

การดำเนินธุรกิจตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรกำแพงเพชร

BUSINESS OPERATION BASED ON THE SUFFICIENCY ECONOMY
PHILOSOPHY AND THE MARKETING WHICH AFFECT TO DECISION
MAKING OF BUYING THE COMMUNITY ENTERPRISE OF KAMPHAENG
PHET PROVINCE

เพชรรา บุคสีทา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร แหล่งข้อมูลประกอบด้วยผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน 246 กลุ่ม ลูกค้าที่ซื้อสินค้าของกลุ่มฯ 323 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบโดยการสกัดองค์ประกอบ (Factor Extraction) ผลการวิจัยพบว่า 1) ดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ได้นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด การบริหารจัดการ การผลิต การเงิน ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงด้านการลดรายจ่ายมาใช้ในการดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ สามารถอธิบายองค์ประกอบได้ ร้อยละ 67.31 จัดกลุ่มองค์ประกอบได้ 4 องค์ประกอบคือ 2.1) การส่งเสริมการตลาด 2.2) ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางจัดจำหน่าย 2.3) ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและ 2.4) การจัดแสดงผลิตภัณฑ์และการนำเสนอผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: การดำเนินธุรกิจ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง วิสาหกิจชุมชน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This research aimed to investigate 1) The business operating conditions of the community enterprise 2) Demand and market factors affecting the purchase of products. This research used the Research and Development methodology to investigate in all aspects. Data sources consisted of SME entrepreneurs 246 group and customer 323 persons. The statistics used in this study consisted of the percentage and the mean by extracting elements (Factor Extraction). The findings indicated that 1) Implementation of the community enterprise has adopted Sufficiency Economy Philosophy in operation: marketing, management, production, financing, human resource, product development and Sufficiency Economy Philosophy 2) Market factors affecting the purchase of products, the element was 67.31 percent and the elements were divided into 4 groups, namely

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

- 2.1) Marketing Promotion 2.2) Prices and products distribution facility 2.3) The local knowledge and
2.4) Exhibition of products and products presentations.

Keywords: Business operation, Marketing Mix, Sufficiency Economy Philosophy, Community enterprise

บทนำ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีกระแสพระราชดำรัสให้ผู้บริหารประเทศและประชาชน เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาที่สมดุล มีการพัฒนาเป็นลำดับขั้น ไม่เน้นเพียงการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วมาเป็นเวลานานแล้ว เช่น พระบรมราโชวาทเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2517 ที่ว่า "ในการพัฒนาประเทศนั้นจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น เริ่มด้วยการสร้างพื้นฐาน คือความมีกินมีใช้ของประชาชนก่อน ด้วยวิธีการที่ประหยัดระมัดระวัง แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อพื้นฐานเกิดขึ้นมั่นคงพอควรแล้ว...." การช่วยเหลือสนับสนุนประชาชนในการประกอบอาชีพและตั้งตัวให้มีความพอกินพอใช้ก่อนอื่นเป็นพื้นฐานนั้น เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวด เพราะผู้ที่มีอาชีพและฐานะเพียงพอ ที่จะพึ่งตนเองย่อมสามารถสร้างความเจริญก้าวหน้าระดับที่สูงขึ้นไปได้โดยแน่นอน ส่วนการถือหลักที่จะส่งเสริมความเจริญ ให้ค่อยเป็นค่อยไปตามลำดับด้วยความรอบคอบระมัดระวังและประหยัดนั้น ก็เพื่อป้องกันการผิดพลาดล้มเหลว" และพระราชดำรัสเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2517 "...ให้เมืองไทยอยู่แบบพออยู่พอกิน ไม่ใช่จะรุ่งเรืองอย่างยอด แต่ที่มีความพออยู่พอกิน มีความสงบเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ถ้าเรารักความพออยู่พอกินนี้ได้ เราก็จะยอดยิ่งยวด....." ดังนั้นปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับชุมชน จนถึงระดับรัฐทั้งในการพัฒนาและบริหารประเทศให้ดำเนินไปในทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ ความพอเพียง หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล รวมถึงความจำเป็น ที่จะต้องมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควร ต่อการมีผลกระทบใด ๆ อันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายนอกและภายใน ทั้งนี้ จะต้องอาศัยความรอบรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังอย่างยิ่งในการนำวิชาการต่างๆ มาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน และขณะเดียวกันจะต้องเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ (ศูนย์ศึกษาเศรษฐกิจพอเพียง สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2551: 179)

รัฐบาลได้มีนโยบายพัฒนาและส่งเสริมให้ชุมชน ผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นวิสาหกิจชุมชน วิธีการแบบนี้เป็นการให้โอกาสแก่ชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วัฒนธรรมชุมชน นำมาปรับหรือพัฒนาให้เกิดมูลค่า ส่งเสริมให้ชุมชนในระดับรากหญ้าได้รู้จักตนเอง เรียนรู้ตนเอง เรียนรู้ชุมชนได้เห็นความสำคัญของศักยภาพคน ศักยภาพชุมชน ค้นหาทุนทางสังคม จนพัฒนามาเป็นแผนแม่บทของชุมชนนั้น ๆ แนวคิดในการพัฒนาวิสาหกิจให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืนและสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง โดยการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืนเป็นแนวทางหนึ่ง ซึ่งเป็นที่ยอมรับของนักพัฒนาชุมชน เนื่องจากชุมชนได้ร่วมคิดร่วมวางแผนร่วมตัดสินใจ ตลอดจนรับผลประโยชน์ร่วมกัน ทำให้สร้างพลังในการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) ที่เน้นกระบวนการ ส่งเสริมให้ชุมชนมีความรัก ความเมตตา เพื่อสร้างพลังสร้างสรรค์ในชุมชน รวมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์จากการทำงานด้วยกัน ทำให้การพัฒนาชุมชนประสบผลสำเร็จได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553: 24)