threat of New Entrants)

การเกิดขึ้นของคู่แข่งใหม่มักก่อให้เกิดความพะวักพะวง ในการแข่งขันเราต้องเสียทั้งพลังงานและทรัพยากรที่จะมาคอยเฝ้าระวังว่าคู่แข่งใหม่นี้จะทำอะไรที่มีผลกระทบมาถึงเราบ้าง ทั้งคู่แข่งใหม่นี้จะทำอะไรที่มีผลกระทบมาถึงเราบ้าง ทั้งคู่แข่งใหม่นี้มักจะนำเอาแนวเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทรัพยากรด้านคนและกำลังเงินเข้ามาต่อสู้เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งทางตลาด ซึ่งส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลง/ปั่นป่วนของตลาด เช่น เมื่อมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาจะส่งผลให้ปริมาณสินค้าในตลาดเพิ่มขึ้นและส่งผลต่อราคาสินค้าที่จะเปลี่ยนแปลงไปจนในที่สุดอาจพัฒนาไปสู่สงครามด้านราคา

ลองสังเกตดูการต่อสู้ของตลาดเบียร์ในบ้านเรา จะเห็นว่าสมัยที่มีเบียร์อยู่ไม่กี่ยี่ห้อ สภาพการแข่งขันของตลาดเบียร์ไม่หวือหวานัก ความรุนแรงทางการแข่งขันจะมีเป็นพัก ๆ จะเป็นตอนที่มียี่ห้อต้องการช่วงชิงตลาดหรือกระตุ้นยอดขาย เมื่อตลาดเครื่องดื่มประเภทนี้เปิดเสรีมากขึ้น ก็มีผู้ต้องการเข้ามาชิงส่วนแบ่งของตลาดมากขึ้น สิ่งที่เปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดคือ ปริมาณสินค้ามากขึ้น ตัวเล็กลงและสินค้าน่าดึงดูด สิ่งที่น่าสังเกตไม่ได้เลยก็คือส่งผลกระทบต่อผู้ที่อยู่ในตลาด/อุตสาหกรรมนั้นอยู่แล้ว เพราะลูกค้าเริ่มหันไปทดลองยี่ห้ออื่น ๆ มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การเข้ามาในตลาดของเบียร์ยี่ห้ออื่น

นั่นก็พบอุปสรรคหน้ากานาสาหัสเช่นกันจากแรงต้านที่เกิดขึ้น นั่นคือผู้ที่อยู่ในตลาดนั้นอยู่แล้วไม่ต้องการสูญเสียผลประโยชน์ตนเอง สิ่งที่เห็นชัดเจนคือ สงครามด้านสื่อโฆษณาและโปรโมชั่น และนี่ก็ถือเป็นอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barrier to Entry) ที่ผู้มาใหม่ต้องประสบ ถ้าอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาดที่ผู้มาใหม่ต้องประสบนั้นสูงจะส่งผลกระทบต่อภาวะคุกคามด้านคู่แข่งใหม่ ๆ ต่อผู้ประกอบการเดิมจะต่ำ เพราะจะมีภูมิคุ้มกันที่เกิดจากกลไกของตลาดและภูมิคุ้มกันด้านกลยุทธ์ที่ผู้ประกอบการใช้ในการปกป้องตัวเอง

5. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitute Products and Services)

ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นจากการเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นของสินค้า/บริการอื่น ที่มีคุณลักษณะเทียบเคียงได้กับสินค้าเดิม ตัวอย่างตามที่ได้กล่าวไปแล้วบ้าง เช่น การที่สินค้าในรูปแบบของพลาสติกมาแทนสินค้าที่ทำจากไม้ เช่น เครื่องจักสานที่ทำด้วยพลาสติก (สินค้าทดแทน) เข้ามาแทนที่เครื่องจักสานที่ทำมาจากหวาย (สินค้าเดิม) หรือสินค้าประเภทน้ำตาลถูกแทนด้วยน้ำตาลเทียม เป็นต้น การเข้ามาของสินค้าทดแทนส่งผลในแง่ของส่วนแบ่งทางการตลาดหายไปเนื่องจากผู้ซื้อบางส่วนหันไปใช้สินค้าทดแทน ผลกระทบต่อมา คือ การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจะเพิ่มความเข้มข้นขึ้นเพราะตลาดก็เริ่มเล็กลง และที่สำคัญคือทำให้ผู้ประกอบการควบคุมราคาสินค้าของตัวเองได้ลำบากขึ้น ถ้าต้องการจะขึ้นราคาสินค้าไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดก็ตามจะทำให้ผู้ซื้อเปรียบเทียบราคาระหว่างสินค้าเดิมกับสินค้าทดแทน จนผู้ซื้ออาจย้ายไปใช้สินค้าทดแทนได้

4) การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)

ความเสี่ยง หมายถึง โอกาสเกิดความเสียหาย ความเป็นไปได้ที่จะเกิดความเสียหาย (Youngberg, 2011, p. 7) หลักการพื้นฐานของการบริหารความเสี่ยงก็มาจากสาเหตุการดำรงอยู่ขององค์กรที่ตั้งและดำรงอยู่ขึ้นมาเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าในด้านใดด้านหนึ่งให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร (Stakeholders) ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น หรือลูกค้า แต่ในขณะเดียวกันในการดำเนินงานขององค์กรใดก็ตามก็ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนอยู่เสมอ

การบริหารความเสี่ยง เป็นแนวคิดการบริหารธุรกิจตะวันตกสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ปรียานุช พิบูลสราวุธ, 2552) การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร คือ กระบวนการที่บุคคลทั่วทั้งองค์กรได้มีส่วนร่วมในการคิด วิเคราะห์ และคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ หรือความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น รวมทั้งการระบุแนวทางในการจัดการความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมหรือยอมรับได้ เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (พสุ เตชะรินทร์, 2554)

9.4.4 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับหลักความรู้

โลกปัจจุบันมีความสลับซับซ้อนมากกว่าในอดีตมาก ความรอบคอบและความละเอียดเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับความสำเร็จในการบริหารงาน (ฉลองภพ สุสังกรกาญจน์, 2553) ทฤษฎีการจัดการที่สามารถบูรณาการเข้ากับเงื่อนไขความรู้ ได้แก่ สมรรถนะ การจัดการความรู้ และ องค์กรแห่งการเรียนรู้

1) สมรรถนะ (competency)

สมรรถนะ เป็นเครื่องมือการจัดการที่พัฒนาขึ้นโดย David C. McClelland (Leviss, 2011, p. 29) เป็นแนวคิดการบริหารที่ไม่มุ่งเน้นการหาทำไรสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ปรียานุช พิบูลสราวุธ, 2552) คือ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่จำเป็นต่อการทำงานของบุคคล ให้ประสบผลสำเร็จสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 3 ประการดังนี้

ก. ความรู้ (knowledge) คือ สิ่งที่ต้องการต้องการให้รู้ เช่น ความรู้ความเข้าใจในกฎหมายปกครอง

ข. ทักษะ (skill) คือ สิ่งที่ต้องการต้องการให้ทำ เช่น ทักษะด้าน ICT ทักษะด้านเทคโนโลยีการบริหารสมัยใหม่ เป็นสิ่งที่ต้องผ่านการเรียนรู้ และฝึกฝนเป็นประจำจนเกิดเป็นความชำนาญในการใช้งาน

ค. พฤตินิสัยที่พึงปรารถนา (Attributes) คือ สิ่งที่ต้องการต้องการให้เป็น เช่น ความใฝ่รู้ ความซื่อสัตย์ ความรักในองค์กร และความมุ่งมั่นในความสำเร็จ สิ่งเหล่านี้จะอยู่ลึกลงไปจิตใจ ต้องปลูกฝังสร้างยากกว่าความรู้และทักษะ แต่ถ้าหากมีอยู่แล้ว จะเป็นพลังผลักดันให้คนมีพฤติกรรมที่ต้องการ

จากการศึกษาของ David C. McClelland (สุกัญญา รัชมีธรรมโชติ, 2552) พบว่า สมรรถนะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

ก. สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (threshold competencies) ซึ่งหมายถึง ความรู้ หรือทักษะพื้นฐานที่บุคคล จำเป็นต้องมีการทำงาน เช่น ความสามารถในการอ่าน หรือ ความรู้ในสินค้าที่ตนขายอยู่ประจำ เป็นต้น ซึ่งสมรรถนะพื้นฐานเหล่านี้ ไม่ทำให้บุคคลมีผลงานที่แตกต่างจากผู้อื่น หรือไม่สามารถทำให้บุคคลมีผลงานที่ดีกว่าผู้อื่นได้ ดังนั้น สมรรถนะในกลุ่มนี้จึงไม่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการมากนัก จนถึงขั้นมีกลุ่มนักวิชาการบางส่วนลงความเห็นว่า ความรู้และทักษะพื้นฐานเหล่านี้ ไม่ถือว่าเป็นสมรรถนะ

ข. สมรรถนะที่ทำให้บุคคลแตกต่างจากผู้อื่น (differentiating competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการทำงานสูงกวามาตรฐาน หรือดีกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่ง สมรรถนะในกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นที่การใช้ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่น ๆ (รวมถึง ค่านิยม แรงจูงใจ และทัศนคติ) เพื่อช่วยให้เกิดผลสำเร็จที่ดีเลิศในงาน อีกทั้งยังเป็นสมรรถนะที่นักวิชาการจำนวนมากให้ความสำคัญในการพัฒนาให้เพิ่มขึ้นในบุคคลมากกว่าสมรรถนะกลุ่มแรก

สำหรับการจัดแบ่งประเภทของสมรรถนะนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ทรรศนะที่แตกต่างกันออกไป โดย ณรงค์วิทย์ แสนทอง (2550, หน้า 10-11) ได้ทำการแบ่งสมรรถนะออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ก. สมรรถนะหลัก (Core Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยของคนในองค์กรโดยรวมที่จะช่วยสนับสนุนให้องค์กรบรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ได้

ข. สมรรถนะตามสายงาน (Job Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยที่จะช่วยส่งเสริมให้คนนั้น ๆ สามารถสร้างผลงานในการปฏิบัติงานตำแหน่งนั้น ๆ ได้สูงกว่ามาตรฐาน

ค. สมรรถนะส่วนบุคคล (Personal Competency) หมายถึง บุคลิกลักษณะของคนที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ และอุปนิสัยที่ทำให้บุคคลนั้นมีความสามารถในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้โดดเด่นกว่าคนทั่วไป เช่น สามารถอาศัยอยู่กับแมงป่องหรือสรพิษได้ เป็นต้น ซึ่งเรามักจะเรียกสมรรถนะส่วนบุคคลว่าความสามารถพิเศษส่วนบุคคล

2) การจัดการความรู้ (Knowledge Management)

การจัดการความรู้ เป็นเครื่องมือที่ได้รับการพัฒนาขึ้นโดย Chris Collison และ Geoff Parcell เป็นปัจจัยสำคัญทางการตลาด ความสำเร็จขององค์กร และการแข่งขัน ทุกวันนี้องค์กรไม่ใช่แข่งขันกันเพียงเรื่องของผลิตภัณฑ์ การบริการ และการจัดการที่เหนือกว่าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการหน่วยความจำและสินทรัพย์ทางปัญญาในองค์กรด้วย (Geisler & Wickramasinghe, 2009, p. 4)

การจัดการความรู้ ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในวิชาการหรือทฤษฎีของชาวตะวันตกนั้น อาจยังไม่ครอบคลุมถึงความรู้ที่ปรากฏในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งประกอบไปด้วย ความระลึกรู้ (สติ) กับความรู้ชัด (ปัญญา) (Thaipat Institute, 2012) แต่การจัดการความรู้ ก็นับได้ว่าเป็นการรวบรวมความรู้ที่มีอยู่กระจัดกระจายในองค์กรมาจัดระบบ และพัฒนาให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ โดยจัดช่องทางการเข้าถึงความรู้ให้สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึงเพื่อให้บุคลากรนำความรู้ไปพัฒนาการปฏิบัติให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ความรู้จำแนกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ ความรู้ที่ฝังอยู่ในคน (Tacit Knowledge) และความรู้ที่ชัดแจ้ง (Explicit Knowledge) ความรู้ที่ฝังอยู่ในคนคือ ประสบการณ์ ทักษะ พรสวรรค์ เทคนิค การทำงานที่สั่งสมมาจนชำนาญไม่มีในตำรา ส่วนความรู้ที่ชัดแจ้งคือ ความรู้ที่สามารถจับต้องได้ เช่น หนังสือ เอกสาร รายงาน ซีดี เทป (กรมประชาสัมพันธ์, 2549)

3) องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization)

องค์กรแห่งการเรียนรู้ ได้รับการพัฒนาจาก Chris Argyris (Wickramasinghe, Bali, Lehaney, Schaffer, & Gibbons, 2009, p. 90) เป็นแนวคิดการบริหารธุรกิจสมัยใหม่ของตะวันตกที่สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ปรียานุช พิบูลสราวุธ, 2552) โดยเน้นการพัฒนาการเรียนรู้สภาวะของการเป็นผู้นำในองค์กร (Leadership) และการเรียนรู้ร่วมกันของคนในองค์กร (Team Learning) เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะร่วมกัน และพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องทันต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน การมีองค์กรแห่งการเรียนรู้นี้จะทำให้องค์กรและบุคลากร มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิผล โดยมีการเชื่อมโยงรูปแบบของการทำงานเป็นทีม (Team Working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมงานและมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ (Empowerment) เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศของการคิดริเริ่ม (Initiative) และการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งจะทำให้เกิดองค์กรที่เข้มแข็ง พร้อมเผชิญกับสภาวะการแข่งขัน

9.4.5 การบูรณาการทฤษฎีการจัดการที่นิยมใช้ในปัจจุบันเข้ากับหลักคุณธรรม

ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เรื่องเงื่อนไขคุณธรรมเป็นเงื่อนไขที่สำคัญเป็นอย่างยิ่งในการนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจพอเพียงที่สมบูรณ์ การบริหารจัดการที่ดีในภาคธุรกิจในปัจจุบันมีความหมายครอบคลุมถึงการมีจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ และการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจมีความรับผิดชอบต่อสังคม (กลุ่มพัฒนารอบแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง, 2546: 110) ทฤษฎีการจัดการที่สามารถบูรณาการเข้ากับเงื่อนไขคุณธรรม ได้แก่ การรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ บรรษัทภิบาล และ วัฒนธรรมองค์กร

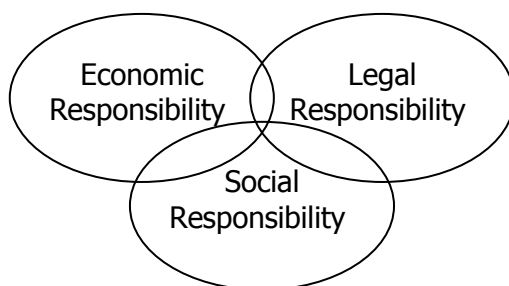
1) การรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม (Corporate Social Responsibility : CSR)

การรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม (CSR) ถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่จัดอยู่ในเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า องค์กรธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมซีเอสอาร์ แสดงให้เห็นว่า นโยบายของกิจการมิได้จำกัดอยู่เพียงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กรด้วย หลักการซีเอสอาร์ที่แท้ คือ การเน้นให้องค์กรธุรกิจรู้จักคิดแบ่งปัน และดำเนินกิจการโดยไม่เบียดเบียนสังคมส่วนรวม การรู้จักให้ รู้จักแบ่งปัน และเอาใจใส่ในการดูแลสังคม สามารถเทียบเคียงได้กับทฤษฎีใหม่ขั้นที่ 3 ในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นการร่วมมือกันในลักษณะพึ่งพิงอิงกัน (Inter-Dependent) สงเคราะห์เกื้อกูลซึ่งกันและกัน ดังนั้น หากองค์กรธุรกิจนำหลักการของซีเอสอาร์ไปปฏิบัติ ก็จะทำให้เกิดความสมดุลและความยั่งยืนในตัวกิจการ สอดคล้องกับเป้าหมายในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้ผลลัพธ์ทั้งในส่วนรูปธรรมที่จับต้องได้ (Tangible) และในส่วนนามธรรมที่จับต้องไม่ได้ (intangible) ทั้งกับผู้มีส่วนได้เสียภายในองค์กรและภายนอกองค์กร (Thaipat Institute, 2012)

ซีเอสอาร์ ถูกพัฒนาขึ้นโดย R.Edward Freeman เป็นแนวคิดขององค์การในการดำเนินกิจกรรม การวางแผน การตัดสินใจ การสื่อสารประชาสัมพันธ์ การบริหารจัดการ และการดำเนินการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยอาจสอดคล้องกับเรื่องนี้ไว้ในกระบวนการประกอบธุรกิจ เช่น กระบวนการผลิต หรือการบริการ การดูแลบุคลากรในองค์กรและครอบครัว รวมไปถึงการดูแลชุมชนและสังคมโดยรอบ ซีเอสอาร์ จึงถือได้ว่าเป็นการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งเป็น

แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในปัจจุบันและได้รับความนิยมจากทั่วทุกมุมโลก (จิรประภา อัครบวร และ ประยูร อัครบวร, 2552, หน้า 26)

ดังนั้นธุรกิจต้องบริหารความรับผิดชอบต่อ 3 ด้าน ได้แก่ บริหารความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ ต่อ กฎหมาย และต่อสังคม ดังภาพที่ 4 ถึงแม้ว่าสิ่งเหล่านี้อาจจะขัดแย้งกับความสำเร็จของธุรกิจ (Lawrence & Weber, 2008)



ภาพที่ 4 ความรับผิดชอบต่อธุรกิจ 3 ด้าน

ที่มา : Business And Society: Stakeholders, Ethics, Public Policy. (p. 56), by Anne T.

Lawrence and James Weber, McGraw Hill, 2008.

ซีเอสอาร์ เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญในความสำเร็จของธุรกิจ เพราะจะทำให้เป้าหมาย และกลยุทธ์ซึ่งมีส่วนประกอบมากมายหลายอย่าง สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ธุรกิจส่วนใหญ่ในปัจจุบันต้องการความสำเร็จอย่างรวดเร็วไปยั้งทั่วโลก ซึ่งอาจจะทำให้มีผลต่อรายจ่ายที่จะต้องเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมั่นของตราสินค้า ซึ่งต้องมีภาพลักษณ์ที่ดีที่สุดให้ลูกค้าได้รับทราบ (Werther & Chandler, 2011)

2) การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management : CRM)

การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) คือการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีและการใช้บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ ประโยชน์ของเศรษฐกิจพอเพียงได้นำเสนอหลักการ “ขาดทุน” คือ “กำไร” (Our Loss is Our Gain) คือ การดำเนินงานที่ยึดผลสำเร็จแห่งความ “คุ้มค่า” มากกว่า “คุ้มทุน” ซึ่งการบริหารลูกค้าสัมพันธ์จะนำมาซึ่งความพอใจของลูกค้าอันจะนำไปสู่ความจงรักภักดีในที่สุด (สุจิตรา ตุลยาเดชานนท์, 2554) ดังนั้นซีอาร์เอ็ม ได้ถูกพัฒนาขึ้นโดย Storbacka และ Lehtinen และถูกนำมาใช้มากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ เนื่องมาจากจำนวนคู่แข่งของธุรกิจแต่ละประเภทเพิ่มขึ้นสูงมาก การแข่งขันรุนแรงขึ้น ในขณะที่จำนวนลูกค้ายังคงเท่าเดิม ธุรกิจจึงต้องพยายามสรรหาวิธีที่จะสร้างความพอใจให้แก่ลูกค้า (จาริณี แซ่ว่อง, 2554) หลักการสำคัญของ ซีอาร์เอ็ม ประกอบด้วย

ก. การมุ่งเน้นที่ลูกค้า โดยความคิดและการกระทำของบริษัททั้งหมด จะมุ่งเน้นไปที่สถานะปัจจุบันของลูกค้า ความต้องการ ความปรารถนา และปัญหาของลูกค้า ท้ายที่สุดแล้ว สิ่งสำคัญคือ ต้องมีความรู้ที่แท้จริงทางการตลาด ตัวสินค้า การแข่งขัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือลูกค้านั่นเอง

ข. คุณภาพของสินค้าและประสิทธิภาพของการบริการ หลักสำคัญในความสำเร็จของบริษัทมาจากคุณภาพของสินค้า และบริการในความสัมพันธ์ของการแข่งขัน เป็นการดีที่จะรวมความต้องการของลูกค้าในขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยแทนที่จะหาลูกค้าสำหรับสินค้า แต่ควรจะหาสินค้าสำหรับลูกค้า แทน ซึ่งต้นทุนของอัตราส่วนผลประโยชน์ เป็นปัจจัยที่มีผลอย่างยิ่ง ที่จะต้องพิจารณา

ค. ความพึงพอใจของลูกค้า หลังจากการบริโภคหรือใช้สินค้า ลูกค้าจะถามตัวเองว่า ถ้าเค้ามี่ความสุขกับสินค้านั้น ๆ เค้าจะกลับมาซื้อสินค้านั้นอีกครั้ง และจะบอกต่อไปยังคนอื่น ๆ และมีความเป็นไปได้ที่จะกลายเป็นลูกค้าประจำ

ง. การรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ กุญแจสำคัญในการที่จะมีลูกค้าประจำ คือ ต้องรักษาความพึงพอใจของลูกค้า ในบริษัทที่ประสบความสำเร็จ จะพิถีพิถันในการปรับปรุงประสิทธิภาพในความคิด และความคาดหวังของลูกค้า หรือแม้แต่ผู้ที่จะมาบริหารได้ดี เพื่อสร้างความพึงพอใจ และวางพื้นฐานของอนาคตของธุรกิจ

จ. คุณค่าที่ลูกค้าต้องการและความสำเร็จของบริษัท มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างการให้คำมั่นสัญญาต่อลูกค้า และระดับของกำไร โดยกำไรต่อลูกค้าแต่ละราย จะเพิ่มขึ้นตามระยะเวลาของความสัมพันธ์กับลูกค้าต่อบริษัท (Raab, Ajami, Gargeya, & Goddard, 2008)

3) บรรษัทภิบาล (Good Corporate Governance)

คำว่า Good Governance มีใช้อย่างเป็นทางการครั้งแรกเมื่อปี 1989 ในรายงานเรื่อง Sub Sahara Africa : From Crisis to Growth ซึ่งเป็นรายงานที่ธนาคารโลกพยายามวิเคราะห์ถึงความล้มเหลวของรัฐในแอฟริกาในการพัฒนาประเทศ (Taylor, 2010, p. 122)

บรรษัทภิบาล ถือเป็นหลักปฏิบัติที่จัดอยู่ในเศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า องค์กรธุรกิจที่มีบรรษัทภิบาล แสดงให้เห็นว่า นโยบายของกิจการมิได้จำกัดอยู่เพียงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กรด้วย หลักการของบรรษัทภิบาล คือ การเน้นให้องค์กรธุรกิจรู้จักคิดแบ่งปัน และดำเนินกิจการโดยไม่เบียดเบียนสังคมส่วนรวม การรู้จักให้ รู้จักช่วยเหลือ และเอาใจใส่ในการดูแลสังคม สงเคราะห์เกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Thaipat Institute, 2012)

บรรษัทภิบาล คือ หลักการบริหารจัดการธุรกิจ ให้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างกลไกควบคุมการดำเนินงาน ขององค์กรให้เป็นไปอย่างโปร่งใส และเกิดความเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น คณะกรรมการผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้าตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม หรือถ้าจะพูดให้ง่ายขึ้นก็คือ เป็นจรรยาบรรณของคนทำธุรกิจ ที่ใส่ใจกับหลักคุณธรรมควบคู่ไปกับความอยู่รอดเติบโตขององค์กรและสังคม

4) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture)

วัฒนธรรมองค์กร ถูกพัฒนาขึ้นโดย Edward B. Tylor (Wickramasinghe et al., 2009, p. 92) หมายถึง ระบบของการยึดถือในสิ่งที่มีความหมายร่วมกันของสมาชิกภายในองค์กรซึ่งมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน การตัดสินใจ และพฤติกรรมอื่น ๆ

วัฒนธรรมองค์กร จึงเป็นฐานคิด เป็นเป้าหมาย เป็นเครื่องมือที่บอกให้สมาชิกในองค์กรทราบว่า การกระทำแบบใดดีหรือไม่ดี เป็นทิศทางในการตัดสินใจ และหลอมรวมสมาชิกในองค์กรโดยใช้ภาษาเดียวกัน การกำหนดการเป็นคนในและคนนอกองค์กร กำหนดอำนาจและฐานะ พัฒนาแนวคิด (norm) หรือปทัสฐานความคิดที่กำหนดความสัมพันธ์ในกลุ่มนั้น กำหนดการให้รางวัลและการลงโทษเพื่อให้สมาชิกมีทิศทางเดียวกัน และอธิบายสิ่งที่ไม่เข้าใจให้เข้าใจได้

ระดับของวัฒนธรรม (culture levels) มี 4 ระดับ ได้แก่

ก. artifacts เป็นสิ่งที่มองเห็น และจับต้องได้ และแสดงให้เห็นว่าสมาชิกในองค์กรคิดอะไร เป็นสิ่งที่แสดงออกซึ่งความร่วมมือกันของสมาชิก เช่น ภาษา เรื่องเล่า พฤติกรรม พิธีการหรือพิธีกรรมต่าง ๆ

ข. perspectives เป็นความคิด กฎ ปทัสฐานที่สมาชิกในองค์กรยอมรับร่วมกัน เป็นจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น เช่น การแก้ไขปัญหาโดยการพูดคุย ประชุม สัมมนา เป็นต้น

ค. values คือ ค่านิยมหรือความเชื่อ เป็นเกณฑ์ที่ใช้บอกว่าสิ่งใดถูกหรือผิด เป็นไปได้หรือไม่ เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจ และเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความสัมพันธ์ อำนาจ เช่น การไม่ควรลงโทษลูกน้องต่อหน้าคนอื่น ฯลฯ ถือได้ว่าเป็นอุดมคติ เป้าหมาย มาตรฐานของสมาชิก

ง. assumptions คือ โลกทัศน์ หรือวิธีการมองโลก เป็นความเชื่อที่อยู่ภายใน ไม่มีรูปร่าง ไม่สามารถมองเห็นหรือจับต้องได้ ไม่เปิดเผย เป็นเรื่องของธรรมชาติ ซึ่งมักอยู่ยาวนานไม่เปลี่ยนแปลง หรือที่เรียกว่า จิตใต้สำนึก

รูปแบบวัฒนธรรมองค์กร ประกอบด้วย 4 ลักษณะ (ชวนณรงค์ ชื่นจันทร์, 2554)

ก. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบทบาท (Role Culture) วัฒนธรรมองค์กรประเภทนี้ คือ มุ่งเน้นที่ตำแหน่ง บทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบที่กำหนดไว้ชัดเจนเป็นลายลักษณ์อักษร มีลักษณะที่ชอบด้วยเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ (Reason-Science) โครงสร้างขององค์กรกำหนดไว้ชัดเจนตามลำดับชั้นทางการบริหารที่ลดหลั่นกันไป (Hierarchy) และมีกฎระเบียบข้อบังคับในกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ ชัดเจนทั่วองค์กร (Red Tape) ลักษณะองค์กรที่มีวัฒนธรรมนี้ ปรากฏเห็นชัดทั่วไปในหน่วยงานใหญ่ทั้งภาคราชการและเอกชนซึ่งค่อนข้างล่าช้าในการเปลี่ยนแปลงตนเองหรือ/และวัฒนธรรมองค์กร หากมีเหตุจำเป็นเร่งด่วนเพื่อความเจริญ ความมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพและความอยู่รอดต่อไปขององค์กร

ข. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นงาน (Task Culture) คือ องค์กรที่มีวัฒนธรรมที่เน้นเรื่องการทำงานเป็นทีม จะสนับสนุนและส่งเสริมให้สมาชิกแต่ละคนพัฒนาและใช้ความรู้ ความสามารถอย่างเต็มที่เพื่อผลงานและการพัฒนาริเริ่มใหม่ ๆ อยู่เสมอ งานที่ปฏิบัติร่วมกันเป็นทีมจะถูกจัดเป็น “งานโครงการ” หรือ Project โดยไม่ยึดติดกับโครงสร้างองค์กร การร่วมทีมเพื่อนำความรู้ ความสามารถที่หลากหลายของบุคลากรจากหลายฝ่าย หลายส่วนงานมารวมมือกัน เมื่อสิ้นสุดโครงการที่ทีมงานก็สลายไปและอาจไปสร้างทีมงานใหม่เพื่องานโครงการใหม่ ๆ ต่อไป วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้ เหมาะสมกับหน่วยงานที่ต้องเร่งรีบพัฒนาปรับปรุง โดยเฉพาะในสภาพการแข่งขัน (Competition) และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ตลอด

ค. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นบทบาทอิสระเฉพาะตัวบุคคล (Existential Culture) ผู้ปฏิบัติงานในองค์กรที่มีวัฒนธรรมแบบนี้ จะกำหนดกฎเกณฑ์ของตนเอง มีความเป็นอิสระสูง ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลที่หลากหลายจำเป็นและจะมีผลต่อประสิทธิภาพและชื่อเสียงขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างที่เห็นชัด คือ มหาวิทยาลัยที่มุ่งเน้นความเป็นเลิศทางวิชาการ เป็นต้น จะสะท้อนแม้จะมีอิสระแต่ก็รักและทุ่มเทให้กับงาน การใช้ความรู้ความสามารถของตนเองอย่างเต็มที่ในลักษณะเช่นนี้ การบริหารเพื่อทีมงานจะเป็นปัญหามาก การประชุมปรึกษาหารือร่วมกัน อาจจะเป็นหนทางเดียวที่จะให้ทุกคนมาร่วมทีมได้ แต่ก็ยังเป็นทีมที่หลวมมาก และบ่อยครั้งการตัดสินใจในที่ประชุมอาจไม่เป็นเอกฉันท์หรือเด็ดขาด เพราะยังมีความคิดเห็นโต้แย้งจากอีกหลายคนซึ่งไม่สามารถบังคับให้ยอมรับความคิดเห็นของผู้อื่นหรือมติที่ประชุม

ง. วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการเป็นผู้นำ (Leader Culture) องค์กรหรือหน่วยงานที่ประสบความสำเร็จมักจะเป็นผู้บริหารหรือผู้นำที่มีความสามารถนำพาองค์กรฝ่าปัญหาอุปสรรคและพายุเศรษฐกิจธุรกิจแข่งขันในยุคปัจจุบันได้โดยตลอดรอดฝั่ง ผู้นำจะมีกลุ่มผู้บริหารที่สามารถเป็นที่ปรึกษาหรือเป็นผู้สนองรับและนำการตัดสินใจนโยบาย แนวทาง และแผนงานไปปฏิบัติให้บรรลุผล หน่วยงานที่ตั้งหรือก่อเกิดขึ้นใหม่ต้องการวัฒนธรรมและผู้บริหารที่เป็นผู้นำเช่นนี้ ความสำเร็จของทีมบริหารเกิดจากความสามารถของผู้นำที่พัฒนาและสร้างระบบการติดต่อสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดความไว้วางใจ มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นและยอมรับภาวะผู้นำของผู้บริหารสูงสุดขององค์กร กำลังคนในวัฒนธรรมเช่นนี้จะมีการจัดสรรคนพอเหมาะพอดีกับงานและผลงานที่ต้องการ ไม่มีอัตรากำลังส่วนเกินเหลือใช้เป็นต้นทุน การดำเนินงานทุกคนที่ถูกคัดเลือกเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถตามความต้องการด้านต่าง ๆ ขององค์กร โครงสร้างขององค์กรก็กะทัดรัด แต่ครอบคลุมมีความรวดเร็วในการตอบสนองต่อข่าวสารเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้

รวดเร็ว รวมทั้งการตัดสินใจที่เฉียบขาดและฉับพลันของฝ่ายบริหาร การตัดสินใจบางอย่างอาจดูว่าโหดร้าย และไม่คิดถึงจิตใจของบุคคลหรือไม่ยุติธรรม แต่เหมาะสมและจำเป็นต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร วัฒนธรรมองค์กรแบบนี้จะหมดไปเมื่อมีการเปลี่ยนผู้บริหารที่เป็นผู้นำสูงสุดหรือองค์กรถูกขายไป หรือไปรวมกับองค์กรอื่น ดังปรากฏให้เห็นอยู่ทั่วไปในธุรกิจยุคโลกาภิวัตน์

วัฒนธรรมองค์กรทั้ง 4 รูปแบบ มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน การที่จะนำวิธีการหรือวัฒนธรรมองค์กรแบบหนึ่งไปใช้ในอีกแบบหนึ่งเป็นไปได้เสมอ และอาจเป็นการเสริมจุดอ่อนของแต่ละแบบก็ได้ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผู้บริหารในแต่ละองค์กรนั้น ๆ ว่าสามารถและดำเนินการอะไรอย่างใด การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมองค์กร โดยการเรียนรู้จากประสบการณ์ในรูปแบบต่าง ๆ น่าจะเป็นผลดีกว่าที่จะยึดมั่นในวัฒนธรรมองค์กรแบบใดแบบหนึ่งโดยตลอด การบริการประชาชนโดยหน่วยงานรัฐ หากนำวัฒนธรรมองค์กรแบบที่ผลงานหรืองานและแบบผู้นำมาช่วยเสริมจะเป็นการดีกว่า ในทำนองเดียวกัน อาจนำวัฒนธรรมองค์กรแบบอื่นไปช่วยเสริมในบางจุดบางงานก็ได้

9.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้สรุปงานวิจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ได้ดังนี้

1. รายงานวิจัยเรื่อง การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาธุรกิจกระดาษสา ในจังหวัดเชียงใหม่ (สุพจน์ กองเงิน, 2550)

การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาธุรกิจกระดาษสาในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาถึงผลการดำเนินงานธุรกิจกระดาษสาในด้านการสร้างงาน ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญา และวัตถุดิบท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อระบุปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการธุรกิจกระดาษสาตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และ 3) เพื่อวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินการธุรกิจกระดาษสาตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษสาในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 75 ราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษสาดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้านการดำเนินงานของสถานประกอบการ ด้านการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ด้านการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ด้านการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และด้านการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เนื่องจากการดำเนินงานธุรกิจกระดาษสายังขาดการวางแผนการบริหารจัดการองค์กรอย่างเป็นระบบ ทำงานแบบต่างคนต่างทำ แรงงานส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชนเป็นหลัก แต่ขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการบางรายนิยมจ้างแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำแทนแรงงานในท้องถิ่น เพราะเห็นว่าแรงงานต่างด้าวมีความขยัน อดทนต่องานหนักได้ดีกว่า นอกจากนี้ในด้านความช่วยเหลือจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการให้การสนับสนุนเงินทุน การอบรมให้ความรู้ เป็นต้น ผู้ประกอบการเห็นว่าไม่สอดคล้องกับความต้องการ อีกทั้งไม่สามารถที่จะทำให้ผู้ประกอบการยืนด้วยลำแข้งของตนเองได้

ขณะที่ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบในท้องถิ่น อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้เนื่องจากวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตกระดาษสาส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 นำเข้าจากประเทศลาว การผลิตกระดาษสาจะเน้นผลิตตามแนวคิดสมัยใหม่ มีการใช้งานที่หลากหลาย

นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษสายังประสบปัญหาอุปสรรคในด้านพ่อค้าคนกลางที่กด

ราคารับซื้อ การคัดลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ และราคาวัตถุดิบสูงขึ้น เป็นต้น

แนวทางที่เหมาะสมในการดำเนินการธุรกิจกระดาศาตามนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น ความมีการศึกษา ค้นคว้า และวิจัย กระบวนการผลิต รูปแบบผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบในการผลิตกระดาศาอย่างจริงจัง เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์กระดาศาให้มีคุณภาพ มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ช่วยลดต้นทุนในการผลิต และนำทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2. รายงานวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพการดำเนินงานและผลจากการได้รับการคัดสรร ให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (ทศพร หุ่นแก้ว, 2551)

โครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” (One Tambon One Product: OTOP) เป็นโครงการตามนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการให้แต่ละชุมชนได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาสินค้า เพื่อส่งเสริมสนับสนุนกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงาน สร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่ม สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและผลจากการได้รับ คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาว จำนวน 291 ราย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ANOVA โดยวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) และการวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS การวิจัยครั้งนี้กำหนดให้มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิจัย พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นส่วนใหญ่เป็นธุรกิจประเภทของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และผลิตภัณฑ์หลักได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 4 ดาว

ผลการวิจัยสภาพการดำเนินงานธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า ธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นส่วนใหญ่มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 7 ปี เคยได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาวในปี 2547 มาก่อน ก่อนที่จะได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาวในปี 2549 ธุรกิจเคยได้รับมาตรฐานต่างๆ ครั้งสุดท้ายในปี 2547 โดยส่วนใหญ่ที่ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ธุรกิจมีจำนวนสมาชิก 8-20 คน สถานที่หลักที่ใช้ในการผลิตสินค้า คือ ที่ทำการของธุรกิจ สมาชิก/พนักงานทำงานในช่วงเวลาที่ว่างจากงานประจำ แหล่งที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากในจังหวัดร้อยละ 80 ขึ้นไป ที่มาของผลิตภัณฑ์มาจากภูมิปัญญาจากท้องถิ่นดั้งเดิมและมีการพัฒนาสร้างสรรค์ มีแนวทางที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพัฒนาตามคำแนะนำของลูกค้า การผลิตใช้แรงงานคนเป็นส่วนใหญ่และใช้เครื่องจักรบางส่วน ตลาดเป้าหมายหลักก่อนที่จะได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 3-5 ดาวในปี 2549 คือ ตลาดภายในจังหวัดตลาดเป้าหมายหลักในปัจจุบัน คือ ตลาดระหว่างจังหวัด สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่อยู่ทั้งงานแสดงสินค้า มีการแสดงตราสัญลักษณ์ของระดับดาวที่ได้รับไว้บนบรรจุภัณฑ์ มีค่า ใช้จ่ายเพื่อปรับปรุงพัฒนา ก่อนรับเข้า การคัดสรรในด้านของเครื่องจักรและอุปกรณ์ระหว่าง 10,001-50,000 บาท แหล่งที่มาของเงินทุนได้มาจากการระดมทุนจากสมาชิก และธุรกิจได้รับความช่วยเหลือจากกรมการพัฒนาชุมชน

ผลการวิจัยเกี่ยวกับผลจากการได้รับการคัดสรรในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น พบว่า โดยภาพรวมธุรกิจได้รับผลเพิ่มขึ้นเล็กน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ธุรกิจส่วนใหญ่ได้รับผลเพิ่มขึ้นเล็กน้อยทุกด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีผลที่ได้รับเพิ่มขึ้นมาก 5 ข้อ ได้แก่

การยอมรับของลูกค้านี้ในด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การเป็นที่รู้จักของผลิตภัณฑ์อย่างแพร่หลาย จิตสำนึกของสมาชิกในเรื่องการผลิตให้ได้มาตรฐาน การพัฒนาทักษะในการผลิตของสมาชิก และความตั้งใจในการทำงานอย่างเต็มที่ของสมาชิก

ผลการเปรียบเทียบผลจากการได้รับการคัดสรรในระดับ 3-5 ดาว จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านประเภทของผลิตภัณฑ์หลัก พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 ข้อ และผลการเปรียบเทียบ จำแนกตามข้อมูลทั่วไปของธุรกิจ ด้านระดับดาวที่ได้รับ พบว่า โดยภาพรวมมีความแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่ามีความแตกต่างกัน 3 ด้าน และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า มีความแตกต่างกัน 9 ข้อ

3. รายงานวิจัยเรื่อง รูปแบบกระบวนการพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ : ศึกษากรณี บ้านหนองแซ่ และบ้านดอนหนอง ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม (ชูศักดิ์ สุทธิสา และ ชุตินา เมฆวัน, 2551)

การศึกษานี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการเผยแพร่และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง และเพื่อหารูปแบบการพัฒนาที่นำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชน โดยกลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการวิจัยคือ ตัวแทนชุมชนบ้านหนองแซ่ และตัวแทนชุมชนบ้านดอนหนอง ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม ที่สนใจ จำนวน 55 คน แยกเป็นบ้านดอนหนอง จำนวน 30 คน บ้านหนองแซ่ จำนวน 25 คน ผลจากการวิจัยพบว่า

ด้านวิธีการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง ใช้วิธีการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (participatory action research : PAR) เริ่มจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในระดับข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) และทุติยภูมิ (secondary data) การวิเคราะห์ข้อมูล การปฏิบัติการ และการสรุปผล โดยทุกกระบวนการเน้นกระบวนการเรียนรู้และมีส่วนร่วม โดยมีขั้นตอนเริ่มตั้งแต่ ค้นหาสภาพทั่วไปของชุมชน/ปัญหาของชุมชน บริบททั่วไปของชุมชน แล้ววิเคราะห์ชุมชนทั้งรายครัวเรือน และกลุ่มสนใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง แล้วเริ่มกระบวนการให้ความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการนำเอาวิถีชีวิต และบริบทของชุมชนมาสร้างความรู้และความเข้าใจในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง จากนั้นคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และวางแผนการดำเนินการแบบมีส่วนร่วมแล้วเริ่มดำเนินการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ จากนั้นสรุปผลจากโครงการวิจัย และสะท้อนผลการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งวิธีการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนี้พบว่าสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่คนในชุมชนให้มีความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงได้ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น

ด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้กับการดำเนินชีวิตของตนเอง ครอบครัว และชุมชน พบว่าประกอบด้วย 5 ปัจจัยคือ (1) ปัจจัยด้านสภาพปัญหาของชุมชน (2) ปัจจัยด้านการตระหนักและเห็นความสำคัญของปัญหา (3) ปัจจัยด้านกระบวนการสร้างความรู้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (4) ปัจจัยด้านความรู้ความเข้าใจและเห็นความสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมศรัทธาเชื่อมั่นในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (5) ปัจจัยด้านวิธีการปรับใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการแก้ปัญหา

ด้านรูปแบบในการนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการปฏิบัตินั้นชุมชนทั้งสองชุมชนได้นำเอาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตของชุมชนใน 4 ด้านคือ (1) ด้านการเพิ่มรายได้ โดย

การผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายเพิ่มรายได้ (2) ด้านลดรายจ่าย โดยการผลิตของใช้ในครัวเรือนใช้เอง เช่น น้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจาน (3) ด้านการสืบทอดความรู้ และการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผลิตภัณฑ์ เช่น นำความรู้ภูมิปัญญามาแปรรูปข้าว เป็นข้าวเปียก (ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบพื้นบ้านทำจากข้าวเหนียว ผสมน้ำตาล มะพร้าว และต้นถั่วกระพังโหม นำมาผสมคลุกเคล้าให้เข้ากัน และบดคลุกเคล้าจนละเอียด จากนั้นนำมาคลึงเป็นแผ่นบาง ๆ เหมือนแผ่นโรตี่ แล้วนำมาตากให้แห้ง) (4) ด้านการพัฒนา ปรับปรุงประยุกต์ความรู้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติที่เหมาะสมกับตนเอง ครอบครัว และชุมชน เช่น บางครอบครัวเน้นการนำแนวคิดเรื่องการลดรายจ่ายมาใช้เป็นหลัก บางครอบครัวเน้นแนวคิดการเพิ่มรายได้เป็นหลัก

จากการวิจัยสรุปได้ว่าการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัตินั้นชุมชนต้องรู้และเข้าใจสภาพปัญหาของตนเอง รู้และเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง พร้อมทั้งต้องมีความตระหนักในปัญหา และมีความเข้าใจและศรัทธาเชื่อมั่นในแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงว่าสามารถแก้ปัญหาให้บรรเทาเบาบางลงได้ จึงจะน้อมนำเอาแนวคิดดังกล่าวมาปฏิบัติ แต่ถ้าชุมชนยังไม่แน่ใจและไม่เข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงก็จะไม่เห็นความสำคัญในการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปฏิบัติ ส่วนรูปแบบในการน้อมนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนั้นจะพบว่ากลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 ชุมชนได้นำเอาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตของชุมชนในด้าน การเพิ่มรายได้ (ขายผลผลิต) การลดรายจ่าย (ผลิตของใช้ที่จำเป็นขึ้นเอง) การสืบทอดความรู้ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยกิจกรรมที่ดำเนินการนั้นเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเกษตร เช่น การผลิตปุ๋ยหมักชีวภาพ การผลิตน้ำหมัก การผลิตน้ำยาซักผ้า น้ำยาล้างจานจากสมุนไพรในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชุมชน และบริบทของชุมชนที่เป็นชุมชนเกษตร มีอาชีพหลักในการทำเกษตร อีกทั้งยังสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนส่วนใหญ่ก็คือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับอาชีพเกษตร และชุมชนนั้นยังนำความรู้มาพัฒนา ปรับปรุงประยุกต์สู่การปฏิบัติที่เหมาะสมกับตนเอง ครอบครัว และชุมชนของตนเองอีกด้วย

4. รายงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการประยุกต์ใช้ และแนวทางการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้มีรากฐานที่มั่นคง กรณีจังหวัดปทุมธานี (นันทพร บุญชื่น, นิกร สีชาคำ และ สุภิญญา อนุภานนท์, 2552)

วิเคราะห์รูปแบบและแนวทางการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของชุมชนในจังหวัดปทุมธานี โดยเลือกชุมชนบ้านปากทางไวก้อ และบ้านหมู่ 7 อำเภอคลองหลวง กลุ่มชุมชนบ้านนายดาบชุม บ้านอนุสรณ์ และบ้านทวีทรัพย์ อำเภอหนองเสือ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับหัวหน้าครัวเรือนจำนวน 117 ราย และสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 20 ราย แบบสอบถามมีความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 70 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม SPSS สถิติที่ใช้ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าไคสแควร์ และค่าเอฟเทส (F-test)

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่บ่งชี้ถึงการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกชุมชนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 70 ทั้งระดับบุคคลหรือระดับครัวเรือน โดยมีรูปแบบการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2 รูปแบบ คือ รูปแบบการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเฉพาะส่วน และรูปแบบการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงครอบคลุม ซึ่งเป็นไปตามสภาพการพัฒนาของชุมชน คือ ชุมชนเมืองและชุมชนชานเมือง กล่าวคือ ชุมชนบ้านปากทางไวก้อจะมีการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงรูปแบบเฉพาะส่วน ส่วนชุมชนบ้านนายดาบชุม บ้านอนุสรณ์ บ้านทวีทรัพย์ บ้านหมู่ 7 จะมีการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงรูปแบบครอบคลุม

การขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อให้ชุมชนมีการพัฒนาอย่างมั่นคง ชุมชนมีรากฐานที่แข็งแกร่งในอนาคต แบ่งระยะการขับเคลื่อนออกเป็น 3 ระยะ ได้แก่ ระยะแรกหรือระยะเริ่มต้น ผู้นำชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่การปฏิบัติในชุมชน ระยะที่ 2 หรือระยะการพัฒนา การจัดทำแผนการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นลำดับขั้นตอน ระยะที่ 3 หรือระยะขยายผล การมุ่งเน้นโครงการที่ช่วยค่าใช้จ่ายของครัวเรือน กลุ่มสหกรณ์ กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร สร้างระบบตลาดภายในชุมชนและเชื่อมโยงตลาดของชุมชนกับตลาดภายนอกชุมชน

5. รายงานวิจัยเรื่อง เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (มนูญ โติะยามา, อรุมา ภูประเสริฐ และ สมบัติ พันธิ์ศิษฐ์, 2551)

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีลักษณะการดำเนินงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (2) สร้างตัวชี้วัดในการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ (3) ศึกษาลักษณะและรูปแบบของการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่อยู่บนฐานของเศรษฐกิจพอเพียง

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจมีขอบเขตเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ใน 13 สาขาอุตสาหกรรมการผลิต ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา และชลบุรี โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากสถานประกอบการจำนวน 77 ราย ผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องจำนวน 11 ราย ข้อมูลทุติยภูมิที่เป็นงบการเงินของกลุ่มตัวอย่าง และรายงานวิจัยและเอกสารที่เกี่ยวข้องผลการดำเนินงานของสถานประกอบการวัดจากสุขภาพทางการเงิน 4 ด้าน คือ สภาพคล่อง ประสิทธิภาพการดำเนินงาน ความสามารถทำกำไร และภาระหนี้สิน การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้ค่าสถิติร้อยละและตัวชี้วัดสุขภาพทางการเงิน

ผลการศึกษาพบว่า

(1) การประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ซึ่งมีสุขภาพทางการเงินต่างกัน แบ่งออกเป็น 8 กลุ่ม มีดังนี้

(1.1) สถานประกอบการที่มีสุขภาพทางการเงินดีและมีลักษณะการดำเนินงานสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่าสถานประกอบการที่มีผลการดำเนินงานไม่ดี มี 3 กลุ่ม สถานประกอบการที่มีสุขภาพทางการเงินไม่ดีแต่มีลักษณะการดำเนินงานสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่าสถานประกอบการที่มีผลการดำเนินงานดี มี 2 กลุ่ม และอีก 3 กลุ่มมีลักษณะการดำเนินงานไม่ค่อยแตกต่างกัน

(1.2) ทั้ง 8 กลุ่ม เมื่อวิเคราะห์จากวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ และลักษณะการดำเนินงาน พบว่า โดยรวมแล้วมีลักษณะการดำเนินงานที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่ไม่ค่อยแตกต่างกัน

(2) ตัวชี้วัดลักษณะการดำเนินงานตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ได้จากการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวัดลักษณะของการดำเนินงานของสถานประกอบการตามหลักและเงื่อนไขเศรษฐกิจพอเพียง คือ ความมีเหตุผล ความพอประมาณ การมีภูมิคุ้มกันที่ดี และเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม ตัวชี้วัดบางตัวอาจสามารถใช้ในการพิจารณามากกว่าหนึ่งหลักและเงื่อนไขของเศรษฐกิจพอเพียง ในการนำตัวชี้วัดไปใช้ต้องมีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับลักษณะการผลิตของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท โดยเลือกเน้นบางประเด็นให้สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานของกิจการนั้น ๆ

(3) รูปแบบและลักษณะการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เหมาะสมควรมีเจ้าของและผู้บริหารที่มีความเชื่อมั่นและศรัทธาในการนำเอาหลักและเงื่อนไขเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้กับการดำเนินงานของกิจการ ทั้งกับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และผู้จัดหาสินค้าและวัตถุดิบ ต้องมีการสร้างเครือข่ายระหว่างสถานประกอบการโดยสมาชิกในเครือข่ายต้องมีความเข้าใจและศรัทธาแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินงานและทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องร่วมกัน ในขณะเดียวกันหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐ และเอกชน สถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพต่าง ๆ ต้องให้การสนับสนุนและส่งเสริมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ และร่วมกันดำเนินการอย่างต่อเนื่องและจริงจัง นอกจากนี้ทางรัฐบาลต้องมีการกำหนดแนวคิด ยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนงานต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และมีการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง

6. รายงานวิจัยเรื่อง Grocery Store Image, Travel Distance, Satisfaction and Behavioral Intentions Evidence from a Midwest College Town (Hsu, Huang, & Swanson, 2010)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของร้านค้า ระยะทางของการเดินทาง ความพึงพอใจของลูกค้า และความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ในสภาพแวดล้อมของเมืองวิทยาลัย โดยการสำรวจผู้บริโภคที่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีในเมืองวิทยาลัยตะวันตกตอนกลาง ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุดถูกแบ่งแบบสุ่มออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ ส่วนที่หนึ่ง ถูกใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ส่วนที่สอง ถูกใช้ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และวิเคราะห์แนวทางเชิงโครงสร้างตามลำดับ

ผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์ของร้านค้าถูกพบว่าเป็นโครงสร้างลำดับที่สอง โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักทั้งสามส่วน ได้แก่ คุณลักษณะของสินค้า บรรยากาศร้านค้าและการบริการ และความน่าดึงดูดเชิงการตลาด ถึงแม้ว่า ภาพลักษณ์ของร้านค้าจะเป็นตัวขับเคลื่อนด้านความคิดทางธุรกิจที่สำคัญ แต่ผลกระทบทางอ้อมด้านความพึงพอใจของลูกค้านั้นก็มีความสำคัญมากกว่าผลกระทบทางตรงด้านความคิดทางธุรกิจ ที่น่าสนใจก็คือ ทีมบริหารนั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความพึงพอใจ ซึ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดความเป็นไปได้ในการเอาชนะอุปสรรคด้านระยะทางของร้านค้าขายปลีก

ในขณะที่มีงานวิจัยจำนวนไม่มากที่พยายามจะอธิบายถึงลักษณะของการตลาดสินค้าในประเทศสหรัฐอเมริกาในแง่ของเหตุผลของทางเลือกของผู้บริโภค งานวิจัยเชิงสำรวจชิ้นนี้มีความพิเศษ กล่าวคือ ได้วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของการเลือกซื้อสินค้าในเมืองวิทยาลัยดั้งเดิมในประเทศสหรัฐอเมริกา ยิ่งไปกว่านั้น ปัจจัยการตลาดที่โดดเด่น (เช่น การขาดแคลนเชิงสัมพันธ์ของร้านค้าปลีก ระยะทางจากมหาวิทยาลัย และการผสมผสานของร้านค้าปลีกชนิดต่าง ๆ ทั้งในและรอบบริเวณเมืองมหาวิทยาลัยตะวันตกตอนกลาง) จะช่วยเพิ่มมูลค่าและช่วยสนับสนุนการค้าปลีกได้

7. รายงานวิจัยเรื่อง Retail Price Promotion Influences for Product Varieties in Grocery Stores: Evidence from Spain (Ruiz & Descals, 2008)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นในการวัดและประเมินถึงผลกระทบของยอดขายของการลดราคาสินค้าขายปลีกแบบชั่วคราวในทุกหมวดหมู่สินค้า รวมไปถึงหมวดหมู่ย่อยอื่น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างกันเล็กน้อยโดยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและรสนิยม เพื่อทดสอบถึงผลกระทบเหล่านี้ งานศึกษาชิ้นนี้ใช้วิธีการการถดถอย (regression) ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นรวดเร็วของหมวดหมู่ย่อยของสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ได้จากซูเปอร์มาร์เก็ตในประเทศสเปน

ผลการวิจัยที่ได้ยืนยันว่า การปรับลดราคาขายปลีกแบบชั่วคราวทำให้ยอดขายของสินค้านั้นเพิ่มขึ้นตามแผนการส่งเสริมการขาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยบางยี่ห้อสามารถทำยอดขายได้เทียบเท่ากับค่าใช้จ่ายด้านการขายในสินค้าทดแทนภายในหมวดหมู่ย่อยเดียวกัน รวมไปถึงยอดขายที่ได้

จากการแข่งขันกับหมวดหมู่อื่น ๆ

ผลของการวิจัยในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงการมีอยู่ของผลการใช้แทนกันของสินค้าโดยวิเคราะห์จากหมวดหมู่อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในขณะที่ผลกระทบของการใช้แทนกันของราคาอันไม่สมดุลได้รับการตรวจพบเพียงแค่ 2 หมวดหมู่อื่น ผลกระทบของการใช้แทนกันของราคาข้างเคียงนั้นกลับได้รับการพิสูจน์ในหมวดหมู่อื่นส่วนใหญ่ ในทางกลับกัน เมื่อพิจารณาถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ทั่วไป ผลของการใช้แทนกันนั้นได้รับการพิสูจน์เช่นเดียวกัน โดยผลกระทบของการใช้แทนกันของราคาดังกล่าวมักถูกตรวจพบมากที่สุด ในหมวดหมู่อื่นส่วนใหญ่ ในขณะที่ผลกระทบของการใช้แทนกันของราคาอันไม่สมดุลนั้นแทบจะไม่ถูกตรวจพบเลย

ร้านค้าปลีกสามารถเรียนรู้จากประสบการณ์การแข่งขันข้ามประเภทหมวดหมู่อื่น เพื่อที่จะกำหนดราคาและส่วนลดในระดับที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่า ร้านค้าปลีกประสบความสำเร็จในการตัดสินใจเรื่องของระดับประเภท ระดับยี่ห้อ หรือแม้กระทั่งระดับขนาดของยี่ห้อ มันก็คุ้มค่าที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์ของการแข่งขันข้ามประเภทหมวดหมู่อื่น เพื่อที่จะตัดสินใจได้ว่า มันน่าสนใจหรือไม่ที่จะตั้งราคาไว้ที่ระดับที่แตกต่างกัน

ผลงานนี้ ไม่เพียงแต่ประกอบด้วยการวัดและการประเมินผลกระทบด้านยอดขายของการลดราคาสินค้าขายปลีกแบบชั่วคราวในทุกหมวดหมู่สินค้า รวมไปถึงหมวดหมู่อื่น ๆ ซึ่งมีความแตกต่างกันเล็กน้อยขึ้นอยู่กับองค์ประกอบและรสนิยมเท่านั้น แต่ยังมีการประยุกต์ข้อมูลจากตลาดในประเทศสเปนอีกด้วย

8. รายงานวิจัยเรื่อง Ethics and Social Responsibility in Australian Grocery Shopping (Williams, Memery, Megicks, & Morrison, 2010)

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุและสำรวจถึงความสำคัญของปัจจัยด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในทางเลือกด้านร้านค้าและผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคชาวออสเตรเลีย

จากการศึกษาด้านการตรวจสอบคุณภาพเบื้องต้นของประเทศอังกฤษ และการสำรวจผู้บริโภคสินค้าในเมืองนิวเซาท์เวลส์ได้ถูกดำเนินการนั้น การวิเคราะห์องค์ประกอบได้แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างของปัจจัยทางเลือกสำหรับผลิตภัณฑ์และร้านค้าในสถานการณ์การซื้อสินค้าทั้งส่วนหลัก และส่วนเพิ่ม โดยท้ายที่สุดทั้ง 4 สมการเรื่องการถดถอยได้ถูกใช้เพื่อวัดผลกระทบของปัจจัยเหล่านี้

ผลการวิจัย พบว่า การแบ่งแยกจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นจะมีมากขึ้นเมื่อการซื้อสินค้ามีลักษณะเป็นส่วนเพิ่ม และน้อยลงเมื่อมีลักษณะเป็นส่วนหลัก โดยการเตรียมการผลตอบรับจริยธรรมนั้นมีอิทธิพลมากที่สุดต่อทางเลือกของร้านค้าเมื่อมีการซื้อสินค้าในลักษณะของ "ส่วนหลัก" ในขณะที่การซื้ออย่างเป็นธรรมชาติของผู้ค้าปลีกและนโยบายรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมนั้นมีอิทธิพลอย่างมากเมื่อมีลักษณะเป็นส่วนเพิ่ม โดยต้นกำเนิดของจริยธรรมของสินค้านั้นถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุดต่อการเลือกผลิตภัณฑ์

ร้านค้าปลีกของออสเตรเลียรายใหญ่ 2 รายอาจได้รับประโยชน์จากการพัฒนาบทบาทเป็นบรรณาธิการตัวเลือก ในนามของลูกค้าด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมของพวกเขา ในขณะที่ร้านค้าปลีกขนาดเล็ก อาจได้รับประโยชน์จากการมุ่งเน้นในเรื่องชุมชน ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และนโยบายการค้าที่เป็นธรรม ผู้ผลิตสินค้าอาจได้รับประโยชน์จากการมุ่งเน้นในเรื่องของการริเริ่มด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมในตัวผลิตภัณฑ์และนโยบายเชิงจริยธรรมขององค์กร

งานวิจัยนี้เป็นงานศึกษาชิ้นแรกในบรรดางานประเภทเดียวกันทั้งหมดในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้านปัจจัยทางเลือกซื้อสินค้าต่อจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม

9.6 กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย

จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของงานวิจัยเรื่อง แบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงที่ได้นำเสนอตั้งหัวข้อที่ผ่านมาข้างต้น จึงได้นำมาบูรณาการเข้ากับองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงของงานวิจัยในครั้งนี้เพื่อสรุปเป็นตารางบูรณาการทฤษฎีการจัดการและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเข้ากับองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงของงานวิจัย กรอบตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างของงานวิจัย และกรอบแนวคิดของโครงการวิจัย ดังตาราง 4 ต่อไปนี้

ตารางที่ 4 บูรณาการทฤษฎีการจัดการและงานวิจัยหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเข้ากับองค์ประกอบหรือตัวแปรแฝงของงานวิจัย

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
ความพอประมาณ การจะทำอะไร มีความพอดี พอเหมาะ พอควรต่อความจำเป็น เหมาะสมกับฐานะของตนเอง สภาวะสังคม สิ่งแวดล้อม รวมทั้ง วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น การใช้ ทรัพยากรในการดำเนินการก็ต้อง ให้พอประมาณ ไม่มากเกินไป ศักยภาพ และก็ต้องไม่น้อยเกินไป จนขาดแคลน หรือไม่เพียงพอที่จะ ดำเนินการได้ ซึ่งการจะตัดสินใจว่า อยู่ในระดับพอประมาณนี้ จำเป็นต้องอาศัยความรู้ ความ รอบคอบในการวางแผน และ ตัดสินใจ และต้องอยู่บนพื้นฐาน ของคุณธรรมด้วย	Just-In-Time ระบบทันเวลาพอดี หรือ JIT พัฒนาขึ้นในปี 1930 โดย Kiichiro Toyoda (Shtub, & Karni, 2009, p. 113) เป็น ระบบการผลิตหรือการให้บริการ ที่ถูกพัฒนาและออกแบบให้ทำ การผลิต ส่งมอบสินค้า หรือ บริการในปริมาณที่ถูกต้อง และ ทันกับขบวนการผลิตอื่น หรือทัน ตามความต้องการของลูกค้า โดย ยึดปรัชญาว่าวัตถุดิบจะไม่ถูกใช้ ถ้าไม่ถูกผลิตหรือดำเนินงาน	แนวคิดของระบบ ทันเวลาพอดีนั้น วัตถุดิบจะ ไม่ถูกใช้ถ้าไม่ถูกผลิตหรือ ดำเนินงาน คือมีความพอดีที่ ไม่น้อยเกินไปไม่มากเกินไป สอดคล้องตามหลักของ ความพอประมาณในปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง (สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์, 2551, หน้า 56) การผลิตตามแนวเศรษฐกิจ พอเพียง เป็นการเน้นที่ความ พอดีต่อการบริโภคและการ จำหน่าย ไม่ผลิตมากเกินไป จนกลายเป็นผลผลิตเหลือทิ้ง หรือทำให้เกิดของเสียจาก กระบวนการผลิตเพิ่มขึ้นโดย ไม่จำเป็น (Thaipat Institute, 2012)
	Zero Based Budget งบประมาณฐานศูนย์ พัฒนาขึ้นในปี 1970 โดย Peter A. Pyhrr (Lalli, 2012, p. 823) เป็นเทคนิคงบประมาณที่คิดจาก ระดับการใช้จ่ายของโครงการที่มี อยู่ และค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของ โครงการใหม่ วิธีการทำ งบประมาณแบบฐานศูนย์นั้น	แนวคิดของงบประมาณ ฐานศูนย์นั้น เป็นความคิด งบประมาณที่ต้องมีการ ประเมิน วิเคราะห์โครงการ และกิจกรรมทั้งที่ดำเนินอยู่ใน ปัจจุบันและโครงการใหม่ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ งบประมาณที่มีอยู่ถูกจัดสรร ตามหลักการใช้จ่ายแบบพอ

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
	หน่วยที่จัดทำงบประมาณจะต้อง ประเมิน และวิเคราะห์โครงการ และกิจกรรมทั้งที่ดำเนินอยู่ใน ปัจจุบันและโครงการใหม่อย่าง เป็นระบบทั้งในเรื่องผลงาน ค่าใช้จ่าย การตัดสินใจ ดำเนินงาน งบประมาณที่ใช้ และ ลำดับความสำคัญ (สำนัก งบประมาณ, 2554)	อยู่ พอकिन พอใช้ เพื่อให้มี ทรัพยากรเหลือใช้กลายเป็น ความมั่งคั่งแห่งความสุข ตาม หลักของความพอประมาณใน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (สุจิตรา ตุลยาเดชาพันธ์, 2554, หน้า 13)
ความมีเหตุผล การตัดสินใจดำเนินการเรื่อง ต่าง ๆ อย่างมีเหตุผลครบวงจร บน พื้นฐานของความถูกต้อง ความเป็น จริง ตามหลักวิชาการ หลัก กฎหมาย หลักศีลธรรมจริยธรรม และวัฒนธรรมที่ดีงาม โดย พิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน คำนึงถึงผลที่คาดว่าจะ เกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ ทั้งใน ระยะสั้น ระยะยาว ทั้งต่อตนเอง ต่อผู้อื่นและส่วนรวม อย่าง รอบคอบ การคิดพิจารณาแยกแยะ ให้เห็นความเชื่อมโยงของเหตุ ปัจจัยต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เป็น ระบบ จะช่วยให้บรรลุเป้าหมายได้ อย่างมีประสิทธิภาพ มีข้อผิดพลาด น้อย และก็เช่นเดียวกัน การที่จะ วางแผน ดำเนินการหรือจะทำอะไร อย่างสมเหตุสมผลได้นั้น ต้องอาศัย ความรู้ มีความขยันหมั่นเพียร ความอดทน ที่จะจัดเก็บข้อมูล อย่างเป็นระบบ และแสวงหา ความรู้ที่ถูกต้องอย่างสม่ำเสมอ มี ความรอบคอบในการคิด พิจารณา ตัดสินใจ โดยใช้สติ ปัญญา อย่าง เฉลียวฉลาด ในทางที่ถูกที่ควร	Balanced Scorecard ระบบการบริหารงานและ ประเมินผลทั่วทั้งองค์กรพัฒนา ขึ้นในปี 1992 โดย Robert Kaplan และ David Norton (Blokdijs, 2008, p. 136) เป็น เครื่องมือการจัดการที่ทำให้เห็น ภาพขององค์กรใน 4 มุมมอง ได้แก่ มุมมองด้านการเรียนรู้และ การเติบโต มุมมองด้าน กระบวนการทำงานภายในองค์กร มุมมองด้านลูกค้า และมุมมอง ด้านการเงิน	คุณลักษณะที่ทำให้ เครื่องมือ Balanced Scorecard มีความโดดเด่น และแตกต่างจากเครื่องมือใน การบริหารจัดการและ ประเมินผลทั่ว ๆ ไป นอกเหนือจากการมีมุมมองที่ ครอบคลุมใน 4 ด้านแล้ว ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่าง มุมมองทั้ง 4 ด้านด้วยกันเอง ในเชิงเหตุและผล (cause and effect) ที่สามารถแสดง ในรูปของแผนที่ยุทธศาสตร์ (strategy map) ดังนั้นระบบ การบริหารงานและ ประเมินผลทั่วทั้งองค์กร จึง สามารถใช้เป็นเครื่องมือการ ประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงด้านความมีเหตุผล ที่ นอกเหนือจากการให้ ความสำคัญแก่มิติต่าง ๆ ของ องค์กรอย่างสมดุล (Thaipat Institute, 2012)

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
	Benchmarking การนำองค์กรสู่การปฏิบัติที่ ดีที่สุด พัฒนาขึ้นในปี 1981 โดย Robert Camp (Strang, 2010, p. 36) เป็นกระบวนการ ปรับปรุงในองค์กรโดย เปรียบเทียบกับองค์กรที่ดีที่สุด และใช้ข้อมูลนั้นเพื่อปรับปรุง ประสิทธิภาพการทำงานของ ตัวเอง	การปรับปรุง ประสิทธิภาพในเศรษฐกิจ พอเพียง คือการบริหารจัดการ ที่เน้นให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Thaipat Institute, 2012) โดยมีแนวคิดที่ว่าองค์กร ไม่ได้ เก่งทุกเรื่อง ยังมีองค์กรที่เก่ง มากกว่าในบางเรื่อง การศึกษาจากประสบการณ์ ตรงขององค์กรอื่นแล้วนำมา ประยุกต์ให้เหมาะสม จะช่วย ประหยัดเวลาและลดเวลาการ ลองผิดลองถูก
	Strategic Planning การวางแผนเชิงกลยุทธ์ พัฒนาขึ้นในปี 1957 โดย Philip Selznick (Bryson, 2011, p. 450) กระบวนการซึ่งผู้บริหาร และบุคคลสำคัญ อื่น ๆ ภายในองค์กรร่วมกันกำหนด ภารกิจขององค์กร ประเมิน สถานการณ์ปัจจุบันขององค์กร กำหนดแนวทางขององค์กรว่าจะ มีสภาพเป็นอย่างไรในหนึ่งปี จนถึงสามปี แล้วจึงวางแผนทางที่ จะนำองค์กรจากจุดที่เป็นอยู่ใน ปัจจุบันไปสู่จุดที่ควรจะเป็น โดย การตระหนักถึง จุดแข็งและ จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดที่ องค์กรกำลังเผชิญอยู่ (วัชร ว่าง อรุณ, 2553)	ผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์และ เชี่ยวชาญในด้านการจัดการ เชิงกลยุทธ์ สามารถประยุกต์ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อสร้างประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพทางการ ตัดสินใจที่จะเลือกดำเนินการ ในกิจกรรมที่นำมาซึ่งการ บริหารทรัพยากรอันก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อองค์กรและลูกค้า ตามสมควรที่พึงได้รับจาก องค์กร (สุจิตรา ตูลยาเดชา นนท์, 2554, หน้า 2)
ภูมิคุ้มกัน การเตรียมตัวให้พร้อมรับต่อ ผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงใน ด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถปรับตัวและรับมือได้	Change Management การบริหารการเปลี่ยนแปลง พัฒนาขึ้นในปี 1947 โดย John P. Kotter (Bezjak, 2010, p. 53) เป็นการจัดการกับกลไก ส่วนประกอบต่าง ๆ ขององค์กรให้	จากการสังเคราะห์ จุดหมายในปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง ที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้ทรงมีพระบรมราชวินิจฉัย และทรงพระราชทานพระบรม

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
อย่างทันท่วงที กล่าวโดยย่อ คือ การที่จะทำอะไรอย่างไม่มีเสียงเกินไป ไม่ประมาท คิดถึงแนวโน้มความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นได้ แล้วเตรียมตนเอง เตรียมวิธีการทำงาน เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อการทำงานสามารถดำเนินไปได้โดยไม่ชุลคุชลักต้องหยุดชะงักกลางคัน และนำมาซึ่งผลประโยชน์ในระยะยาว และความสุขที่ยั่งยืน	สามารถเรียนรู้ปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทั้งภายนอกและภายในองค์กร เพื่อให้องค์กรได้รับผลดี และลดผลกระทบในทางที่ไม่ดีของการเปลี่ยนแปลง	ราชานุกูตให้นำไปเผยแพร่ เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติของทุกฝ่ายและประชาชนโดยทั่วไป พบว่า มีอยู่ 2 ส่วนด้วยกัน ในส่วนที่หนึ่ง ปรากฏอยู่ 2 แห่ง ซึ่งมีความหมายไปในทิศทางเดียวกัน คือ เพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ และเพื่อให้พร้อมต่อการรองรับการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว และกว้างขวางทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมจากโลกภายนอกได้เป็นอย่างดี สำหรับในส่วนที่สอง คือ เพื่อให้สมดุลทั้งด้านวัตถุ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ดังนั้น ผู้ดำเนินการต้องเรียนรู้ถึงการบริหารการเปลี่ยนแปลงที่ถูกต้อง (Thaipat Institute, 2012)
	Cluster Development การรวมกลุ่มธุรกิจ พัฒนาขึ้นในปี 1900 โดย Michael E. Porter (Reiner, 2009, p. 234) เป็นกลุ่มของธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกัน มารวมตัวดำเนินกิจกรรมอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกัน เพื่อร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกัน (Potter & Miranda, 2009, p. 25)	การดำเนินธุรกิจตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงระดับก้าวหน้า จะให้ความสำคัญกับการแบ่งปันหรือการใช้ทรัพยากรร่วมกันหรือการรวมกลุ่มในแนวดิ่งตามสายอุปทาน (supply chain) จนพัฒนามาสู่ความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจต่าง ๆ ในแนวนราบ ในลักษณะของการรวมกลุ่มเป็นคลัสเตอร์ หรือเครือข่ายวิสาหกิจ เพื่อสร้างให้เกิดความยั่งยืนของกิจการ (Thaipat Institute, 2012)
	Five Forces แรงกดดัน 5 ประการในการแข่งขัน พัฒนาขึ้นในปี 1980	หลักการ Five Force นี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางและสามารถนำไป

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
	<p>โดย Michael E. Porter (Hill, & Jones, 2010, p. 42) เป็นการอธิบายถึงปัจจัย 5 ประการ ได้แก่ คู่แข่ง อำนาจการต่อรองของลูกค้า อำนาจการต่อรองของซัพพลายเออร์ ภัยคุกคามจากคู่แข่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น และภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ที่มีอิทธิพลในการสร้างภาวะกดดันทางการแข่งขันต่อทุกองค์กรทางธุรกิจ</p>	<p>ประยุกต์ใช้ได้หลากหลายในการกำหนดกลยุทธ์ ยุทธศาสตร์การดำเนินธุรกิจ (เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม, 2550) เช่นเดียวกับเศรษฐกิจพอเพียง ที่เป็นวิธีการของประเทศไทย ที่สามารถประยุกต์ใช้เพื่อนำพาองค์กรธุรกิจไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน (Gayle, 2010) โดยปัจจัยทั้ง 5 ประการของแรงกดดัน 5 ประการ จะเป็นการบอกให้ทราบถึงระดับความเข้มข้นในการแข่งขันที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ เพื่อเป็นภูมิคุ้มกันในการดำเนินธุรกิจต่อไป</p>
	<p>Risk Management การบริหารความเสี่ยง พัฒนาขึ้นในปี 1980 โดย Neil Crockford การบริหารความเสี่ยงทั่วทั้งองค์กร คือ กระบวนการที่บุคคลทั่วทั้งองค์กรได้มีส่วนร่วมในการคิดวิเคราะห์ และคาดการณ์ถึงเหตุการณ์ หรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งการระบุแนวทางในการจัดการความเสี่ยงดังกล่าวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมหรือยอมรับได้เพื่อช่วยให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ (พลุ เตชะรินทร์, 2554)</p>	<p>หลักการพื้นฐานของการบริหารความเสี่ยงมาจากสาเหตุการดำรงอยู่ขององค์กรที่ตั้งและดำรงอยู่ขึ้นมาเพื่อก่อให้เกิดคุณค่าในด้านใดด้านหนึ่งให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กร (stakeholders) ไม่ว่าจะเป็นผู้ถือหุ้น หรือลูกค้า การบริหารความเสี่ยง เป็นแนวคิดการบริหารธุรกิจ ตะวันตกสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ปริญญ์ พิบูลสราวุธ, 2552)</p>
<p>ความรู้ การฝึกฝนให้มีความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน มีความรอบคอบ</p>	<p>Competency สมรรถนะ พัฒนาขึ้นในปี 1973 โดย David C. McClelland (Leviss, 2011, p. 29) หมายถึง</p>	<p>สมรรถนะ เป็นแนวทางการบริหารที่ไม่มุ่งเน้นการหาทำไรสูงสุด สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง</p>

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
และความระมัดระวังที่จะนำความรู้ ต่าง ๆ เหล่านั้นมาพิจารณาให้ เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการ วางแผนและในขั้นปฏิบัติ	ความรู้ ทักษะ และพหุตินิสัยที่ จำเป็นต่อการทำงานของบุคคล โดยแบ่งได้เป็นสมรรถนะขั้น พื้นฐาน ซึ่งหมายถึง ความรู้ หรือ ทักษะพื้นฐานที่บุคคลจำเป็นต้อง มีในการทำงาน และ สมรรถนะที่ ทำให้บุคคลแตกต่างจากผู้อื่น ซึ่ง หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผล การทำงานสูงความมาตรฐาน หรือ ดีกว่าบุคคลทั่วไป (สุกัญญา รัศมี ธรรมโชติ, 2552)	(ปริยานุช พิบูลสรารุช, 2552) ที่สามารถนำมาประยุกต์ ใช้ใน การดำเนินธุรกิจได้
	Knowledge Management การจัดการความรู้ พัฒนา ขึ้นใน ปี 2004 โดย Chris Collison & Geoff Parcell เป็นปัจจัยสำคัญ ทางการตลาด ความสำเร็จของ องค์กร และการแข่งขัน ปัจจุบัน องค์กรไม่ได้แข่งขันกันเพียงเรื่อง ของผลิตภัณฑ์ การบริการ และ การจัดการที่เหนือกว่าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการ หน่วยความจำและสินทรัพย์ทาง ปัญญาในองค์กรด้วย (Geisler & Wickramasinghe, 2009, p. 4)	การจัดการความรู้ ซึ่งถือเป็น องค์ประกอบสำคัญในวิชาการ หรือทฤษฎีของชาวตะวันตก นั้น อาจยังไม่ครอบคลุมถึง ความรู้ที่ปรากฏในปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียง ซึ่ง ประกอบไปด้วย ความระลึก (สติ) กับความรู้ชัด (ปัญญา) (Thaipat Institute, 2012) แต่การจัดการความรู้ ก็นับได้ ว่าเป็นการรวบรวมความรู้ที่มี อยู่กระจัดกระจายในองค์กร มาจัดระบบ และพัฒนาให้มี ความทันสมัยอยู่เสมอ โดยจัด ช่องทางการเข้าถึงความรู้ให้ สะดวก รวดเร็ว และทั่วถึง เพื่อให้บุคลากรนำความรู้ไป พัฒนาการปฏิบัติให้มี ประสิทธิภาพสูงสุด
	Learning Organization องค์กรแห่งการเรียนรู้ พัฒนา ขึ้นในปี 1978 โดย Chris Argyris (Wickramasinghe, Bali, Lehaney, Schaffer, & Gibbons, 2009, p. 90) เป็น	องค์กรแห่งการเรียนรู้ เป็นแนวคิดการบริหารธุรกิจ สมัยใหม่ของตะวันตกที่ สอดคล้องกับแนวคิดปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียง (ปริยานุช พิบูลสรารุช, 2552) โดยการ พัฒนาการเรียนรู้สภาวะของ

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
	การถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ ความรู้ ประสบการณ์ และ ทักษะร่วมกัน และพัฒนาองค์กร อย่างต่อเนื่องทันต่อสภาวะการ เปลี่ยนแปลงและการแข่งขัน	การเป็นผู้นำในองค์กร (leadership) และการ เรียนรู้ร่วมกันของคนใน องค์กร (team learning)
	Corporate Social Responsibility การรับผิดชอบต่อธุรกิจต่อสังคม พัฒนาขึ้นในปี 1984 โดย R.Edward Freeman เป็น แนวคิดขององค์การในการดำเนิน กิจกรรม การวางแผน การ ตัดสินใจ การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ การบริหาร จัดการ และการดำเนินการที่ คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและ สิ่งแวดล้อม (จิระประภา อัครบวร และ ประยูร อัครบวร, 2552, หน้า 26)	การรับผิดชอบต่อธุรกิจ ต่อสังคมเป็นองค์ประกอบ หนึ่งที่ตั้งอยู่ในเศรษฐกิจ พอเพียงแบบก้าวหน้า หลักการซีเอสอาร์ที่แท้ คือ การเน้นให้องค์กรธุรกิจรู้จัก คิดแบ่งปัน และดำเนิน กิจการโดยไม่เบียดเบียน สังคมส่วนรวม การรู้จักให้ รู้จักแบ่งปันและเอาใจใส่ใน การดูแลสังคม สามารถ เทียบเคียงได้กับทฤษฎีใหม่ ขั้นที่ 3 ในปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียงซึ่งเป็นการ ร่วมมือกันในลักษณะพึ่งพิงอิง กัน (inter-dependent) สงเคราะห์เกื้อกูลซึ่งกันและ กัน
คุณธรรม มีความตระหนักใน คุณธรรม มี ความซื่อสัตย์สุจริตและมีความ อดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญา ในการดำเนินชีวิต	Customer Relationship Management การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ พัฒนาขึ้นในปี 1996 โดย Storbacka & Lehtinen คือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยใช้เทคโนโลยีและการใช้ บุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ (จาริณี แซ่ว่อง, 2554)	ปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงได้นำเสนอหลักการ “ขาดทุน” คือ “กำไร” (our loss is our gain) คือ การ ดำเนินงานที่ยึดผลสำเร็จแห่ง ความ “คุ้มค่า” มากกว่า “คุ้มทุน” ซึ่งการบริหาร ลูกค้าสัมพันธ์จะนำมาซึ่ง ความพอใจของลูกค้าอันจะ นำไปสู่ความจงรักภักดีใน ที่สุด (สุจิตรา ตูลายาเดชา นนท์, 2554) เช่นเดียวกับ หลักการบริหารลูกค้าสัมพันธ์

องค์ประกอบหรือตัวแปรแฝง ของงานวิจัย	ทฤษฎีการจัดการ ที่นำมาบูรณาการ	งานวิจัยหรือวรรณกรรม ที่เกี่ยวข้อง
	<p>Good Corporate Governance</p> <p>บรรษัทภิบาล พัฒนาขึ้นในปี 1989 โดย World Bank (Taylor, 2010, p. 122) เป็นหลักการบริหารจัดการธุรกิจให้เติบโตขึ้นอย่างมั่นคง ด้วยการสร้างกลไกควบคุมการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างโปร่งใส และเกิด ความเป็นธรรมต่อผู้ถือหุ้น คณะกรรมการ ผู้บริหาร พนักงาน คู่ค้า ลูกค้าตลอดจนรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม</p>	<p>บรรษัทภิบาล ถือเป็นหลักปฏิบัติที่จัดอยู่ใน เศรษฐกิจพอเพียงแบบก้าวหน้า องค์กรธุรกิจที่มีบรรษัทภิบาล แสดงให้เห็นว่า นโยบายของกิจการมิได้จำกัดอยู่เพียงกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียในองค์กรเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนได้เสียนอกองค์กร</p>
	<p>Organizational Culture</p> <p>วัฒนธรรมองค์กร พัฒนาขึ้นในปี 1871 โดย Edward B. Tylor (Wickramasinghe et al., 2009, p. 92) ระบบของการยึดถือในสิ่งที่มีความหมายร่วมกันของสมาชิกภายในองค์กรซึ่งมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงาน การตัดสินใจ และพฤติกรรมอื่น ๆ</p>	<p>วัฒนธรรมองค์กร เป็นแนวคิดการบริหารธุรกิจ ตะวันตกสมัยใหม่ที่ไม่มุ่งเน้นแสวงหากำไร สอดคล้องกับแนวทางดำเนินงานตามหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (ปริญญช พิบูลสรารุณ, 2552) ที่ Prof.Peter H. Calkins (2554) ชี้ให้เห็นว่าการที่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับเป็นแนวทางในการปฏิบัติไม่ว่าจะอยู่ในภาคส่วนใดก็ตาม ต้องสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน เรียกได้ว่าอยู่บนเงื่อนไขของคุณธรรมในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง</p>

10. เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

- กรมประชาสัมพันธ์. (2549). เรื่องดีที่น่ารู้. *วารสารกรมประชาสัมพันธ์*, 11, 52-53.
- กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์. (2549) *ความรู้เพื่อการส่งออก*. สืบค้นจาก <http://www.depthai.go.th>.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555). *Cluster พันธมิตรธุรกิจอุตสาหกรรม*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2552). *แนวทางการนิเทศเศรษฐกิจพอเพียงสู่สถานศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กลุ่มพัฒนากรอบแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. (2546). *แนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- กองส่งเสริมการวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2547). *การประเมินโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. (2550). บทบาทของธุรกิจเอกชนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช*, 2(2), 71-95.
- เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม. (2550). *เรียนรู้กลยุทธ์การตลาดจากข่าวสาร*. กรุงเทพมหานคร: Marketeer.
- คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2547). *คู่มือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย OTOP Product Champion ปี พ.ศ.2547*. กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- โฆสิต ปั้นเปี่ยมรัษฎ์. (2551). *เศรษฐกิจไทยในห้วงอันตราย*. กรุงเทพมหานคร: ศรีบุรณคอมพิวเตอร์การพิมพ์.
- จรวยพร ธรณินทร์. (2552). *12 ไม่ได้สูตรสำเร็จข้าราชการ*. กรุงเทพมหานคร: อินสบายร์.
- จาริณี แซ่ว่อง. (2554). *ทำไมต้อง CRM*. ค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2554, จาก <http://www.hu.ac.th/academic/article/Mk/jarijin.htm>
- จิรประภา อัครบวร และ ประยูร อัครบวร. (2552). *ความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility) (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการ-พัฒนาระบบราชการ.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2554). *หนังสือชุดเศรษฐกิจพอเพียง ลำดับที่ 2*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองภพ สุธงศากาญจน์. (2553). *รวมบทความวิจัยทางด้านนโยบาย: 60 ปี ฉลองภพ สุธงศากาญจน์*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- ชูพักตร์ สุทธิสา และ ชูติมา เมฆวัน. (2551). *รูปแบบกระบวนการพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงสู่การปฏิบัติ : ศึกษากรณี บ้านหนองแซ่ และบ้านดอนหนอง ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม*. ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ชวนณรงค์ ชื่นจันทร์. (2554). *วัฒนธรรมองค์กร*. ค้นเมื่อ 21 มกราคม 2554, จาก <http://assessments.is.in.th/?md=content&ma=show&id=4>
- ณรงค์วิทย์ แสนทอง. (2550). *Competency เพื่อการประเมินผลงานประจำปี (พิมพ์ครั้งที่ 2)*. กรุงเทพมหานคร: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- ณรงค์ศักดิ์ บุญมาลิก. (2554). *Balanced Scorecard*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2554, จาก <http://www.software-fact.com>

- ทศพร หุ่นแก้ว. (2551). การศึกษาสภาพการดำเนินงานและผลจากการได้รับการคัดสรร ให้เป็นสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในระดับ 3-5 ดาว ของธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2557). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพมหานคร: บิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นคร สังขรัตน์. (2553). เมื่อวิกฤตไล่ล่า. กรุงเทพมหานคร: โพสต์บุ๊กส์.
- นันทปราชญ์ นันทวัฒน์กุล, นิกร สีคำ และ สุภิญญา อนุกานนท์. (2552). รูปแบบการประยุกต์ใช้และแนวทางการขับเคลื่อนปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้มีรากฐานที่มั่นคง กรณีจังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- บริษัท ซูโอ เซ็นโก (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน). (2546). การประเมินโครงการ “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์”. กรุงเทพฯ.
- บุญอนันต์ พันัญทรัพย์. (2552). องค์การกับการจัดการความรู้ในภาคธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. 16(1), 118.
- ปริยานุช พิบูลสรารุ. (2552). ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจเอกชน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์, โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง.
- ปิ่นรส มาลากุล ณ อยุธยา. (2554). การบริหารการเปลี่ยนแปลง (management of change). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะรัฐศาสตร์, ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์.
- พรพจน์ เปี่ยมสมบูรณ์. (2554). เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พสุ เตชะรินทร์. (2554). การบริหารความเสี่ยง. (มี.ค.-เม.ย. 2546).
- มนูญ โต้ะยามา, อรุมา ภูประเสริฐ และ สมบัติ พันธิวิชญ์. (2551). เศรษฐกิจพอเพียงกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิชัยพัฒนา.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2556). เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร.
- วัชร ว่องอรุณ. (2553). การวางแผนเชิงกลยุทธ์. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.industry.go.th>
- วิกิพีเดีย. (2554). เศรษฐกิจพอเพียง. ค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2554, จาก <http://www.wikipedia>.
- วิภาวรรณ อ่อนประเสริฐ. (2554). แผนกลยุทธ์กับความสำเร็จขององค์กร. สงขลา: มหาวิทยาลัยทักษิณ, คณะวิทยาการสุขภาพและการกีฬา.
- สมศักดิ์ อมรสิริพงศ์. (2551). การวิเคราะห์การก่อเกิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วยปฏิฐานนิยมและหลังปฏิฐานนิยม. นครปฐม: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมาคมผู้ดูแลเว็บไทย, โครงการคลังปัญญาไทย. (2554). เศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง. สำนักงบประมาณ. งบประมาณฐานศูนย์. ค้นเมื่อ 24 มกราคม 2554, จาก www.bb.go.th/faq2/fq/bd009.htm.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2556). สรุปผลการดำเนินงานโครงการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ปี 2555. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดจัดสรร.
- สุภิญญา รัชมิธรรมโชติ. (2552). Competency เครื่องมือการบริหารที่ปฏิเสธไม่ได้. กรุงเทพมหานคร: สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.
- สุจิตรา ตูลยาเดชาพันธ์. (2554). การบัญชีบริหารเพื่อการตัดสินใจ ประยุกต์ตามปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: พับลิคโพลีโต้และโฆษณา.

- สุพจน์ กองเงิน. (2550). *การดำเนินงานตามนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาธุรกิจกระดาษสา ในจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Bezjak, F. (2010). *Global economic trends and their impact to corporate development*. Brandenburg, Germany: Josef Eul Verlag.
- Blokdijk, G. (2008). *Balanced scorecard 100 success secrets: Balanced scorecard 100 success secrets, 100 most asked questions on approach, development, management, measures, performance and strategy*. New York: Business & Economics.
- Boothroyd, P. (2010). *Sufficiency economy in global view*. Bangkok: Thaipat Institute.
- Bryson, J. M. (2011). *Strategic planning for public and nonprofit organizations* (4th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Bunyasrie, V. (2010). The sufficiency economy and creative economy: Substitutes or compliments for Thailand. *Executive Journal*, 30(2), 158-168.
- Field, A., & Miles, J. (2010). *Discovering Statistics Using SAS*. London: SAGE Publications.
- Fook, L. L., & Gang, C. (2010). *Towards a liveable and sustainable urban environment: Eco-cities in East Asia*. Singapore: World Scientific Publishing.
- Gayle, A. C. (2010). *Leadership for sustainable futures: Achieving success in a competitive world*. New York: Edward Elgar Publishing.
- Gebauer, H., Edvardsson, B., & Bjurko, M. (2010). The impact of service orientation in corporate culture on business performance in manufacturing companies. *Journal of Service Management*. 21(2), 237-259.
- Geisler, E., & Wickramasinghe, N. (2009). *Principles of knowledge management: Theory, practices, and cases*. New York: M. E. Sharpe.
- Gottwald, F. T. (2010). *Sufficiency economy in global view*. Bangkok: Thaipat Institute.
- Grunig R., & Kuhn R. (2011). *Process-based Strategic Planning* (6th ed.). London: Springer.
- Guardian News. (2011). *Occupy anti-capitalism protests spread around the world*. London: Author.
- Hill, C., & Jones, G. (2010). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. U.S.A.: South-Western Cengage Learning.
- Hsien, N. K. (2008). Understanding knowledge management and organizational adaptation and the influencing effects of trust and industrial cluster. *Dissertation Abstracts International*, 81(2), 1125-A. (UMI No. 3326811)
- Hsu, M. K., Huang, Y., & Swanson, S. (2010). Grocery store image, travel distance, satisfaction and behavioral intentions evidence from a Midwest College Town. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(2), 115-132.
- Kalderon, M. E. (2005). *Moral fictionalism*. New York: Oxford University Press.
- Lalli R. W. (2012). *Handbook of Budgeting* (6 th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons.

- Lawrence, A. T., & Weber, J. (2008). *Business and society: Stakeholders, ethics, public policy* (12th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Lehman, C. R., & Saravanamuthu, K. (2009). *Extending schumacher's concept of total accounting and accountability into the 21st century*. UK: JAI Press.
- Leviss, K. G. (2011). *The perfect hire: A tactical guide to hiring, developing, and retaining top sales talent*. Madison, WI: Jere Calmes.
- Mills, L. P. (2010). The relationship between moral reasoning and knowledge management processing. *Dissertation Abstracts International*, 54(03), 1253-A. (UMI No. 3443761)
- Mishra, J. K. (2009). *Knowledge management*. New Delhi: Global India Publications.
- Paine, L. C. (2011). *Reinventing religion introducing a humanist religion*. New York: iUniverse.
- Pavlova, M. (2009). *Technology and vocational education for sustainable development*. Australia: Springer.
- Potter, J. G., & Miranda, G. (2009). *Clusters, innovation and entrepreneurship*. Paris: OECD.
- Pritchard, A. (2008). *Ways of learning: Learning theories and learning styles in the classroom* (2nd ed.). New York: Routledge.
- Raab, G., Ajami R. A., Gargeya V. B., & Goddard J. G. (2008). *Customer relationship management: A global perspective*. UK: Gower Publishing.
- Reiner, G. (2009). *Rapid modelling for increasing competitiveness: Tools and mindset*. London: Springer.
- Ruiz, P. M., & Descals, A. M. (2008). Retail price promotion influences for product varieties in grocery stores: Evidence from Spain. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(6), 494-517.
- Sachs, W. (2010). *Sufficiency economy in global view*. Bangkok: Thaipat Institute.
- Sen, A. (2010). *Sufficiency economy in global view*. Bangkok: Thaipat Institute.
- Shtub, A., & Karni, R. (2009). *ERP: The dynamics of supply chain and process management*. New York: Springer.
- Soros, G. (2007). *The alchemy of finance: Reading the mind of the market*. New York: John Wiley & Sons.
- Sower, V. E., Duffy, J. A., & Kohers, G. (2008). *Benchmarking for hospitals: Achieving best-in-class performance without having to reinvent the wheel*. New York: American Society for Quality.
- Statsky, W. P. (2012). *Essentials of torts* (3rd ed.). New York: Delmar.
- Strang, D. (2010). *Learning by example: Imitation and innovation at a global bank*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Taylor, I. (2010). *The international relations of sub-Saharan Africa*. New York: The Continuum International Publishing.

- Thaipat Institute. (2012). *Sufficiency economy*. Retrieved January 7, 2012, from <http://thaipat.blogspot.com>
- Warr, P. G. (2010). *Sufficiency economy in global view*. Bangkok: Thaipat Institute.
- Werther, W. B., & Chandler, D. (2011). *Strategic corporate social responsibility: Stakeholders in a global environment* (2nd ed.). New York: SAGE.
- Wheelen, T. L., & Hunger, D. J. (2010). *Strategic management and business policy*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Wickramasinghe, N., Bali, R. K., Lehaney, B., Schaffer, J. L., & Gibbons, M. C. (2009). *Healthcare knowledge management primer*. New York: Routledge.
- Williams, J., Memery J., Megicks, P., & Morrison, M. (2010). Ethics and social responsibility in Australian grocery shopping. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 38(4), 297-316.
- Youngberg J. B. (2011). *Principles of Risk Management And Patient Safety*. U.S.A.: Jones & Bartlett Learning.
- วิชัย ว่องอรุณ. (2553). *การวางแผนเชิงกลยุทธ์*. ค้นเมื่อ 14 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.industry.go.th>
- Zsolnai, L. (2007). Society and economy. *Journal of the Corvinus University of Budapest*, 12(4), 427-446.
- Zsolnai, L. (2011). *Ethical principles and economic transformation: A buddhist approach*. New York: Springer Science Business.

11. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในเชิงวิจัย (Research Contributions) และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ (Managerial Contributions) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

11.1 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในเชิงวิจัย

11.1.1 การน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาเป็นแบบจำลองสมการโครงสร้างบูรณาการเข้ากับแนวทางการบริหารธุรกิจในกลุ่มต่าง ๆ ที่เน้นการดำรงอยู่อย่างยั่งยืนมากกว่ากำไรในระยะสั้น

11.1.2 ศึกษาองค์ประกอบของแนวทางการบริหารงานในธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่มีความเหมาะสมกับการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช เข้ามาใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนบนความเป็นสุขในการทำงานของบุคลากรทุกคนในองค์กรนั้น ๆ

11.1.3 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อกันในแบบจำลองสมการโครงสร้างในรูปแบบต่าง ๆ โดยมีทฤษฎีที่ทันสมัยในปัจจุบันมารองรับ ให้เกิดแนวทางการบริหารงานในธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่มีความเหมาะสมกับการน้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเข้ามาบูรณาการ

11.1.4 ศึกษาแบบเจาะลึกด้วยการสัมภาษณ์ระหว่างทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่กับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันในประเด็นใดบ้าง เพื่อให้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นที่ยอมรับในวงการศึกษาในระดับชาติและนับเป็นทฤษฎีที่เป็นการจัดการร่วมสมัยเหมาะสม มีความยืดหยุ่นใช้ได้ในทุกสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

11.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับในเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ

ผลการวิจัยในเรื่องแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงครั้งนี้ ย่อมทำให้ทราบถึงแนวทางการบริหารงานของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นวิถีชีวิตด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจรากหญ้าของสังคมไทย โดยจะครอบคลุมชีวิตคนจำนวนมาก โดยเฉพาะเกษตรกร ชาวนา ชาวไร่ ชาวสวน ชาวประมง พ่อค้า แม่ค้า ที่จะนำสินค้ามาจำหน่าย

ดังนั้น การที่ผู้วิจัยได้ทำงานวิจัยในเรื่องแบบจำลองสมการโครงสร้างแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงครั้งนี้ จึงคาดว่าจะ เป็นประโยชน์ทั้งต่อตัวผู้ธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานสถาบันการศึกษาและวงการนักธุรกิจการจัดการ จะได้รับประโยชน์ในเชิงการประยุกต์ใช้ในการจัดการ (Managerial Contributions) ดังนี้

11.2.1 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อาจนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางการบริหารงาน เพื่อปรับปรุงและพัฒนากำหนดกลยุทธ์ทางการจัดการได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและประสบผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน สืบทอดกิจการต่อไปได้จนชั่วลูกชั่วหลาน งานวิจัยนี้จึงถือได้ว่าเป็นการให้บริการทางวิชาการแก่ภาคธุรกิจธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดนักลงทุนหน้าใหม่ที่จะก้าวเข้ามาสร้างงานในวงการธุรกิจคล้ายคลึงกันนี้ได้

11.2.2 ด้านหน่วยงานภาครัฐ/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาจนำผลงานวิจัยครั้งนี้ไปใช้ประกอบการพิจารณาดำเนินนโยบาย ออกกฎและระเบียบ รวมทั้งวางแผนเพื่อพัฒนา ส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้สามารถสร้างโอกาสในการแข่งขัน ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศที่มีความมั่นคง สร้างความเจริญให้กับชุมชน สร้างความสัมพันธ์อันดีต่อชุมชน ประชากรในชุมชนมีรายได้ มาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้น เกิดการจ้างงาน และภาครัฐยังสามารถจัดเก็บภาษีได้มากขึ้นเพื่อนำรายได้นั้นมาใช้ประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศชาติให้เจริญรุดหน้ามากยิ่งขึ้น

11.2.3 ด้านหน่วยงานสถาบันการศึกษาและการจัดการ

ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในการสร้างและพัฒนาหลักสูตรของสถาบันการศึกษา ที่มีการเรียนการสอนในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ อาจนำผลงานวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ในการสร้างหรือปรับปรุงรายวิชา ที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัย ถูกต้องตามหลักการดำเนินงานจริงของธุรกิจ อันจะส่งผลให้นักศึกษามีความรู้ และทักษะที่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ในส่วนของนักการจัดการหรือนักธุรกิจยังจะได้ความรู้อย่างลึกซึ้งในการนำเอาปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนี้มาบูรณาการใช้กับองค์การของตนได้อย่างเหมาะสม เป็นแนวทางหนึ่งสำหรับผู้บริหารองค์การธุรกิจสามารถนำมาใช้แก้ไขปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่โลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ที่ไม่ได้ตั้งฐานธุรกิจโดยมุ่งหวังเพียงกำไรในระยะสั้นแต่มุ่งความอยู่รอดอย่างยั่งยืนตลอดไปอย่างมีความมั่นคงและทุกคนในสังคมมีความสุข

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังมีความประสงค์ที่จะเผยแพร่ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่พระองค์ท่านได้ทรงพระราชทานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ปวงชนชาวไทย จนเป็นผลสำเร็จได้ประจักษ์ชัดในสายตาของชาวโลกโดยทั่วกัน

12. แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

เมื่อได้ผลการวิจัยออกมาเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยกำหนดแผนการถ่ายทอดผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมายดังนี้

12.1 จัดฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่สนใจในการนำทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ไม่น้อยกว่าจำนวน 30 ราย

12.2 จัดทำเอกสารประกอบการสอน และเผยแพร่ให้แก่สถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา 20 แห่ง และระดับอุดมศึกษา 10 แห่ง เพื่อใช้ในการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ

13. วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบผสมผสาน (Mix Model Research) ในรูปแบบของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) และในรูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยกำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยเป็น 6 หัวข้อ ได้แก่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ดังรายละเอียดต่อไปนี้

13.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

13.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยเทคนิคเดลฟาย คือผู้เชี่ยวชาญที่จะต้องเป็นที่ยอมรับโดยต้องมีการกำหนดเกณฑ์คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ (Qualifications of Experts) ไว้อย่างชัดเจน สำหรับจำนวนผู้เชี่ยวชาญที่ยอมรับได้ตามเทคนิคเดลฟาย นั้น กำหนดไว้ที่จำนวน 9-15 คน ซึ่งจะมีค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูล .04 (บุญอนันต์ พินัยทรัพย์, 2552, หน้า 118) งานวิจัยครั้งนี้จึงใช้จำนวนสูงสุดของเพดานในระดับค่าความคลาดเคลื่อนของข้อมูล .04 คือ จำนวน 15 คน

คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ด้วยเทคนิคเดลฟาย จะประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญใน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ รวมจำนวนผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 15 ท่าน

13.1.2 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ได้แก่ ผู้ผลิตที่ได้ผ่านการคัดสรรให้เป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประจำปี พ.ศ.2555 ซึ่งได้ตัดสินเสร็จสิ้นในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2556 จำนวน 10,090 ราย (www.thaitambon.com, 2556) แบ่งได้เป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มอาหาร กลุ่มเครื่องดื่ม กลุ่มผ้า/เครื่องแต่งกาย กลุ่มของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก และกลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดของ Comrey & Lee ที่ระบุถึงขนาดตัวอย่างของงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์องค์ประกอบหรือแบบจำลองสมการโครงสร้าง จำนวนที่เหมาะสมมากที่สุดควรมีจำนวน 1,000 ตัวอย่าง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 554) โดยในจำนวน 1,000 ตัวอย่างนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ทั้ง 5 กลุ่มเป็นกลุ่มละ 200 ตัวอย่าง

13.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

13.2.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ สถานภาพผู้เชี่ยวชาญใน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ รวมจำนวนผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 15 ท่าน สำหรับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ แนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

13.2.2 การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ กลุ่มธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่

- ก) กลุ่มอาหาร
- ข) กลุ่มเครื่องดื่ม
- ค) กลุ่มผ้าและเครื่องแต่งกาย
- ง) กลุ่มของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก
- จ) กลุ่มสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

สำหรับตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่ ระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

นอกจากนี้ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาสำหรับการวิจัยในเชิงปริมาณยังได้มีการจำแนกตามลักษณะของงานวิจัยประเภทการวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling: SEM) จำแนกออกได้อีก 2 ลักษณะ ได้แก่ ตัวแปรเชิงสังเกต (Observed Variable) คือตัวแปรที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง และตัวแปรแฝงหรือตัวแปรองค์ประกอบ (Latent Variable)

13.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกตามลักษณะของวิธีการวิจัยได้เป็น 2 ประเภท คือ เครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ และเครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งจะมีรูปแบบและวิธีการสร้างเครื่องมือที่แตกต่างกัน ดังนี้

13.3.1 เครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย จะใช้แบบสอบถาม โดยจะมีความแตกต่างกันในแต่ละรอบ ซึ่งมีจำนวน 3-4 รอบ เพื่อหาฉันทามติให้เป็นข้อยุติตรงกันมากที่สุด (จานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 108-114)

เครื่องมือในการวิจัยสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องการพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง และศึกษาระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง จะใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านกลุ่มธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความสำคัญเกี่ยวกับแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้ค่าของน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเกิร์ต (Likert) ได้ดังนี้ (David, & Sutton, 2011, p. 259)

ระดับความสำคัญ	ค่าน้ำหนักคะแนนของตัวเลือกตอบ
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 2 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 3 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 4 คะแนน
มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 5 คะแนน

เกณฑ์การแปลความหมาย เพื่อจัดระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ในช่วงคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	แปลความว่า	มีความสำคัญน้อย
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	แปลความว่า	มีความสำคัญปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	แปลความว่า	มีความสำคัญมาก
คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	แปลความว่า	มีความสำคัญมากที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ที่นอกเหนือจากแบบสอบถามตอนที่ 2 และข้อเสนอแนะที่มีต่อธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open End)

แบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับงานวิจัยครั้งนี้ จะต้องรอจากผลการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟายที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญทั้ง 15 ท่านมาก่อน

13.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย มาสร้างเป็นตัวแบบของแบบสอบถามฉบับร่างที่จะนำไปใช้ในการสำรวจข้อมูลกับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเริ่มที่ผู้วิจัยได้ติดต่อหาบาทตามผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัยจำนวน 5 ท่าน เพื่อดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามที่ได้มาจากผลการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

การคำนวณหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยนั้นในแต่ละข้อคำถามจะมีตัวเลือก 3 กรณี ถ้าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยอยู่ในระดับใช้ได้ ให้ค่าเป็น 1, ไม่แน่ใจ ให้ค่าเป็น 0, ใช้ไม่ได้ ให้ค่าเป็น -1 หลังจากนั้นนำค่าที่ได้แต่ละข้อแทนลงในสูตรดังนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

โดย $\sum R$ คือ ผลรวมของคะแนนผลการตัดสินในข้อคำถามนั้นจากผู้เชี่ยวชาญ
 N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย มีดังนี้

ถ้า $IOC > 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ถ้า $IOC \leq 0.50$ ถือว่าข้อคำถามนั้นวัดได้ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านเกณฑ์การตัดสินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 5 ท่าน ที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ประกอบการผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีในกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยครั้งนี้ที่ จำนวน 30 แห่ง ซึ่งเป็นปริมาณการทดลองใช้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (Engel, & Schutt, 2005, p. 242)

ผลจากการทดลองใช้แบบสอบถาม จะนำไปวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Discrimination) เป็นรายข้อ และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability of the Instrument) ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าทั้งฉบับ ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (David, & Sutton, 2011, p. 266)

ภายหลังจากการนำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้และได้มีการปรับปรุงแก้ไขเป็นไปตามผลการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับแล้ว จะได้ผลเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ที่มีความพร้อมนำไปสำรวจข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต่อไป

13.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย จะใช้แบบสอบถาม โดยจะมีความแตกต่างกันในแต่ละรอบซึ่งมีจำนวน 3-4 รอบ เพื่อหาฉันทามติให้เป็นข้อยุติตรงกันมากที่สุด ในส่วนที่ 2 จะเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยเชิงปริมาณที่ต้องการพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้างและศึกษาระดับความสำคัญของแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงจะเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยการสัมภาษณ์ด้วยแบบสอบถาม

13.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปทั้งสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) v.21 สำหรับการวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling: SEM) จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป AMOS (Analysis of Moment Structures for Research) v.21

13.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ใช้สถิติเชิงพรรณนากับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประเภทแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) ใช้วิธีการหาค่าความถี่ (Frequency) แล้วสรุปมาเป็นค่าร้อยละ (percentage) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และแบบปลายเปิด (Open Ended) ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) แล้วสรุปออกมาเป็นค่าความถี่ (Frequency) (Cooper & Schindler, 2003, p. 460) สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ จะวิเคราะห์ค่ามัธยฐาน (Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range)

ค่ามัธยฐาน เป็นค่าของข้อมูลที่อยู่ตรงกลางพอดีหลังจากที่ได้มีการเรียงข้อมูลจากน้อยไปมากแล้ว แนวทางการแปลผลคำตอบของค่ามัธยฐานที่คำนวณได้ในกรณีถ้าแบบสอบถามนั้นเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จะมีการแปลผลดังนี้

- 1.00 - 1.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในข้อนี้น้อยที่สุด
- 1.50 - 2.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในข้อนี้น้อย
- 2.50 - 3.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในข้อนี้ปานกลาง
- 3.50 - 4.49 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในข้อนี้มาก
- 4.50 - 5.00 หมายความว่า กลุ่มผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยในข้อนี้มากที่สุด

ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ ที่จะนำมาใช้กับเทคนิคเดลฟาย คือ ค่าความแตกต่างระหว่างควอไทล์ที่ 3 กับควอไทล์ที่ 1 ที่คำนวณได้ ในกรณีที่ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ข้อใดมีค่าน้อยกว่าหรือเท่ากับ 1.5 แสดงว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อข้อนั้นสอดคล้องกัน แต่ถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ข้อใดมีค่ามากกว่า 1.5 แสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อข้อนั้นไม่สอดคล้องกัน

13.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิง (Inference Statistics)

ใช้สถิติอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐานสถานะภาพของธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั้งในด้านประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาที่เปิดดำเนินงาน ให้มีความสำคัญต่อแนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง แตกต่างหรือไม่

การทดสอบจะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) สำหรับการทดสอบสถานะภาพของธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านประเภทของธุรกิจ และถ้าพบความแตกต่างเป็นรายกลุ่มจะวิเคราะห์ความแตกต่างเป็นรายคู่อีกครั้งโดยใช้วิธี Scheffe Analysis

13.6.3 การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS

การวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equations Modeling: SEM) แนวทางการบริหารธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงนี้ จะใช้โปรแกรมสำเร็จรูป AMOS (Analysis of Moment Structures for Research) v.22 โดยมีเกณฑ์การประเมินตัวแบบ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557, หน้า 555) ดังตารางที่ 5 ต่อไปนี้

ตารางที่ 5 เกณฑ์การประเมินความกลมกลืนสอดคล้องของแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การประเมินความสอดคล้องของโมเดล Evaluating the Data-Model Fit	เกณฑ์ CRITERIA	แหล่งอ้างอิง Reference
1) CMIN- p (ค่าระดับความน่าจะเป็นของไคสแควร์) Chi-square Probability level	> 0.05	Arbuckle(2011, p. 53)
2) CMIN/DF (ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์) Relative Chi-square	< 3	Arbuckle(2011, p. 601)
3) GFI (ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง) Goodness of fit Index	> 0.90	Arbuckle(2011, p. 614)
4) RMSEA (ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการ ประมาณค่าความคลาดเคลื่อน) Root Mean Square Error of Approximation	< 0.08	Arbuckle(2011, p. 604)

14 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

14.1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย

14.2 ดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย กำหนดที่จะสำรวจข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ 3-4 รอบ จำนวน 15 ท่าน

14.3 สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง และนำแบบสอบถามฉบับร่างที่ได้ให้ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีความรู้ประสบการณ์ทางด้านที่จะทำการศึกษานาน 5 ท่าน แล้วดำเนินการหาคุณภาพเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามที่ได้มาจากผลการวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟายกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC)

14.4 นำแบบสอบถามฉบับร่างไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรจำนวน 30 ราย

14.5 หาคุณภาพของแบบสอบถามโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรม SPSS ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ซึ่งวิเคราะห์โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach)

14.6 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม

14.7 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริง

14.8 รายงานความก้าวหน้าของงานวิจัย

14.9 ส่งแบบสอบถามให้แก่กลุ่มประชากร

14.10 จัดเตรียมข้อมูลพร้อมทั้งวิเคราะห์ผลทางสถิติ

14.11 เขียนรายงานวิจัย

14.12 ส่งผลงานวิจัยเพื่อพิจารณาผลงาน และตีพิมพ์เผยแพร่

14.13 จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินงานตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สนใจไม่น้อยกว่า 30 ธุรกิจ

14.14 เขียนรายงานผลการจัดฝึกอบรม โดยต้องมีความพึงพอใจในการเข้าร่วมฝึกอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

14.15 จัดทำเอกสารประกอบการสอน และดำเนินการเผยแพร่ให้แก่สถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา 20 แห่ง และระดับอุดมศึกษา 10 แห่ง พร้อมส่งแบบตอบรับ

ตารางที่ 6 แสดงกิจกรรมในการวิจัยและระยะเวลาการดำเนินงาน

กิจกรรม	พ.ศ. 2557	พ.ศ. 2558		
	ไตรมาส 4	ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3
1. ศึกษาข้อมูล และกำหนดกรอบแนวความคิด	■			
2. ดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟาย	■			
3. สร้างแบบสอบถามฉบับร่าง		■		
4. ทดลองใช้แบบสอบถามฉบับร่าง		■		
5. หาคุณภาพของแบบสอบถามฉบับร่าง		■		
6. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม		■		
7. จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์			■	
8. รายงานความก้าวหน้า			■	
9. เก็บรวบรวมข้อมูล			■	
10. จัดเตรียมข้อมูลพร้อมทั้งวิเคราะห์ผลทางสถิติ			■	
11. เขียนรายงานวิจัย				■
12. ส่งผลงานวิจัย				■
13. จัดฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์				■
14. เขียนรายงานผลการจัดฝึกอบรม				■
15. จัดทำเอกสารประกอบการสอน และเผยแพร่				■

15 ปัจจัยที่เอื้อต่อการวิจัย (อุปกรณ์การวิจัย โครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ) ระบุเฉพาะปัจจัยที่ต้องการเพิ่มเติม
ไม่มี

16 งบประมาณของโครงการวิจัย

รายละเอียดงบประมาณการวิจัย จำแนกตามงบประมาณต่าง ๆ

ตารางที่ 7 รายละเอียดงบประมาณการวิจัยของข้อเสนอการวิจัย จำแนกตามงบประมาณต่าง ๆ

รายการ	จำนวนเงิน
1. งบประมาณ	
ค่าตอบแทนหัวหน้าโครงการวิจัย (8,000 × 12 เดือน)	96,000
ค่าตอบแทนนักวิจัยร่วม (6,000 × 12 เดือน)	72,000
ค่าตอบแทนผู้ช่วยนักวิจัย (5,000 × 12 เดือน)	60,000
2. งบดำเนินงาน	
2.1 ค่าตอบแทน ใช้สอยและวัสดุ	
2.1.1 ค่าตอบแทน	-
2.1.2 ค่าใช้สอย	
1) ค่าจ้างเหมาบริการ สัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล	150,000
2) ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและฝึกอบรม 1 วัน	50,000

ตารางที่ 7 (ต่อ)

รายการ	จำนวนเงิน
3) ค่าของที่ระลึกสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามและให้ข้อมูล	40,000
4) ค่าตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยในระดับนานาชาติ	20,000
5) ค่าถ่ายเอกสาร	2,000
2.1.3 ค่าวัสดุ	
1) วัสดุสำนักงาน	10,000
รวมงบประมาณที่เสนอขอ	500,000

17 ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

17.1 การเผยแพร่ทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงที่นำมาใช้กับธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการยกย่องเชิดชูพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่พระองค์ท่านได้ทรงพระราชทานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้แก่ปวงชนชาวไทย จนเป็นผลสำเร็จได้ประจักษ์ชัดในสายตาของชาวโลกโดยทั่วกัน ผลสำเร็จของงานวิจัยระยะนี้เป็นผลสำเร็จเบื้องต้น (P)

17.2 การจัดฝึกอบรมผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ทราบถึงแนวทางการดำเนินงานตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่สนใจไม่น้อยกว่า 30 ธุรกิจ ให้สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนด้วยทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง และผู้ประกอบการธุรกิจผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ต้องมีความพึงพอใจในการเข้าร่วมฝึกอบรมไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ผลสำเร็จของงานวิจัยระยะนี้เป็นผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ (G)

17.3 จัดทำเอกสารประกอบการสอน และเผยแพร่ให้แก่สถาบันการศึกษาในระดับอาชีวศึกษา 20 แห่ง และระดับอุดมศึกษา 10 แห่ง เพื่อใช้ในการเรียนการสอนรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารธุรกิจ ผลสำเร็จของงานวิจัยระยะนี้เป็นผลสำเร็จกึ่งกลาง (I)

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ธานินทร์ ศิลป์จารุ)

หัวหน้าโครงการวิจัย

วันที่ 10 เดือนมิถุนายน พ.ศ.2557

ส่วน ค : ประวัติคณะผู้วิจัย

1. นายธานินทร์ ศิลป์จารุ

หัวหน้าโครงการวิจัย

Assoc.Prof.Dr.Thanin Silpcharu

บัตรประชาชนเลขที่ 3 1015 01881 45 4

ตำแหน่งปัจจุบัน รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

หน่วยงานที่สังกัด ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 1518 ถนนพิบูลสงคราม แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ
กรุงเทพ 10800 โทรศัพท์ 02-555-2000 ต่อ 3236 โทรสาร 02-555-2181 e-mail : tnj@kmutnb.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาเอก บธ.ด. (การจัดการ)

ระดับปริญญาโท ค.อ.ม. (บริหารอาชีพและเทคนิคศึกษา)

ระดับปริญญาตรี บช.บ. (บัญชี)

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

การบริหารธุรกิจ การวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. การศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์
อิเล็กทรอนิกส์ของธุรกิจผลิต ธุรกิจให้บริการ และธุรกิจค้าปลีก/ค้าส่ง ใน
ประเทศไทย

2. แนวทางป้องกันการทุจริตในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว (5 ปีย้อนหลัง)

1. Thanin Silpcharu and Sunee Wantanakomol. "Implementation
of Management Tools in Thai Higher Education Institutions." European Journal of Social
Sciences. Vol. 39 No 2, (July, 2013) : p. 184 - 192. (แหล่งทุนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ)

2. ธานินทร์ ศิลป์จารุ และ เผ่าพันธุ์ ศิริสวัสดิ์. "การศึกษาปัญหาและความ
ต้องการความช่วยเหลือของอุตสาหกรรมส่งออกยานยนต์ และชิ้นส่วนยานยนต์จากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ
โลก". วารสารวิชาการพัฒนาเทคนิคศึกษา. ปีที่ 25 ฉบับที่ 85 (ม.ค. - มี.ค. 2556).

3. ธานินทร์ ศิลป์จารุ และ ธเนศ ลิ้มผดุง. "ปัจจัยสำคัญและความต้องการที่มี
ต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าและอุปกรณ์สำหรับการแข่งขันกีฬายิงปืน". วารสารวิชาการพัฒนา
เทคนิคศึกษา. ปีที่ 25 ฉบับที่ 85 (ม.ค. - มี.ค. 2556).

4. ธานินทร์ ศิลป์จารุ และ พัชรา อ่อนดำ. "ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลิกจ้างงาน
ของธุรกิจอุตสาหกรรมสิ่งทอจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก". วารสารวิชาการพัฒนาเทคนิคศึกษา. ปีที่ 25
ฉบับที่ 85 (ม.ค. - มี.ค. 2556).

5. Thanin Silpcharu. "A Structural Equation Model of Guidelines for
Sustainability in Thai Traditional Retail Business Management Based on Sufficient
Economy Theory". The Fourth National Graduate Research Conference Organized by
the Graduate School, Ramkhamhaeng University, August, 2012.

6. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ และ วันเฉลิม เหลืองอ่อน “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลิกกิจการของธุรกิจอุตสาหกรรมจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโลก”. วารสารวิชาการพัฒนาเทคนิคศึกษา. ปีที่ 24 ฉบับที่ 81 (ม.ค. - มี.ค. 2555).

7. สุณีย์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ”. วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review. ปีที่ 5 (พ.ย. 2552) : หน้า 53 - 63.

8. สุณีย์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าปริญญาตรี”. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปีที่ 19 (ก.ย.-ธ.ค. 2552) : หน้า 425 - 432.

9. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “ผลกระทบจากธุรกิจค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ และแนวทางการบริหารร้านค้าส่งไทยเพื่อการแข่งขันกับธุรกิจค้าปลีกค้าส่งข้ามชาติ”. เอกสารวิชาการจากการประชุมวิชาการทางการตลาดระดับชาติ ครั้งที่ 1 “คุณค่าการตลาดกับบทบาทการสร้างสรรค์สังคมไทย”. หน้า 193-222. ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2550.

10. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “แนวทางป้องกันการทุจริตในองค์กรธุรกิจอุตสาหกรรม”. วารสารทางการศึกษาเพื่อมวลชน. ปีที่ 19 (เม.ย.-มิ.ย. 2550) : หน้า 52-59.

11. ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. “การศึกษาอัตราส่วนมาตรฐานทางการเงิน และระดับภาระผูกพันการดำเนินงานของธุรกิจ ใน 35 กลุ่มอุตสาหกรรม”. วารสารวิชาการคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปีที่ 3 (มี.ค. 2550) : หน้า 27-41.

2. นางสาวสุณีย์ วรรณโกมล

ผู้ร่วมวิจัย

Asst.Prof.Sunee Wantanakomol

บัตรประชาชนเลขที่ 3 1007 00774 71 1

ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ หัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

หน่วยงานที่สังกัด ภาควิชาบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ 1518 ถนนพิบูลสงคราม แขวงวงศ์สว่าง เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800 โทรศัพท์ 02-555-2000 ต่อ 3260 โทรสาร 02-555-2181 e-mail : suneewan@kmutnb.ac.th

ประวัติการศึกษา

ระดับปริญญาโท ค.อ.ม. (ธุรกิจอุตสาหกรรม)

ระดับปริญญาตรี วท.บ. (เทคโนโลยีการบรรจุ)

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ

การบริหารธุรกิจ การวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. Implementation of Management Tools in Thai Higher Education Institutions

2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจค้าส่งไทย

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว (5 ปีย้อนหลัง)

1. Thanin Silpcharu and Sunee Wantanakomol. "Implementation of Management Tools in Thai Higher Education Institutions." *European Journal of Social Sciences*. Vol. 39 No 2, (July, 2013) : p. 184 - 192. (แหล่งทุนคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ)
2. สุณีย์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. "ปัจจัยสำคัญทางการตลาดและความต้องการของผู้เรียนที่มีต่อการตัดสินใจเลือกเรียนโรงเรียนกวดวิชาเพื่อเตรียมสอบเข้าปริญญาตรี". *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ*. ปีที่ 19 (ก.ย.-ธ.ค. 2552) : หน้า 425 - 432.
3. สุณีย์ วรรณโกมล และ ธาณินทร์ ศิลป์จารุ. "การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ". *วารสารวิชาการ RMUTT Global Business and Economics Review*. ปีที่ 5 (พ.ย. 2552) : หน้า 53 - 63.
4. สุณีย์ วรรณโกมล. "การศึกษาอัตราส่วนเฉลี่ยของอุตสาหกรรมใน 35 กลุ่มอุตสาหกรรม". *พัฒนาเทคนิคศึกษา วารสารทางการศึกษาเพื่อมวลชน*. ปีที่ 21 (ก.ค.-ก.ย. 2552) : หน้า 51 - 60.
5. สุณีย์ วรรณโกมล. "การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจค้าส่งไทย". *วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม*. ปีที่ 3 (ก.ค.-ธ.ค. 2551) : หน้า 13 - 21.