

บทที่ 2

ปรัทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ได้ทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย รวมถึงการจัดทำเครื่องมือแบบสอบถามการวิจัยเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และใช้เป็นข้อมูลประกอบการอ้างอิงในการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งประกอบด้วยหัวข้อที่ได้มีการทบทวนเอกสารและงานวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชน

2.3 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการธุรกิจชุมชน

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชน

2.1.1 ความหมายของธุรกิจชุมชน

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

อภิชัย พันธเสน และคณะ (2545) ยังให้ความหมายธุรกิจชุมชน หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลหรือองค์กรในชุมชนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของกิจกรรมโดยช่วยดำเนินงานบางส่วนหรือทั้งหมด ในรูปของ

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

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

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

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

เปิดโอกาสให้มีการประกอบการ ธุรกิจชุมชนเป็นช่องทางและโอกาสสำหรับผู้ที่มีความต้องการในการประกอบธุรกิจด้วยตัวเองร่วมกับสมาชิกคนอื่น ถึงแม้จะมีฐานะเป็นลูกจ้างก็มีส่วนในการเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยเช่นกัน สมาชิกในกลุ่มที่มีความสามารถ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถหาประสบการณ์ และพิสูจน์ความสามารถ โดยเข้าร่วมประกอบธุรกิจชุมชนซึ่งใช้เงินทุนน้อย เน้นการสร้างงานในท้องถิ่นเป็นสำคัญ และถ้ามีประสบการณ์เพิ่มขึ้นในอนาคตธุรกิจชุมชนขนาดเล็กก็จะสามารถไปสู่การประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ได้

ก่อให้เกิดการว่าจ้างงาน การพัฒนาธุรกิจชุมชนทำให้เกิดการว่าจ้างแรงงานในท้องถิ่นที่มีการพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างต่อเนื่องพร้อมกันไปด้วย แทนที่ถูกว่าจ้างให้เป็นแรงงานไร้ฝีมือ ทั้งนี้เพราะทุกคนมีส่วนร่วมเป็นเจ้าของธุรกิจ จึงสามารถใช้ธุรกิจที่มีเป็นเครื่องมือในการพัฒนาฝีมือแรงงานของตนเองตามต้องการ

ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรม ธุรกิจอุตสาหกรรมขนาดใหญ่บางประเภทจำเป็นต้องอาศัยวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนประกอบจากหลายๆ แหล่ง เพื่อนำมาผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมประเภทนั้น ธุรกิจชุมชนจึงเป็นแหล่งที่ช่วยในการผลิตชิ้นส่วนประกอบเหล่านี้ และนำส่งให้กับธุรกิจขนาดใหญ่อีกทีหนึ่ง เพื่อผลิตเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานต่อไป

สร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ธุรกิจชุมชนมีมากขึ้นเท่าไรจะก่อให้เกิดการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจไปสู่กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มคนเพิ่มมากยิ่งขึ้น เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนอื่นอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ธุรกิจชุมชนยังช่วยลดปัญหาของสังคม อัตราการว่างงานลดลง ปัญหาอาชญากรรมลดลงเนื่องจากคนในชุมชนมีรายได้ ความมั่นคงของประเทศเพิ่มขึ้นประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น มีรายได้ดี และมีงานทำ

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

นอกจากนี้ ปาณวัฒน์ อุทัยเลิศ (2551) ยังได้อธิบายถึงลักษณะของธุรกิจชุมชนว่ามีความแตกต่างจากธุรกิจทั่วไป โดยธุรกิจชุมชนมีลักษณะเฉพาะ ดังนี้

เป็นธุรกิจขนาดเล็ก มีความคล่องตัวในการบริหาร ผู้บริหารหรือตัวแทนกลุ่มสามารถตัดสินใจในธุรกิจได้ทันที และรวดเร็ว เพราะการบริหารงานที่ไม่ซับซ้อน สามารถตัดสินใจปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ หรือการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และตลาด ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสมาชิกของกลุ่มได้อย่างรวดเร็ว

รายได้จากยอดขายในระยะเริ่มต้นไม่มากนัก ธุรกิจชุมชนจะทำการจำหน่ายสินค้าหรือบริการหรือผลิตสินค้าในปริมาณที่สามารถคุ้มทุน และได้กำไรเพื่อแบ่งให้แก่สมาชิกตามปกติ โดยคำนึงถึงขนาดของตลาดที่มีอยู่เป็นสำคัญ จึงทำให้รายได้จากยอดขายไม่มากนัก แต่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินการได้อย่างราบรื่น และมีผลในการสร้างงานให้แก่สมาชิกเป็นการสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่ม

ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจต่ำ ธุรกิจชุมชนนั้นดำเนินงานโดยเน้นให้คนมีงานทำในสภาพการทำงานที่เป็นมิตร และมีความสุข จึงไม่จำเป็นต้องจ่ายค่าจ้างมาก ในขณะเดียวกันต้นทุนในการจัดหาอุปกรณ์และเครื่องใช้เป็นไปตามความจำเป็นในการประกอบธุรกิจ ซึ่งเน้นการประหยัดไม่ฟุ่มเฟือย

การติดต่อและการให้บริการกับลูกค้าเป็นไปอย่างใกล้ชิด เนื่องจากธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินงานโดยสมาชิกในชุมชน ซึ่งทำให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นไปในลักษณะเป็นกันเอง และ

การเป็นเพื่อนบ้านช่วยให้ทราบความต้องการของลูกค้าโดยตรง สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับลูกค้าได้ทันที

การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่าย ธุรกิจชุมชนสามารถเริ่มต้นได้ง่าย โดยคณะบุคคลที่ไม่ใช่เครือญาติ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำธุรกิจร่วมกันเพื่อผลประโยชน์ของกลุ่มและชุมชน การที่มีบุคคลจำนวนหนึ่งสนใจทำธุรกิจร่วมกัน มีผลทำให้ปัญหาเงินทุนไม่เป็นอุปสรรคเพราะใช้เงินลงทุนไม่มาก ทุกคนเป็นสมาชิก ไม่มีเจ้าของผูกขาดแต่เพียงผู้เดียว แต่อาจจะมีตัวแทนของกลุ่มที่ได้รับเลือกทำหน้าที่บริหารจัดการ หรือเป็นตัวแทนที่ได้รับการยอมรับจากสมาชิก

แจกจ่ายสินค้าให้ผู้บริโภค กิจกรรมการส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังโรงงานอุตสาหกรรม หรือไปยังผู้บริโภค เรียกว่า การแจกจ่าย เป็นการทำให้สินค้าไหลลื่นสม่ำเสมอจากไร่ นา ป่า จากบ่อแร่ จากโรงงานไปสู่ผู้ประสงค์จะบริโภคสินค้านั้นๆ

2.1.2 องค์ประกอบและขั้นตอนการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชน

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

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

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

1. บริโภคบริโภคหรืออุปโภคของตนเอง หรือในครัวเรือนเป็นหลัก ด้วยการผลิตสินค้าหลายชนิดหลายประเภท ในลักษณะหลากหลายเพื่อการพึ่งตนเอง ลดรายจ่ายที่เสียไปจากการซื้อ และป้องกันไม่ให้เงินของชุมชนไหลออกไปนอกชุมชนโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะส่งผลให้การหมุนของเงินอยู่ในหมู่บ้าน และแพร่สะพัดอยู่ภายในหมู่บ้านดังนั้น การตลาดของธุรกิจชุมชนที่สำคัญอันดับแรกคือ มุ่งผลิตเพื่อตลาดที่เป็นตัวเองของผู้ผลิต

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

3. เนื่องจากธุรกิจชุมชนมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือนหรืออุตสาหกรรมรายย่อยที่ร่วมทุนของชุมชน มีทั้งที่ไม่ต้องใช้เครื่องจักร อุปกรณ์หาง่าย ตลอดไปจนถึงการใช้เครื่องจักรขนาดเล็กและขนาดกลาง ดังนั้น ในสภาวะที่ชุมชนยังไม่มีเงินลงทุนในการซื้อเครื่องจักร การเริ่มต้นดำเนิน

ธุรกิจชุมชนจึงต้องคำนึงถึง การลงทุนต่ำ อุปกรณ์ง่าย ๆ การใช้แรงงานในชุมชนและการรู้จักพัฒนาจากภูมิปัญญาดั้งเดิมมาใช้ จึงจำเป็นต้องส่งเสริมขึ้นในชุมชน เพราะบรรดาธุรกิจชุมชนในลักษณะดังกล่าว ชุมชนสามารถดำเนินการขึ้นมาเป็นธุรกิจชุมชนได้ด้วยตนเอง

นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยระบบทรัพยากรเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (ออนไลน์, 2555) ได้กล่าวถึงขั้นตอนที่สำคัญ ในการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จ ประกอบได้ด้วย

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

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

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

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

บริหารงานมีความซับซ้อนมากขึ้นและมี ความล่าช้า สำหรับข้อดี คือ การระดมทุนสามารถทำได้รวดเร็ว

2.1.3 การจัดการธุรกิจชุมชน

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

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

- ต้องมีการอบรมให้แก่พนักงาน
- ต้องมีการจัดสรรตำแหน่งงานให้เหมาะสมกับความสามารถของบุคคล
- ต้องมีการจัดระบบการดำเนินงานให้เหมาะสม เช่น ระบบบัญชีที่ดี และเหมาะสม

ต่อประเภทธุรกิจ

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

สร้างสรรค์ในการพัฒนางานที่ทำ

- ต้องรักลูกน้องเหมือนญาติ
- ต้องมีการกระจายความรับผิดชอบ
- ต้องไม่ใช้เงิน และอำนาจในการแก้ปัญหาขององค์กร แต่ใช้ความรับผิดชอบและ

เหตุผลมาแก้ปัญหา

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

2.1.4 ปัญหาและความต้องการของชุมชน และปัจจัยความสำเร็จ

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

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

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

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

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

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

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

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชน

สำนักพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนและการกระจายรายได้ (2550) จัดทำระบบฐานข้อมูลและตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนเพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็งสำหรับประเทศไทยขึ้น เพื่อจัดทำระบบฐานข้อมูลและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนทั้งในระดับประเทศและ

ระดับภูมิภาค รวมทั้งทดสอบตัวชี้วัดดังกล่าวกับสภาพความเป็นจริงในพื้นที่ ตลอดจนระบุข้อเสนอแนะทางการปรับปรุงและพัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์การเสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง โดยผลของการศึกษานอกจากจะได้พัฒนาตัวชี้วัดความเข้มแข็งของชุมชนแล้ว ยังได้เสนอยุทธศาสตร์ที่สำคัญเกี่ยวกับยุทธศาสตร์เสริมสร้างการพึ่งพาตนเองภายในชุมชน ซึ่งประกอบด้วยมาตรการต่างๆ ที่หลากหลาย ทั้งนี้มาตรการสร้างและพัฒนาอาชีพภายในชุมชนเป็นมาตรการที่เกี่ยวกับการประกอบอาชีพและรายได้ ทำให้เกิดความมั่นคงและหลากหลายในการประกอบอาชีพเพื่อเป็นที่มาของรายได้ของครัวเรือนในชุมชน

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

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

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

Raymond L. C. (1996) ได้ศึกษากลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการชุมชนเป็นลักษณะเฉพาะที่มีความครอบคลุมในประเด็นด้านเศรษฐกิจ โดยเน้นในเรื่องของผลลัพธ์และความสามารถในการชี้แจงเรื่องการลงทุนของรัฐบาล มุ่งความสนใจในเรื่องของประโยชน์ที่นอกเหนือจากความเชื่อมโยงในรูปแบบพื้นฐานของผลลัพธ์ ที่เน้นในเรื่องการดำเนินงานในการขยายการสนับสนุนที่เหมาะสมกับธุรกิจ และกลยุทธ์ความเป็นผู้ประกอบการของชุมชนจะทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจเกิดความชัดเจนขึ้นโดยการมุ่งเน้นการเป็นผู้นำในการวัดผลของผลลัพธ์เพื่อใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้การศึกษาของ Besser, T. L. (1999) ได้สรุปผลการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และการรับรู้ถึงความสำเร็จของธุรกิจขนาดย่อมในเมืองขนาดเล็ก กรณีศึกษา รัฐไอโอวา (Iowa) ประเทศสหรัฐอเมริกาว่า ธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จได้นั้นจะต้องเป็นธุรกิจที่มีการสนับสนุนชุมชนโดยจะต้องตระหนักถึงความเป็นอยู่ของคนในชุมชนและมีส่วนในการคืนผลตอบแทนแก่ชุมชน

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

นอกจากนี้ Jackson E. T. (2004) ได้ทำการศึกษาวัฒนธรรมชุมชนผ่านความเป็นผู้ประกอบการ กรณีศึกษาการทำข้อตกลงในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนาดา ผลการศึกษาพบว่า ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนของชาวแคนาดา มีหลายบทบาทที่แสดงโดยผู้ประกอบการ ในด้านการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ พลังความร่วมมือของสังคมผู้ประกอบการ และการทำงานร่วมกันเพื่อสร้างนวัตกรรม ซึ่งวัฒนธรรมชุมชนมุ่งให้ความสำคัญกับการได้มาซึ่งความสำเร็จของผลการปฏิบัติงานขององค์กรในชุมชน นำมาซึ่งความสำเร็จในการปฏิบัติการกิจของคนในชุมชนที่ดีขึ้น และส่งผลกระทบที่กว้างและลึกซึ้งต่อสังคมและเศรษฐกิจในชุมชน การทำข้อตกลงเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมชุมชนสามารถบรรลุได้โดยการใช้กลยุทธ์การจัดการความรู้ โดยที่องค์กรในชุมชน

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

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

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

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

ของลูกค้า จุดอ่อนที่สำคัญที่สุด คือ ขาดความมั่นคงทางการเงิน และต้นทุนการผลิตค่อนข้างสูง ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการส่งเสริมการวิจัย พัฒนาเทคโนโลยีสำหรับการผลิตดอกไม้ประดิษฐ์ โดยเน้นการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น แต่การศึกษาดังกล่าวนั้น เฉพาะด้านการจัดการธุรกิจเท่านั้น ไม่ได้นำแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาศึกษาอย่างชัดเจน

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

เครื่องจักร ส่วนใหญ่เป็นเครื่องมือที่สร้างขึ้นอย่างง่าย ๆ ในการใช้งานหัตถกรรม บางกลุ่มผู้ผลิตอาจต้องการเครื่องจักรขนาดเล็ก ซึ่งพบว่าหน่วยงานที่ให้การส่งเสริมผู้ผลิตยังไม่ได้ให้การสนับสนุนด้านเครื่องจักรและเทคโนโลยี เนื่องจากเครื่องจักรมีราคาสูง

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

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

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

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

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

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

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

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

การศึกษาวិเคราะห์การดำเนินงานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดแม่ฮ่องสอน ของสำนักงาน เศรษฐกิจการเกษตรเขต1 (2554) พบว่า ประเด็นที่กลุ่มอาชีพต้องปรับปรุงแก้ไขพัฒนา ได้แก่ ประเด็นด้านการจัดการความรู้ การบริหารสมาชิกกลุ่ม กระบวนการจัดการสินค้าและบริการ และการ ลดต้นทุน ในส่วนของการวิเคราะห์ประเด็นหลักๆ ที่ต้องพัฒนา ได้แก่ เทคโนโลยีการผลิต การตลาด ที่ทันสมัย การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูป การประชาสัมพันธ์ การบัญชีที่เป็นระบบ เงินทุน เครื่องจักร อุปกรณ์ที่ทันสมัย สถานที่หรือทำเลที่เหมาะสมสำหรับใช้เป็นที่ตั้งกลุ่มในการดำเนินการผลิต หลักการ เขียนโครงการขอสนับสนุนเงินทุน การเชื่อมโยงการผลิต การตลาด และ การติดตามผลดำเนินงานที่ เป็นระบบ ซึ่งประเด็นดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ ซึ่ง ข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ศึกษาคั้งนี้ ภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา สถาบันการเงิน ต้องร่วมกันบูรณาการ ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการติดตามผล มีแผนงาน โครงการ มาตรการต่างๆ รองรับ เพื่อสนับสนุนให้การดำเนินการพัฒนากลุ่มอาชีพมีประสิทธิภาพ และ ประสิทธิภาพ ผลประโยชน์ที่ได้รับจะช่วยให้ชุมชนมีความแข็งแกร่ง พึ่งตนเองได้ มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น รวมทั้งเป็นการอนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตรงตามหลักการแนวคิด “วิสาหกิจ ชุมชน” และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนี้ นันทิยา หุตานุวัตร (ออนไลน์, 2555) ได้ ทำการศึกษา กลยุทธ์สร้างความเข้มแข็งธุรกิจชุมชน พบว่า องค์การธุรกิจชุมชนในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือใช้กลยุทธ์โดยรวม 20 ประการ โดยกลยุทธ์ 12 ประการแรกเป็นกลยุทธ์สำหรับการ พัฒนาคนและการเงิน ดังนี้ 1) ใช้ระบบเครือข่ายเป็นฐานการตั้งกลุ่มเมื่อเริ่มแรก 2) สร้างความ เชื่อมั่นในศักยภาพการทำธุรกิจของเกษตรกร 3) สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและพันธผูกพันผ่านการ

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

Donkwa, K. (2012) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน 4 ด้าน คือ การผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย ที่มีต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินให้กับชุมชน ในด้านต่างๆ 4 ด้าน คือ การให้การศึกษา การให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การสร้างสาธารณูปโภค และการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ผลการศึกษา พบว่าขนาดของผลกระทบของกิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ที่มีต่อการจัดสรรกำไรเข้าสู่ชุมชนนั้น สามารถสรุปได้ว่า กิจกรรมในกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน มีผลกระทบทางตรงต่อการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชน โดยปัจจัยด้านการขายมีผลกระทบมากที่สุดต่อปัจจัยของการจัดสรรกำไรส่วนเกินคืนสู่ชุมชนในการให้ความอนุเคราะห์ชุมชน การให้การศึกษา และการสร้างสาธารณูปโภค 0.417 0.396 และ 0.334 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยด้านการผลิตมีผลกระทบมากที่สุดต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 0.381 สำหรับกิจกรรมการบริโภคของคนในชุมชนไม่มีผลต่อการจัดสรรกำไรคืนสู่ชุมชนในทุกด้าน เนื่องจากผลที่เกิดขึ้นจากการบริโภค อาจอยู่ในรูปของการนำไปทำนุบำรุงทางด้านศาสนา และศิลปวัฒนธรรม

2.3 แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

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

ของความเป็นมนุษยชาติโดยรวม และเป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติตามสัจธรรมความจริง ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่แค่การแก้ไขปัญหาความยากจน แต่เกี่ยวเนื่องกับความหลากหลายทางชีวภาพ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน และการสร้างฐานต้นทุนทางสังคมและภูมิคุ้มกันสำหรับอนาคตของประเทศชาติโดยรวม

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

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

ทองทิพภา วิริยะพันธ์ (2550) กล่าวว่า เศรษฐกิจพอเพียงจะต้องคำนึงถึงหลักการสำคัญสรุปได้ดังนี้ 1) ใช้ทางสายกลาง โดยเน้นการดำเนินชีวิตหรือการดำเนินงานในลักษณะไม่เร่งรัดหรือเขื่องช้าจนเกินไป มีความพอดี อยู่อย่างประมาณตน ตามฐานะ ตามอัตภาพ ไม่หลงกระแสวัตถุนิยม มีอิสรภาพ สร้างพื้นฐานความมั่นคงให้กับชีวิตทำให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ 2) ให้ความสำคัญกับความพอประมาณ โดยยึดหลักความมีเหตุผล และตั้งอยู่บนพื้นฐานความไม่ประมาท ใช้สติปัญญาในการพิจารณาเรื่องต่างๆ 3) ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างพื้นฐานจิตใจของคนในชาติ ให้มีความพอเพียงทั้งในด้านวัตถุ และด้านจิตใจ เป็นการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับจริยธรรม คุณธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ให้รู้จักคำว่าพอ ขจัดความโลภให้น้อยลง ให้มีความสุขทั้งทางกาย จิตใจ ไม่เบียดเบียนผู้อื่น ไม่ก่อความวุ่นวายให้แก่สังคมโดยรวม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ให้มนุษย์รู้จักการพึ่งพาตนเองให้มากที่สุด รู้จักความพอเพียง รู้จักการช่วยเหลือซึ่งกันและกันในด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านจิตใจ ยึดหลัก “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” โดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อประเทศชาติ มีเมตตา เอื้ออาทร ประนีประนอม เห็นประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง รู้รักสามัคคี 2) ด้านสังคม ให้แต่ละชุมชนช่วยเหลือเกื้อกูลกัน มีการเชื่อมโยงไปสู่

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

สำนักราชเลขาธิการ (ออนไลน์, 2550) ได้นำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในรัชกาลที่ 9 มาสรุปเป็นหลักพิจารณาอยู่ 5 ส่วน ดังนี้

1. กรอบแนวคิด เป็นปรัชญาที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัย และวิกฤต เพื่อความมั่นคง และความยั่งยืนของการพัฒนา

2. คุณลักษณะ เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับ โดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน

3. คำนียาม ความพอเพียงจะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะพร้อม ๆ กัน ดังนี้

3.1 ความพอประมาณ หมายถึง ความพอดีที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไปโดยไม่เบียดเบียนตนเองและผู้อื่น เช่น การผลิตและการบริโภคที่อยู่ในระดับพอประมาณ

3.2 ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความพอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยที่เกี่ยวข้องตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ

3.3การมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวให้พร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล

4. เงื่อนไข การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียงนั้น ต้องอาศัย ทั้งความรู้และคุณธรรมเป็นพื้นฐาน กล่าวคือ

4.1 เงื่อนไขความรู้ ประกอบด้วย ความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ

4.2 เงื่อนไขคุณธรรม ที่จะต้องเสริมสร้างประกอบด้วย มีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริตและมีความอดทน มีความเพียรใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต

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

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

พัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอย่างรู้ รัก สามัคคี เสริมสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงระหว่างชุมชนให้เกิดเป็นสังคมแห่งความพอเพียงในที่สุด

นอกจากนี้ขวัญกมล ดอนขวา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าในด้านขนาดของผลกระทบในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการบนพื้นฐานแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตาม 3 ห่วง 2 เงื่อนไขนั้น ผู้สูงอายุนำหลักเกณฑ์ความมีเหตุผลมาใช้ในการตัดสินใจมากกว่าเกณฑ์ความพอประมาณ และเกณฑ์ภูมิคุ้มกัน โดยใช้เงื่อนไขความรู้มากกว่าเงื่อนไขคุณธรรมเป็นปัจจัยพื้นฐาน ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อหลักความมีเหตุผลของผู้สูงอายุ คือ ปัจจัยด้านบุคคล โดยผู้สูงอายุใช้เหตุผลในการพิจารณาว่าพนักงานขายที่เต็มใจในการให้บริการด้านข้อมูลรายละเอียดของตัวสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้สูงอายุใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ มากกว่าพนักงานขายที่ไม่เต็มใจให้บริการด้านข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนพนักงานขายนั้นไม่มีอัธยาศัยในการให้บริการ ในด้านราคาและค่าใช้จ่ายอื่นๆ นั้น ผู้สูงอายุใช้เหตุผลในการประเมินราคาจากคุณภาพของสินค้าหรือบริการ ซึ่งราคาที่ตั้งไว้นั้นไม่ควรแพงเกินกว่าคุณภาพของสินค้าหรือบริการที่จะได้รับ และด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ผู้สูงอายุใช้เหตุผลพิจารณาวันที่ผลิตและวันหมดอายุของสินค้า เนื่องจากการซื้อสินค้าที่ผลิตมานาน หรือการซื้อสินค้าที่ใกล้จะหมดอายุอาจทำให้คุณภาพหรือประโยชน์ที่จะได้รับจากตัวสินค้านั้นลดลง ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวเป็นข้อค้นพบใหม่จากการวิจัยที่ยังไม่มีการศึกษามาก่อน

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

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

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

และฐานะของตนเอง ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการพัฒนาเริ่มจากการสร้างพื้นฐาน ความพอกินพอใช้ ของประชาชนในชาติเป็นส่วนใหญ่ก่อน แล้วจึงค่อยเสริมสร้างความเจริญและฐานะทางเศรษฐกิจตามลำดับ เพื่อจะได้เกิดสมดุลทางด้านต่างๆ หรือเป็นการดำเนินการไปอย่างเป็นขั้นเป็นตอนจากระดับหนึ่งไปสู่อีกระดับหนึ่ง

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

จากแนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเศรษฐกิจสายกลาง หรือเศรษฐกิจแบบมัชฌิมาปฏิปทาที่เชื่อมโยงกับความเป็นครอบครัว ชุมชน วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในการดำเนินการผลิต และการบริการที่เหมาะสมต่อสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม และสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน โดยงานวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาถึงองค์ประกอบ 3 ห่วง ประกอบด้วย ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ภายใต้เงื่อนไขความรู้ และคุณธรรม เพื่อให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินกิจการด้วยความพอดี ใช้เหตุผลในการพิจารณาและตัดสินใจ และมีการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับธุรกิจในอนาคต ซึ่งจะทำให้ธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินกิจการได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการจัดการธุรกิจชุมชน

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

นิดหน่อยแต่ความมั่นคงก็จะต้องทำแบบนั้น หรืออีกวิธีหนึ่งคือทุเลาความเสี่ยง มีผลกระทบอะไรก็มีมาตรการมารองรับให้ทุเลาผลกระทบอันนั้นน้อยไป หรือถ้าจำเป็นจริงๆ ก็อาจจะหลีกเลี่ยงไปเลยว้ายไปเสี่ยงทำในธุรกิจนั้น หรือกิจกรรมนั้น จะเห็นได้ว่า ประโยชน์ของเศรษฐกิจพอเพียงนี้เป็นหลักที่ใช้ในการกำกับการดำเนินงานของธุรกิจเอกชนได้ ซึ่งสรุปได้ว่า มีความสอดคล้องกันในทุกระดับ และเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการขององค์การเอกชนที่สมบูรณ์ทุกด้าน ดังนั้นบทสรุปที่สำคัญคือ ประการแรกผู้ประกอบการต้องปรับแนวความคิดพื้นฐานของการทำธุรกิจ คือ การทำกำไรเป็นที่ตั้งมาเป็นมุมมองการทำกำไรอย่างเดียวไม่พอ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ตามหลัก Balanced Scorecard ได้แก่ (1) พนักงาน (2) ลูกค้า (3) การบริหารการเงิน และ (4) การบริหารกระบวนการ เพราะฉะนั้น ธุรกิจจะยืนอยู่ได้ จะคิดแต่ทำกำไรอย่างเดียวไม่พอ ต้องมีความดีที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าและสังคมรอบๆ ข้าง ต้องมองสังคม สิ่งแวดล้อมและสิ่งอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ประการที่สองผู้ประกอบการต้องเชื่อมั่นและทำความเข้าใจเกี่ยวกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงว่าเป็นแนวทางที่สามารถทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ และความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยเฉพาะห่วงที่สาม คือ ความมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี จัดเป็นเครื่องที่จะช่วยกำกับการดำเนินงานให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนและไม่มีความเสี่ยงมาก อย่างไรก็ตามการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเกิดได้หลายด้านและหลายรูปแบบ ไม่มีสูตรสำเร็จผู้ประกอบการแต่ละคนต้องพิจารณาตามความเหมาะสมให้สอดคล้องกับเงื่อนไข และสถานะที่ตนเผชิญอยู่ และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะช่วยให้ผู้ประกอบการ “ถูกคิด” วามีทางเลือกอีกทางหนึ่ง ที่จะช่วยให้เกิดความมั่นคง สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว

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

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

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

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

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

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

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

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

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

ประโยชน์ที่ให้กับสังคม คือ การเพิ่มคุณค่าในการผลิตด้วยการไม่ใช้สารเคมี ส่วนประโยชน์ที่ทำให้กับชุมชน คือ การทำให้สมาชิกของกลุ่มองค์กรมีอาชีพ รายได้ และความสุขจากการทำอาชีพดังกล่าว รวมทั้งการฟื้นฟูกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิต 5) สิ่งที่ต้องครุ่นคิดของรัฐให้ คือ บุคลากรหรือข้าราชการที่ดี หน่วยราชการที่ดี บริการที่ปรารถนาดีต่อประชาชนผู้รับบริการ และความรู้ด้านการปฏิบัติงานตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งถือเป็นประโยชน์ที่ต่อสังคมด้วย

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงดังกล่าวข้างต้นพบว่า ยังไม่มีการวิจัยหรือทำการศึกษาอย่างชัดเจนในการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการจัดการธุรกิจชุมชน เพียงแต่การวิจัยหรือการศึกษาดังกล่าวนั้นเน้นเฉพาะการจัดการธุรกิจของชุมชนเท่านั้น ซึ่งการจัดการธุรกิจชุมชนดังกล่าวเน้นภาพรวมถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี ซึ่งนำมาสู่การกำหนดวัตถุประสงค์ และสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชน และองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

สมมติฐานที่ 1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การจัดการการตลาด การจัดการการผลิต และการจัดการการเงินและบัญชี เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 2 ความพอประมาณ ความมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ความรู้ และคุณธรรม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

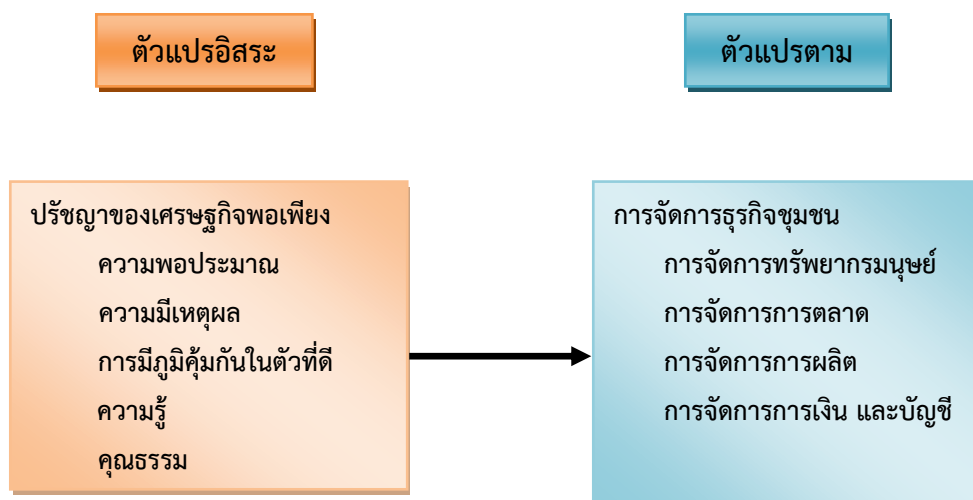
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

สมมติฐานที่ 4 คุณลักษณะของกลุ่มอาชีพได้แก่ รายได้ของกลุ่มอาชีพเฉลี่ยต่อเดือน ระยะเวลาการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาชีพ และการได้รับการอบรมการจัดการธุรกิจชุมชนของสมาชิกกลุ่มอาชีพ มีผลต่อการจัดการธุรกิจชุมชน

ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยแสดงได้ ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

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