

อิทธิพลของระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม

ในเขตภาคกลางของประเทศไทย

(The Influence of the Management System, Marketing Strategy, and Sufficiency

Economy Philosophy-Based Implementation on the Sustainable Success of

Handicraft Community Business Entrepreneurs in the Central Region of Thailand)

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลของการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาดที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางของประเทศไทย โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตพื้นที่ภาคกลาง โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จนได้ตัวอย่างจำนวน 340 ตัวอย่าง นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติขั้นสูง (AMOS) สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการศึกษาพบว่า การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการและกลยุทธ์การตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เป็นปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางสูงสุด รองลงมาคือ กลยุทธ์การตลาด และระบบการจัดการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.55, 0.43 และ 0.16 ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าภาครัฐตั้งแต่ระดับท้องถิ่นขึ้นไปควรส่งเสริม และอบรมให้ความรู้ในเรื่องของระบบการจัดการกลุ่มธุรกิจ ควบคู่กับการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ และชีวิตประจำวัน รวมถึงการส่งเสริมการกำหนดกลยุทธ์การตลาดควบคู่กัน

คำสำคัญ: ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

The objective of this research was to study the influence of the implementation of the sufficiency economy philosophy, the management system, and marketing strategy on the sustainable success of handicraft product entrepreneurs in the central region of Thailand. The study was quantitative, and data were collected by questionnaire. The samples were 340 entrepreneurs that were members of the handicraft community in the central region of Thailand, selected using multi-stage sampling. The data were then analyzed by the structural equation model through AMOS for social research.

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร อีเมล Dr.jackky@hotmail.com

The results of the study indicated that sufficiency economy philosophy-based implementation, the management system, and marketing strategy led to the sustainable success of handicraft business entrepreneurs in the central region community. The aspect with the highest influence was sufficiency economy philosophy-based implementation, followed by the marketing strategy and management system, with path coefficients of 0.55, 0.43, and 0.16 respectively. The suggestions of this research include the idea that the government sector and local government should promote training and education for business group management systems, coupled with the application of the sufficiency economy philosophy to business and daily life. Marketing strategy should be promoted as well.

Keywords: Management System, Marketing Strategy, Sufficiency Economy Philosophy-Based Implementation, Sustainable Success

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช รัชกาลที่เก้า ทรงพระราชทานมากกว่า 30 ปี เป็นแนวทางการพัฒนาทั้งบนพื้นฐานของทางสายกลางโดยคำนึงถึงความพอประมาณ มีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวเอง ตลอดจนใช้ความรู้ และคุณธรรม เป็นพื้นฐานในการดำรงชีวิตประกอบด้วยการใช้สติปัญญา และความเพียรซึ่งนำไปสู่ความสุขในการดำเนินชีวิตอย่างแท้จริง แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นการพออยู่พอกินของประชาชนในเบื้องต้นก่อน เมื่อมีพื้นฐานความมั่นคงพร้อมจึงสร้างความเจริญ และฐานะทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้น (กฤษฎา มะแอ อาภาศรี เทวตาม และณฐา อภิธาวินวสุ, 2560)

จากแนวคิดที่ว่าด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงเป็นที่มาของการสนับสนุนจากภาครัฐ และภาคสังคมที่จะสนับสนุนให้เกิดโครงการต่างๆ ที่ช่วยให้คนในชุมชนสามารถใช้ชีวิตตามแนวทางวิถีความพอเพียง รวมถึงสามารถใช้ทักษะความสามารถภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ตนเองและครอบครัว โดยการรวมตัวกันจัดตั้งเป็นธุรกิจชุมชนที่ต้องการให้แต่ละชุมชนใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นของตนเอง สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่ม อันเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากที่สามารถผลิตสินค้าที่มาจากท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ และสามารถพัฒนาคุณภาพให้ตรงกับความต้องการของตลาด และสามารถเพิ่มมูลราคาให้กับสินค้าจนสามารถขายได้เป็นรายได้ให้กับชุมชน (ธนาวุฒิ พิมพิภัก และจันทนา ฤทธิสมบุรณ์, 2557) อันนำมาสู่การสนับสนุนให้มีการก่อตั้งธุรกิจชุมชน เพื่อการประกอบอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่คนไทยในทุกภาคของประเทศ ในการพัฒนาประเทศให้เติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และเกิดความมั่นคงอย่างยั่งยืนหรือ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน”

ธุรกิจชุมชนมีอยู่หลายประเภทด้วยกัน เช่น ธุรกิจชุมชนด้านการผลิตหัตถกรรม ธุรกิจชุมชนด้านการผลิตแปรรูปสินค้าเกษตร และธุรกิจชุมชนด้านการจัดหาสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจแต่ละประเภทที่กล่าวมานี้ ยังมีปัญหาที่ต้องแก้ไขให้สามารถเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งของชุมชน เพื่อคนในสังคมไทยได้สามารถยึดธุรกิจเหล่านี้เป็นหลักในการดำเนินชีวิตได้ โดยเฉพาะธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต และการผลิตดั้งเดิม อันได้แก่ธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมที่เป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาและใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติในท้องถิ่น และได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนทั่วไป ดังนั้น หากงานด้านหัตถกรรมได้รับการส่งเสริม และการพัฒนาที่ถูกต้องประชาชนทั่วไปในเขตพื้นที่ต่างๆ อาจยึดถือเป็นอาชีพที่มั่นคงได้ และพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชนด้านงานหัตถอุตสาหกรรมต่อไป

ผู้ผลิตสินค้าด้านหัตถกรรมในชุมชนต่างๆ ได้พยายามพัฒนางานฝีมือของตนเพื่อให้เป็นที่พอใจของตลาด โดยให้ความสนใจด้านข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และพัฒนาการจัดการด้านการผลิตมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ผลิตจำนวนมากยังขาด ความรู้ ความเข้าใจ ในระบบการจัดการภายใน และภายนอก ทั้งด้านการจัดการ และการตลาด หากผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องระบบการจัดการ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรมได้อย่างดีแล้ว ก็จะสามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับการผลิตสินค้า เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งยังสามารถนำมาพัฒนาเป็นธุรกิจชุมชนด้านหัตถกรรมต่อไปได้อย่างยั่งยืน (กัญญมน อินทวง จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ ลวลี อัครินทัต และสุภาพร ชวรางกูร, 2542; จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, 2554)

นอกจากความสำเร็จของธุรกิจชุมชนจะขึ้นอยู่กับการมีระบบการจัดการ และกลยุทธ์การตลาดที่ดีแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาพบว่า ความสำเร็จของธุรกิจชุมชนจำนวนมากเกิดจากการน้อมนำเอาหลักการดำเนินชีวิตตามแนวพระราชดำริ "เศรษฐกิจพอเพียง" มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงาน และการดำเนินชีวิตของมวลสมาชิก ดังที่ อภิชัย พันธเสน สุรวิทย์ เปรมชื่น และพิเชษฐ เกียรติเดชปัญญา (2546) ได้ศึกษาถึงการประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจ และการจัดการสาขาต่างๆ เช่น การประยุกต์ใช้กับอุตสาหกรรมขนาดกลาง และขนาดย่อม และพบว่าสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับผู้ผลิต และชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ สุวกิจ ศรีปัดดา ซึ่งศึกษาการประยุกต์ หลักการจัดการธุรกิจตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจชุมชน (สุวกิจ ศรีปัดดา, 2549) ที่พบว่า หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ และสร้างความสำเร็จได้กับธุรกิจชุมชน

จากที่กล่าวมา ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของระบบการจัดการการตลาด และการปฏิบัติงานตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาให้เกิดการเรียนรู้แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรม และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น โดยเลือกศึกษาจากธุรกิจชุมชนประเภทธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม ในเขตภาคกลาง เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการทำการเกษตร และมีผลผลิตทางการเกษตรค่อนข้างสูง แต่ในช่วงที่ว่างจากการเพาะปลูกนั้น เกษตรกรสามารถใช้เวลาว่างในการเพิ่มรายได้ด้วยการประกอบอาชีพหัตถกรรม ประกอบกับวัตถุดิบในท้องถิ่นที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นสินค้าหัตถกรรมนั้นสามารถหาได้ง่าย และมีอยู่โดยทั่วไป เช่น ผักตบชวา ซึ่งมีมากในลำคลอง และแม่น้ำในพื้นที่ภาคกลาง หรือดินเหนียวริมแม่น้ำที่เหมาะสม การทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น ซึ่งผลจากการศึกษานี้ ผู้วิจัยเห็นว่าจะเกิดประโยชน์ในด้านการเป็นองค์ความรู้ แก่ผู้สนใจ และผู้ผลิตสินค้าด้านหัตถกรรม เพื่อนำไปสู่การส่งเสริมให้เป็นธุรกิจชุมชนต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังเป็นความรู้ให้ผู้ผลิตสินค้าด้านหัตถกรรมสามารถเข้าใจถึงระบบการจัดการที่เป็นจริงในปัจจุบัน และเป็นแนวทางต่อการจัดระบบการจัดการให้แก่ธุรกิจด้านสินค้าหัตถกรรมต่อไป

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาอิทธิพลของการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางของประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษา จำแนกได้ 3 ประการ ดังนี้

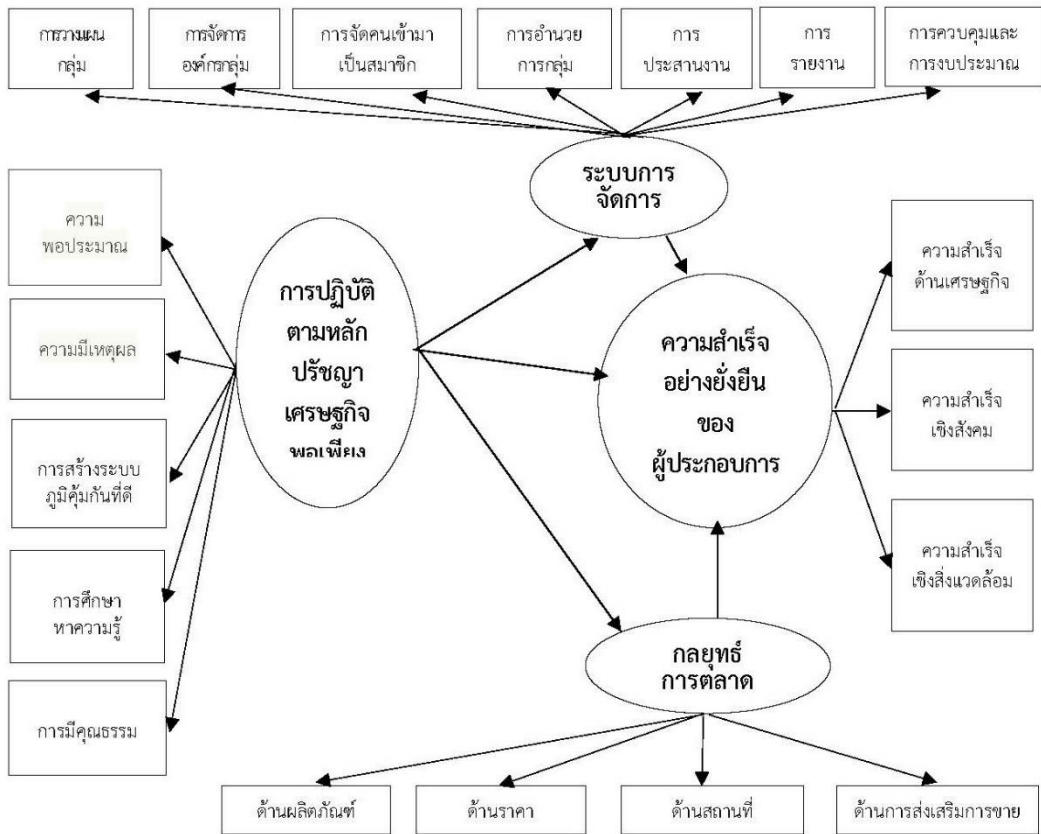
1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะให้ความสำคัญกับการศึกษาการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่เป็นสมาชิกภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางของประเทศไทยเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากร ในการศึกษาครั้งนี้ประชากรเป้าหมาย คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่เป็นสมาชิกภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม ซึ่งสุ่มมาเป็นตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอนจนได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 340 ราย

3. ขอบเขตด้านพื้นที่ และช่วงเวลา ผู้วิจัยจะทำการศึกษาจากธุรกิจชุมชนที่จดทะเบียนเป็นธุรกิจชุมชนและมีพื้นที่การดำเนินงานในเขตพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทย 8 จังหวัด ระหว่าง 1 ตุลาคม พ.ศ. 2559 ถึง 30 กันยายน พ.ศ. 2560 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 12 เดือน

กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

ผลจากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนนำมาซึ่งตัวแปร และกรอบแนวคิดในการวิจัยตลอดจนสมมติฐานการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ที่มา: จากการศึกษา

จากภาพที่ 1 นำมาสู่สมมติฐานการวิจัย ดังนี้

- สมมติฐาน 1 ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ และกลยุทธ์การตลาด
- สมมติฐาน 2 ระบบการจัดการ ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
- สมมติฐาน 3 กลยุทธ์การตลาดขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ประโยชน์ที่จะได้รับ

ผลการศึกษาถือเป็นข้อมูลสำคัญต่อการวางแผนในการพัฒนาธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม โดยเฉพาะผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมที่จะนำข้อค้นพบที่ได้ ไปใช้ในการปรับปรุงเพื่อการวางแผน การจัดการ และการกำหนดแผนการตลาด ตลอดจนการพัฒนาตนเองด้วยการเรียนรู้ และประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิต และการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานแนวคิด และหลักการตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง อีกทั้งช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในด้านสินค้าหัตถกรรมทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ได้ทราบถึงข้อมูลของธุรกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมได้อย่างดีในเรื่องของระบบการจัดการที่เป็นอยู่ในปัจจุบันว่ามีลักษณะเช่นไร ซึ่งจะสามารถสนับสนุน และส่งเสริมผู้ผลิตเหล่านี้ได้อย่างถูกต้อง ทั้งยังสามารถนำผลที่ได้มาสร้างแนวคิดในด้านระบบการจัดการการตลาด และการปฏิบัติตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. แบบของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยเลือกใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์
2. ประชากร ได้แก่ สมาชิกธุรกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมในเขตพื้นที่ภาคกลางที่ประกอบ อาชีพผลิตสินค้าหัตถกรรม และยังคงดำเนินธุรกิจอยู่จนถึงปัจจุบัน
3. กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมในเขตพื้นที่ภาคกลาง จำนวน 340 ราย โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Sampling)
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นจากนิยามจริง รวมถึงการประยุกต์จากนิยามปฏิบัติการของนักวิชาการในอดีต และเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Validity) หลังจากผู้วิจัยได้มีการตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้ทำการทดลองเก็บข้อมูลจากสมาชิกธุรกิจชุมชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตัวแปรแฝง	มาตรวัดตัวแปรประจักษ์	สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้	ระดับการวัด
ระบบการจัดการ	การวางแผน	.899	ข้อมูลอันดับ (ค่าเป็นไปได้ 1 - 5)
	การจัดการองค์กรกลุ่ม	.902	
	การจัดคนเข้ามาเป็นสมาชิก	.914	
	การอำนวยความสะดวก	.895	
	การประสานงาน	.889	
	การรายงาน	.895	
	การควบคุมและการงบประมาณ	.897	
กลยุทธ์การตลาด	ราคา	.789	ข้อมูลอันดับ (ค่าเป็นไปได้ 1 - 5)
	สถานที่	.751	
	ผลิตภัณฑ์	.813	
	การส่งเสริมการขาย	.809	

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปรแฝง	มาตรวัดตัวแปรประจักษ์	สัมประสิทธิ์ความเชื่อถือได้	ระดับการวัด
การปฏิบัติตามหลัก ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	ความพอประมาณ	.869	ข้อมูลอันดับ (ค่าเป็นไปได้ 1 - 5)
	ความมีเหตุผล	.815	
	การสร้างระบบภูมิคุ้มกัน	.840	
	การศึกษาหาความรู้	.810	
ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของ ธุรกิจชุมชนสินค้า หัตถกรรม	การมีคุณธรรม	.842	ข้อมูลอันดับ (ค่าเป็นไปได้ 1 - 5)
	ความสำเร็จเชิงเศรษฐกิจ	.901	
	ความสำเร็จเชิงสังคม	.778	
	ความสำเร็จเชิง สภาพแวดล้อม	.835	

ที่มา: จากการศึกษา

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยได้ตรวจสอบค่าความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ และได้ปรับปรุงแบบสอบถามแล้ว จึงนำแบบสอบถามที่แก้ไขไปทดสอบอีกครั้งจนกระทั่งไม่พบปัญหาใดๆ อีก จึงจัดเตรียมแบบสอบถามตามจำนวนตัวอย่างที่กำหนดไว้ จากนั้นผู้วิจัยจึงได้วางแผนการรวบรวมข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับสมาชิกธุรกิจชุมชนเป็นผู้ตอบด้วยตนเอง เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว พนักงานสำรวจได้ทำการตรวจสอบความถูกต้องของคำตอบจนครบถ้วน ในกรณีที่พบว่ามียารายการใดที่กลุ่มตัวอย่างตอบไม่ครบถ้วนก็ได้ขอให้ผู้ตอบเขียนคำตอบเพิ่มเติม โดยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในการตอบเฉลี่ยรายละ 30 นาที จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการบรรณาธิกรเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง แล้วนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์นั้น มาทำการลงรหัสตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำไว้ บันทึกลงในกระดาษลงรหัส (Coding Sheet) ก่อนจะนำไปบันทึกลงคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจะนำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการบรรณาธิกรแล้ว ไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยเริ่มจากการการวิเคราะห์สถิติเชิงตัวแปรเดียว (Univariate Statistical Analysis) เพื่อวิเคราะห์สภาพทั่วไป และการกระจายของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง และตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวคิดของการศึกษาครั้งนี้ โดยการวัดการกระจาย ความเบ้ และความโด่งของข้อมูลดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรประจักษ์ที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรประจักษ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ค่าต่ำสุดจริง (ค่าต่ำสุดของมาตรวัด)	ค่าสูงสุดจริง (ค่าสูงสุดของมาตรวัด)	ค่าความเบ้ (ค่าผิดพลาดมาตรฐาน)	ค่าความโด่ง (ค่าผิดพลาดมาตรฐาน)
ระบบการจัดการ	-การวางแผนกลุ่ม	3.71	0.54	2.00 (1)	5.00 (5)	-.458 (.132)	.002 (.264)
	-การจัดการองค์กรกลุ่ม	3.74	0.64	2.00 (1)	5.00 (5)	-.155 (.132)	-.256 (.264)
	-การจัดคนเข้ามาเป็นสมาชิก	3.40	0.44	1.60 (1)	5.00 (5)	-.245 (.132)	1.190 (.264)
	-การอำนวยความสะดวก	3.52	0.58	1.80 (1)	5.00 (5)	-.283 (.132)	.431 (.264)
	-การประสานงาน	3.18	0.67	1.40 (1)	5.00 (5)	-.155 (.132)	-.332 (.264)
	-การรายงาน	3.18	0.67	1.50 (1)	5.00 (5)	-.200 (.132)	-.197 (.264)
	-การควบคุมและการงบประมาณ	3.49	0.65	1.75 (1)	5.00 (5)	-.282 (.1320)	-.455 (.264)
กลยุทธ์การตลาด	-ด้านราคา	3.96	0.61	2.20 (1)	5.00 (5)	-.496 (.132)	.072 (.264)
	-ด้านสถานที่	3.81	0.57	1.80 (1)	5.00 (5)	-.447 (.132)	.412 (.264)
	-ด้านผลิตภัณฑ์	3.60	0.57	1.20 (1)	5.00 (5)	-.374 (.132)	.562 (.264)
	-ด้านการส่งเสริมการขาย	3.82	0.52	2.20 (1)	5.00 (5)	-.248 (.132)	.496 (.264)
การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	-ความพอประมาณ	4.00	0.57	2.00 (1)	4.00 (5)	-.491 (.132)	-.056 (.264)
	-ความมีเหตุผล	4.11	0.54	2.20 (1)	5.00 (5)	-.676 (.132)	.886 (.264)
	-การสร้างระบบภูมิคุ้มกัน	3.90	0.50	2.20 (1)	5.00 (5)	-.708 (.132)	.464 (.264)
	-การศึกษาหาความรู้	3.98	0.55	2.20 (1)	5.00 (5)	-.659 (.132)	.902 (.264)
	-การมีคุณธรรม	4.30	0.53	1.40 (1)	5.00 (5)	-1.075 (.132)	2.323 (.264)
ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชนสินค้า	-ความสำเร็จด้านเศรษฐกิจ	4.07	0.63	1.60 (1)	5.00 (5)	-.629 (.132)	.054 (.264)
	-ความสำเร็จเชิงสังคม	4.21	0.59	2.60 (1)	5.00 (5)	-.515 (.132)	-.551 (.264)
	-ความสำเร็จเชิงสภาพแวดล้อม	4.23	0.61	2.40 (1)	5.00 (5)	-.694 (.132)	.074 (.264)

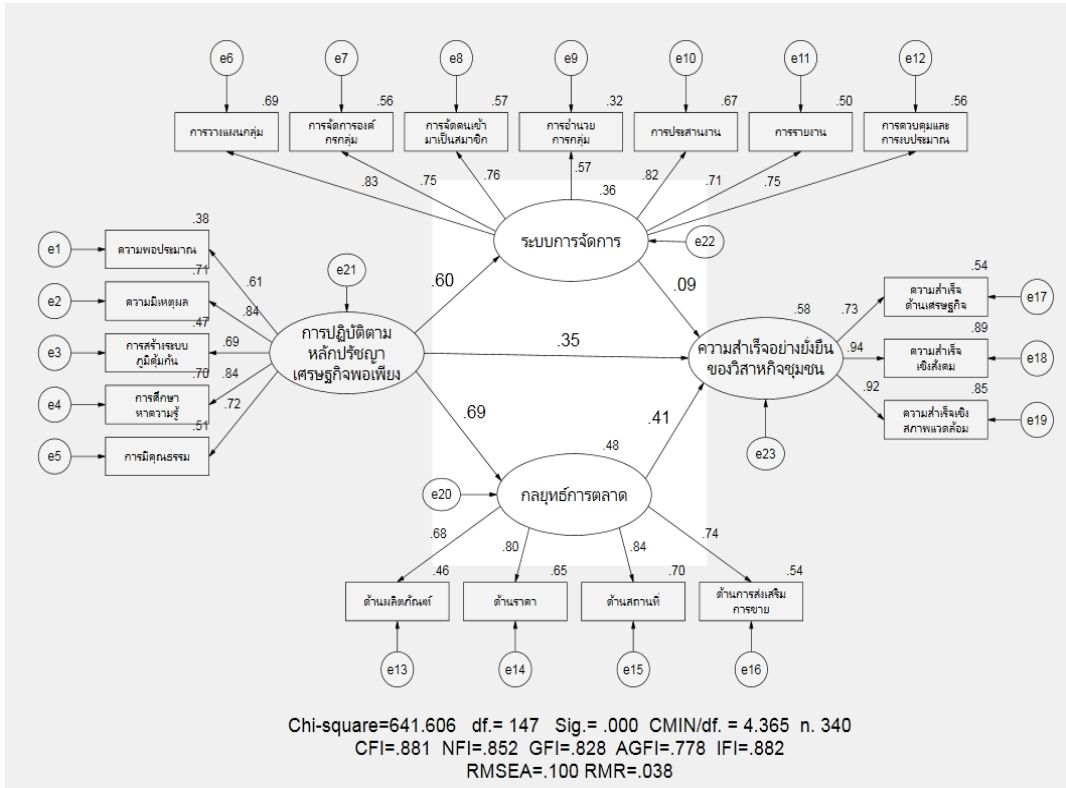
ที่มา: การศึกษา

จากตารางที่ 2 พบว่า ในด้านระบบการจัดการกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับการจัดการองค์กรกลุ่มมากที่สุด รองลงมา คือ การวางแผนกลุ่ม ในด้านความคิดเห็นต่อกลยุทธ์การตลาด พบว่าด้านราคาถือเป็นปัจจัยที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุด รองลงมา คือ การส่งเสริมการขาย และเมื่อพิจารณา การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่า การมีคุณธรรมมีการปฏิบัติมากที่สุด รองลงมา คือ ความมีเหตุผล ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าความสำเร็จเชิงสภาพแวดล้อมมีมากที่สุด รองลงมา คือความสำเร็จเชิงสังคมนั่นคือ ให้ความสำคัญกับความสำเร็จทางด้านสังคมยั่งยืน หรือสังคมที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในภาพรวมจะ พบว่า ตัวแปรประจักษ์ที่ใช้ในการศึกษาทุกตัวแปร แตกต่างกันอยู่บ้างในแต่ละประเด็น แต่กลับไม่พบว่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมได้มีการกระจุกตัวของคำตอบในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งมากเกินไป ประกอบกับขนาดของค่าเฉลี่ยซึ่งใหญ่กว่าค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงว่าคำตอบที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างมีค่าใกล้เคียงกัน ประกอบกับค่าความโด่ง ความเบ้ และค่าสัดส่วนระหว่างค่าความโด่ง กับค่าความเบ้ต่อค่าผิดพลาดมาตรฐานนั้น อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้จึงถือได้ว่าข้อมูลในส่วนนี้มีการกระจายแบบ และไม่เป็นปัญหาต่อการนำข้อมูลนี้ไปใช้ในการวิเคราะห์ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ กรรณิการ์ สุขเกษม โสภิต ผ่องเสรี และถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์, 2551)

ผลการวิจัย

ในส่วนนี้เป็นผลการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling : SEM) ของโมเดลแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง แต่อย่างไรก็ดี จากเงื่อนไขของการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ซึ่งกำหนดให้ตัวแปรอิสระทุกต้องเป็นอิสระต่อกัน (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ กรรณิการ์ สุขเกษม โสภิต ผ่องเสรี และถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์, 2551) ดังนั้นในการวิเคราะห์จึงต้องมีการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยการตรวจสอบ Multicollinearity ซึ่งในการศึกษานี้จะพิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) หรือค่า Tolerance ซึ่งพบว่าตัวแปรประจักษ์ทุกตัวมีค่า VIF ไม่เกิน 5 และค่า Tolerance มากกว่า 0.1 จึงจะไม่เกิดปัญหา Multicollinearity หรือ ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความเป็นอิสระต่อกัน (Vatcheva, Lee, McCormick, & Rahbar, 2016) ผู้วิจัย จึงทำการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ของโมเดลแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง สรุปผลดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 สมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองก่อนปรับโมเดล

ที่มา: จากการศึกษา

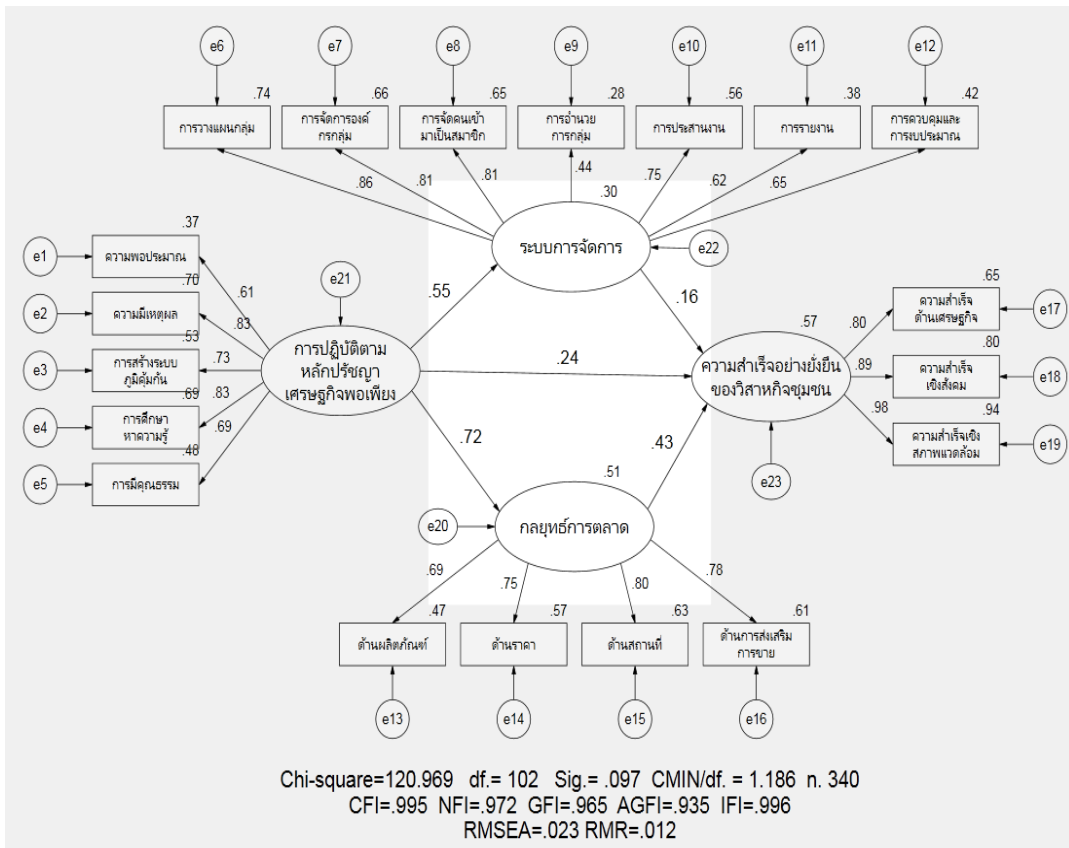
จากภาพที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลอง อิทธิพลของระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าที่ดัดกรรมในเขตภาคกลางก่อนปรับโมเดลโดยผลการวิเคราะห์พบว่า ไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังข้อมูลการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับเกณฑ์วัด และแนวคิดอ้างอิง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้าง ก่อนปรับโมเดล

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ผลสรุป	แนวคิดในการอ้างอิง
Chi -Square	p. > 0.05	641.606	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Bollen (1989) and Sorbon (1996)
CMIN/df.	< 3.0	4.365	ไม่ตรงเกณฑ์	Bollen (1989), Diamantopoulos, Siguaw (2000)
GFI	≥ 0.90	0.828	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Browne and Cudeck (1993)
AGFI	≥ 0.90	0.778	ไม่ตรงเกณฑ์	Durande-Moreau Usunier (1999), Harrison walker (2001)
NFI	≥ 0.90	0.852	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
IFI	≥ 0.90	0.882	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
CFI	≥ 0.90	0.881	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
RMR	< 0.05	0.038	ตรงเกณฑ์	Diamantopoulos, Siguaw (2000)
RMSEA	< 0.05	0.100	ไม่ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Browne and Cudeck (1993)

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้าง ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จำนวน 6 ตัวนี้ จึงกล่าวได้ว่าโมเดลไม่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงนำมาปรับแบบจำลองใหม่ โดยวิธีเชื่อมตัวแปร Modification Indices ที่มีความสอดคล้อง กระทั่งได้แบบจำลองผลการวิเคราะห์หลังปรับใหม่ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 สมการเชิงโครงสร้าง หลังปรับโมเดล

ที่มา: จากการศึกษา

จากภาพที่ 3 แสดงผลที่เกิดจากการปรับแบบจำลองใหม่โดยวิธีเชื่อมตัวแปร Modification Indices ที่มีความสอดคล้อง ซึ่งผู้วิจัยได้นำค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองอทิพลของระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง หลังปรับโมเดลเพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์ชี้วัดมาตรฐาน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าสถิติประเมินความกลมกลืนของสมการเชิงโครงสร้าง หลังปรับโมเดล

ดัชนี	เกณฑ์วัด	ผลลัพธ์	ผลสรุป	แนวคิดในการอ้างอิง
Chi -Square	p. > 0.05	120.969	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Bollen (1989) and Sorbon (1996)
CMIN/df.	< 3.0	1.186	ตรงเกณฑ์	Bollen (1989), Diamantopoulos, Sigauw (2000)
GFI	≥ 0.90	0.965	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Browne and Cudeck (1993)
AGFI	≥ 0.90	0.935	ตรงเกณฑ์	Durande-Moreauan Usunier (1999), Harrison walker (2001)
NFI	≥ 0.90	0.972	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
IFI	≥ 0.90	0.996	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
CFI	≥ 0.90	0.995	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Mueller (1996)
RMR	< 0.05	0.012	ตรงเกณฑ์	Diamantopoulos, Sigauw (2000)
RMSEA	< 0.05	0.023	ตรงเกณฑ์	Hair et al. (1998), Browne and Cudeck (1993)

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 4 ภาพโมเดลสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง หลังปรับโมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่สอดคล้องกับตามแนวคิดของ Hair et al. (1998), Bollen (1989) and Sorbon (1996) แสดงว่าโมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยค่าดัชนีทั้ง 7 ตัว มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งให้เห็นว่าสมการเชิงโครงสร้างแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเงื่อนไขในระดับการยอมรับทางสถิติ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตัวแปรตาม ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง นั้นมีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์การกำหนดค่าซึ่งแสดงว่าโมเดลในการวัดนี้มีความเที่ยงตรง (Validity) จึงสรุปผลทดสอบอิทธิพลได้ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์สมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุ

ตัวแปร (คู่ความสัมพันธ์)	λ	SE.	t-value	Sig.	R ²
ระบบการจัดการ <-- การปฏิบัติตามหลักปรัชญา	0.55	0.08	8.679	0.000**	30.00%
กลยุทธ์การตลาด <-- การปฏิบัติตามหลักปรัชญา	0.72	0.09	9.918	0.000**	51.00%
ความสำเร็จอย่างยั่งยืน <-- ระบบการจัดการ	0.16	0.08	2.027	0.043*	57.00%
ความสำเร็จอย่างยั่งยืน <-- กลยุทธ์การตลาด	0.43	0.11	4.455	0.000**	57.00%
ความสำเร็จอย่างยั่งยืน <-- การปฏิบัติตามหลักปรัชญา	0.24	0.09	3.808	0.000**	57.00%

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ทดสอบสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ระบบการจัดการ กลยุทธ์การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของ

ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระรูปคะแนนมาตรฐาน ซึ่งเป็นค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่จะบ่งบอกอิทธิพลของตัวแปร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 และอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 นำมาสรุปผลการทดสอบเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 5 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ ด้านความพอประมาณ ด้านความมีเหตุผล ด้านการสร้างระบบภูมิคุ้มกัน ด้านการศึกษาหาความรู้ และด้านการมีคุณธรรม มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.61-0.83 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสองอยู่ระหว่าง 37.00% - 70.00% ผลการทดสอบความพบว่า การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จำนวน 3 เส้นทาง และอิทธิพลทางอ้อม จำนวน 2 เส้นทาง มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านระบบการจัดการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.55 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.08 มีค่า t-value เท่ากับ 8.678 ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 นั่นคือการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านระบบการจัดการ อธิบายอิทธิพลต่อสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุได้ร้อยละ 30.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

1.2 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อกลยุทธ์การตลาด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.72 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09 มีค่า t-value เท่ากับ 9.917 ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 นั่นคือ การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านกลยุทธ์การตลาด อธิบายอิทธิพลต่อสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุได้ ร้อยละ 51.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

1.3 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.24 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.09 มีค่า t-value เท่ากับ 3.808 ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 นั่นคือการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง อธิบายอิทธิพลต่อสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุได้ ร้อยละ 57.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

1.5 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยผ่านมาจากด้านระบบการจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวมเท่ากับ 0.09 (0.55×0.16)

1.6 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยผ่านมาจากด้านกลยุทธ์การตลาด มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยรวมเท่ากับ 0.31 (0.72×0.43)

2. ด้านกลยุทธ์การตลาด ประกอบด้วย 4 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ และด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.69 - 0.80 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง 47.00% - 63.00% ผลการทดสอบความพบว่า ด้านกลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จำนวน 1 เส้นทาง ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.43 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.11 มีค่า t-value เท่ากับ 4.455 ค่า Sig. = 0.000 < 0.001 นั่นคือ กลยุทธ์การตลาดมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง อธิบายอิทธิพลต่อสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุได้ร้อยละ 57.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001

3. ด้านระบบการจัดการ ประกอบด้วย 7 ตัวแปรประจักษ์ ได้แก่ การวางแผนกลุ่ม การจัดการองค์กร กลุ่ม การจัดคนเข้ามาเป็นสมาชิก การอำนวยความสะดวก การประสานงาน การรายงาน และการควบคุมและการงบประมาณ มีค่าน้ำหนักสัมประสิทธิ์ถดถอยระหว่าง 0.44 – 0.86 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กำลังสอง 28.00% - 74.00% ผลการทดสอบความพบว่า ด้านระบบการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวก จำนวน 1 เส้นทาง ได้แก่ ด้านระบบการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ 0.16 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.08 มีค่า t-value เท่ากับ 2.027 ค่า Sig. = 0.043 < 0.05 นั่นคือ ระบบการจัดการมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง อธิบายอิทธิพลต่อสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุได้ร้อยละ 57.00 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.001 ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 สรุปผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม

ตัวแปร	อิทธิพล	ด้านระบบการจัดการ	ด้านกลยุทธ์การตลาด	ด้านความสำเร็จอย่างยั่งยืน
ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง	อิทธิพลทางตรง	0.55	0.72	0.24
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	0.31
	อิทธิพลโดยรวม	0.55	0.72	0.55
ด้านระบบการจัดการ	อิทธิพลทางตรง	-	-	0.16
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	-
	อิทธิพลโดยรวม	-	-	0.16
ด้านกลยุทธ์การตลาด	อิทธิพลทางตรง	-	-	0.43
	อิทธิพลทางอ้อม	-	-	-
	อิทธิพลโดยรวม	-	-	0.43
R ²		30.00%	51.00%	57.00%

ที่มา: จากการศึกษา

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อมสมการเชิงโครงสร้างเชิงสาเหตุแบบจำลองอิทธิพลของระบบการจัดการ การตลาด และการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง พบว่าด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลางสูงสุดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.55 รองลงมา คือ ด้านกลยุทธ์การตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.43 และด้านระบบการจัดการ มีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางรวม 0.16 ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมีอิทธิพลทางตรงต่อด้านกลยุทธ์การตลาดมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.72 และด้านระบบการจัดการมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง 0.55

การอภิปรายผล

ผลจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยเพื่อตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการศึกษา พบว่าความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง ขึ้นอยู่กับการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ และกลยุทธ์การตลาด ซึ่งความสัมพันธ์เชิงเหตุผล และผลดังกล่าวสามารถ

นำมาอภิปรายผล ได้ว่า การปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการ และกลยุทธ์การตลาด ส่งผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม อาจเป็นเพราะการปฏิบัติตนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หากเริ่มพิจารณาจากองค์ประกอบภายใน จะพบว่าผู้ที่ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความพอประมาณ ความมีเหตุผล และภูมิคุ้มกันที่ดีก็จะทำให้การวางแผนงานของตัวผู้ประกอบการ หรือการบริหารงานของกลุ่มมีประสิทธิภาพ เกิดการบริหารจัดการองค์กรที่ดี มีการใช้คนให้ถูกกับงาน การใช้เหตุผลในการทำงาน จะทำให้เกิดการยอมรับ และการกำกับดูแลที่ดี ความพอประมาณจะช่วยให้เกิดการควบคุม และใช้งบประมาณอย่างคุ้มค่า การมีภูมิคุ้มกันที่ดีจะช่วยให้เกิดระบบควบคุมที่มีคุณภาพเหล่านี้จะมีผลให้เกิดระบบการจัดการที่ดี และมีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน ดังเช่น งานวิจัยของ ธนาวุฒิ พิมพิท และจันทนา ฤทธิสมบุรณ์ (2557) ที่พบว่าทุกองค์กรสามารถประยุกต์หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการธุรกิจได้ และมีส่วนสำคัญที่ทำให้องค์กรนั้นปฏิบัติงานด้วยความรอบคอบพอประมาณ มีเหตุผล บนฐานความรู้ ควบคุมคุณธรรม และนำพาองค์กรสู่ความสำเร็จ และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2554) ที่พบว่า การจัดการธุรกิจชุมชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม ซึ่งหมายความว่า การที่ผู้ประกอบการมีความพอประมาณ ใช้เหตุผลในการดำเนินชีวิตและธุรกิจ สร้างระบบคุ้มกันจากภายในสู่ภายนอก รวมถึงการใช้ความรู้คุณธรรมนำธุรกิจแล้วสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยสู่ความสำเร็จ ดังแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงทั้งสิ้น ดังที่ จุฑาทิพย์ ภัทราวาท (2560) ที่ได้กล่าวถึงผลจากแนวพระราชดำริจากสหกรณ์มาสู่ทฤษฎีใหม่ได้ก่อให้เกิดตัวแบบธุรกิจสหกรณ์ และธุรกิจชุมชนว่าเป็นฐานความรู้ที่สร้างพื้นที่เศรษฐกิจที่ใส่ใจการค้าอย่างเป็นธรรม และมีการเปิดให้เกษตรกรรายย่อยเข้ามามีส่วนร่วมที่นำไปแก้ปัญหาได้อย่างเป็นรูปธรรม นำมาสู่ความยั่งยืน

ในขณะที่ระบบการจัดการ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการที่ธุรกิจชุมชนมีการวางแผนการดำเนินงาน การกำหนดโครงสร้างการทำงาน และโครงสร้างในองค์กร การคัดสรรสมาชิกตลอดจน การแบ่งงานแบ่งหน้าที่ และความรับผิดชอบให้กับสมาชิกอย่างชัดเจนตามความชำนาญของสมาชิก (สถาพร ถาวรธวัช และผ่องพรรณ ตรีมงคลกุล, 2549) รวมถึงการที่กลุ่มมีคณะกรรมการบริหาร มีกฎระเบียบข้อบังคับที่ชัดเจน และมีระบบการเงินที่รัดกุมควบคุมได้ ตรวจสอบได้ โปร่งใส น่าเชื่อถือ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชนอย่างยั่งยืน (สุมิตรา ชันคำ, 2560) โดยเฉพาะความยั่งยืนนั้นอยู่บนฐานความรู้ และการมีส่วนร่วม ทั้งการร่วมกันวางแผนการผลิต และการจำหน่าย โดยเฉพาะการที่กลุ่มมีการจัดการประชุมสมาชิกเป็นประจำ จะช่วยให้เกิดการกระจายข้อมูลข่าวสาร และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันอันเป็นการร่วมกันทำงาน เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทาง และแผนงานให้สอดคล้องกับความต้องการของสมาชิก และวิถีชีวิตชุมชน รวมถึงการรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อม

ในขณะที่ผลการศึกษาของ มนต์รัก ธีรานุสรณ์ (2551) ก็สอดคล้องกับการศึกษารัชนีนี้ กล่าวคือ การที่ผู้ประกอบการเป็นผู้วางแผนการดำเนินงานหรือวิธีการปฏิบัติงานเอง โดยดูจากการรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเป็นเกณฑ์ มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรและตำแหน่งต่างๆ ไว้อย่างชัดเจน มีการมอบหมายงาน และแบ่งงานกันทำ มีการสอบถามความพร้อมความสามารถในการทำงานก่อนมอบหมายงานให้ทำ ส่งผลให้ได้รับความร่วมมือจากสมาชิกเป็นอย่างดี และธุรกิจประสบความสำเร็จ และยังสอดคล้องกับ อังศิภา นพาลี (2547) ซึ่งศึกษาพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จนั้นมีการปฏิบัติปัจจัยเกี่ยวกับด้านการบริหาร และจัดการอยู่ในระดับมากที่สุด

นอกจากความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชน จะเกิดจากการปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ระบบการจัดการแล้ว กลยุทธ์การตลาดก็มีผลต่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนของธุรกิจชุมชนเช่นกัน ทั้งนี้

อาจเป็นเพราะธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนด้านช่องทางการจัดจำหน่ายจากภาครัฐ และเอกชน รวมถึงการส่งเสริมการขายผ่านสื่อของรัฐซึ่งเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี และมีส่วนสำคัญให้สินค้าหัตถกรรมของธุรกิจชุมชนแพร่หลายเป็นที่รู้จัก และได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค โดยเฉพาะการประกวด แข่งขัน จัดอันดับโครงการดีเด่นต่างๆ ยิ่งสร้างความโดดเด่น และน่าเชื่อถือให้สินค้าหัตถกรรมของผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนมากขึ้น (มนต์รัก อีรานุสรณ์, 2551) นอกจากนั้นแล้วภาครัฐยังได้ให้การสนับสนุนในเรื่องของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ทั้งของรัฐ และเอกชน รวมถึงการติดตั้งป้ายประกาศต่างๆ สื่อออนไลน์ ซึ่งมีส่วนทำให้สินค้าหัตถกรรมของกลุ่มผู้ผลิตธุรกิจชุมชนในเขตภาคกลางเป็นที่รู้จักแพร่หลาย เป็นที่รู้จักของคนโดยทั่วไป และสามารถขายได้มากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ สุมิตรา ชันคำ (2560) ที่พบว่าการกำหนดแนวทางด้านการตลาด มีความเข้มแข็ง มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่น่าเชื่อถือ มีผลต่อยอดขายเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ และความเร็จของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

ในแง่ผลิตภัณฑ์ ธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม ถือเป็นกลุ่มผู้ผลิตที่สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้ล้วนทำให้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชนเป็นที่น่าสนใจ และมีคุณภาพ ส่วนในด้านราคาเป็นไปได้ว่าการที่สินค้าหัตถกรรมได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การใช้วัสดุในท้องถิ่น ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงไม่มีต้นทุน เรื่องลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร หรือการซื้อชื่อเสียง (Know How) ของกิจการอื่นมาประกอบสินค้าตนเองจึงสามารถขายได้ราคาต่ำกว่า นอกจากนี้ อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างปฏิบัติตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงคือ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาบุคลากรจากภายในชุมชนจึงมีค่าใช้จ่ายในการพัฒนาต่ำลง ประกอบกับการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามหลักคุณธรรม จึงทำให้สินค้าหัตถกรรมบางอย่างแม้จะมีราคาแพงแต่ก็คุ้มค่า และสร้างความพอใจต่อความคุ้มค่าของราคา เทียบกับคุณภาพในสายตาผู้บริโภค สอดคล้องกับการศึกษาของ นันทนา ไชยบุตติ (2553) ที่พบว่า ปัจจัยการตลาดด้านการจัดจำหน่ายกับด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการดำเนินกิจการของธุรกิจชุมชนมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านราคา และการส่งเสริมการตลาด และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ชัยวิชัย ม่วงหมี (2559) ซึ่งพบว่า การดำเนินกลยุทธ์การตลาดตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเน้นการผลิตมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด กำหนดราคาที่เหมาะสมสอดคล้องกับคุณภาพของสินค้า รวมถึงมีการส่งเสริมการตลาดหลายช่องทาง และส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาตลอดจนข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่เหมาะสมในการประยุกต์หลักการจัดการธุรกิจตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง กับการจัดการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมนำมาสู่ข้อเสนอแนะต่างๆ ดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังคงต้องสนับสนุนด้านงบประมาณในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการแก่กลุ่มอาชีพในชุมชนต่อไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ความรู้ใหม่ๆ ด้านการจัดการนวัตกรรม การตลาด และการค้าอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้วิทยากรที่มีประสบการณ์จริง และตรงกับเรื่องนั้นๆ มี โดยเน้นการสอนเพื่อให้เกิดความเข้าใจ และนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงยิ่งไปกว่านั้น การสื่อสารการตลาดเป็นสิ่งจำเป็น ดังนั้นธุรกิจชุมชนควรเน้นการทำสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการไปนำเสนอขายสินค้าตามงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้น โดยภาครัฐให้ผลดีกว่า และประหยัดค่าใช้จ่าย รวมทั้งได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภค

2. ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรม ควรมีการเผยแพร่สินค้าของกลุ่มหัตถกรรมของตนไปยังสื่อต่างๆ เช่น โทรศัพท์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ วารสารชาวบ้าน หรือการกระจายเสียงไปหมู่บ้านต่างๆ ซึ่งปัจจุบัน

กลุ่มหัตถกรรมส่วนใหญ่แสดงผลงานของตน โดยการออกนิทรรศการตามงานแสดงสินค้าต่างๆ รวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย และเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายกว้างขวางมากขึ้น

3. ด้านการจัดการ ผู้ประกอบการควรมีแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ มีการจัดองค์กร การจัดคนเข้างาน การสั่งการ และการควบคุมที่มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

4. สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3 ห่วง ได้แก่ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไข 2 ข้อ คือ ความรู้ และคุณธรรม เพื่อสามารถปฏิบัติตนตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างยั่งยืน ตลอดจนถ่ายทอดประสบการณ์แก่กลุ่มคนรุ่นใหม่ภายในชุมชนต่อไป

5. สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากธุรกิจชุมชน ในเขตภาคกลาง เพื่อธุรกิจชุมชนจะได้นำข้อมูลมาปรับปรุงการวางแผนด้านการตลาดต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กฤษยา มะแอ, อาภาศรี เทวตา, และณฐา อภิธาวินวสุ. (2560). *การบริหารจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ตามแนวพระราชดำริ: กรณีศึกษาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอแม่ทา จังหวัดลำพูน*, สืบค้น 21 พฤศจิกายน 2560, จาก <http://www.journal.rmutt.ac.th:8080/index.php/mmr-vol1/article/view/1170>
- กัญญมน อินหว่าง, จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์, ลวลี อัครนิพัทธ์, และสุภาพร ชวรางกูร. (2542). *การศึกษาระบบการจัดการสินค้าหัตถกรรมเพื่อการส่งเสริมธุรกิจชุมชนในเขตภาคกลาง* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์. (2554). *การจัดการธุรกิจชุมชนตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจชุมชนสินค้าหัตถกรรมในเขตภาคกลาง* (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- จุฑาทิพย์ ภัทราวาท. (2560). *การขับเคลื่อนการพัฒนาการสหกรณ์และการค้าที่เป็นธรรม*. สืบค้น 25 มิถุนายน 2561, จาก <http://rescom.trf.or.th/display>
- ชัยวิษณุ ม่วงหมี่. (2559). *กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจขนาดย่อมตามแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. *วารสารสารสนเทศ*, 15(1).
- ชนาวุฒิ พิมพ์กี, และจันทนา ฤทธิสมบูรณ์. (2557). *การประยุกต์ใช้แนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดจันทบุรี*. *วารสารวิจัย มสค สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 10(1), 1-21. สืบค้น 12 ธันวาคม 2560, จาก http://www.kmutt.ac.th/jif/public_html/article_detail.php?ArticleID=138232
- นันทนา ไชยบุตตี. (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความสำเร็จในการดำเนินงานกิจกรรมของธุรกิจชุมชนประเภทผ้าเครื่องแต่งกายในอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม* (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- มนต์รัก ธีรานุสรณ์. (2551). *การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย).

- สถาพร ถาวรอธิวาสน์, และผ่องพรรณ ตรัยมงคลกุล. (2549). ปัจจัยความสำเร็จของธุรกิจชุมชนและกลยุทธ์เสริมสร้างความเข้มแข็ง: ประสบการณ์จาก 4 กรณีศึกษาในภาคกลาง. *วารสารวิทยาศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์*, 27(2), 307-320.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, วรรณิการ์ สุขเกษม, ไศภิต ผ่องเสรี, และถนอมรัตน์ ประสิทธิ์เมตต์. (2551). แบบจำลองสมการโครงสร้างการใช้โปรแกรม LISREL, PRELIS และSIMPLIS (เทคนิคการวิเคราะห์เชิงปริมาณที่กำลังเป็นที่นิยมกันมาก). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สมิตรา ชันคำ. (2560). ความไว้วางใจในการเลือกซื้อสินค้าผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย).
- สุกิจ ศรีปัดดา. (2549). การประยุกต์หลักการจัดการธุรกิจตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน (รายงานการวิจัย). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- อภิชัย พันธเสน, สุรวีทย์ เปรมชื่น, และพิเชษฐ เกียรติเดชปัญญา. (2546). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อังศิกา นพภาลี. (2547). ปัจจัยกำหนดความสำเร็จของธุรกิจกลุ่มทอผ้าชุมชนในภาคอีสานตอนกลาง (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม).
- Bollen, K.A. (1989). *Structural equations with latent variables*. New York: John Wiley & Sons.
- Browne, M.W. and R. Cudeck. (1993). Alternative ways of assessing model fit, in *Testing Structural Equation Models*, ed. K.A. Bollen and Long. S., Newbury Park CA: Sage, p.136-162.
- Diamantopoulos, A. & Siguaw, J.A. (2000). *Introduction to LISREL: A guide for the uninitiated*. London: SAGE Publications, Inc.
- Durande-Moreau, A. & Usunier, J. (1999). Time Styles and the Waiting Experience: An Exploratory Study. *Journal of Service Research*, (vol. 2). p.173-186.
- Hair Jr., J. F. et al. (1998). *Multivariate Data Analysis with Readings*. Englewood Cliffs, NJ Prentice-Hall.
- Harrison-Walker, L. J., (2001). The measurement of word-of-mouth communication and investigation of service quality and customer commitment as potential antecedents. *Journal of Service Research*, 4(1), p.60-75.
- Mueller, R.O. (1996). Basic Principles of Structural Equation Modeling. An Introduction to LISREL and EQS. *New York: Springer-Verlag*, p.62-128.
- Sorbon Dag. (1996). *LISREL 8: User's Reference Guide*. Scientific Software International.
- Vatcheva, K. P., Lee, M., McCormick, J. B., & Rahbar, M. H. (2016). Multicollinearity in Regression Analyses Conducted in Epidemiologic Studies. *Epidemiology (Sunnyvale, Calif)*, 6(2), 227. <http://doi.org/10.4172/2161-1165.1000227>

