

อิทธิพลของการบริหารจัดการธุรกิจและกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน  
ในจังหวัดนครราชสีมา

MANAGEMENT OF COMMUNITY BUSINESS AND BUSINESS MANAGEMENT  
STRATEGY AFFECTS OPERATIONS OF COMMUNITY BUSINESS  
IN NAKHON RATCHASIMA PROVINCE

ปริษา ชาตวานิชกุล<sup>1\*</sup>, สุชีรา ธนาวุฒิ<sup>2</sup>, สุธาสินี โพธิ์ชาธาร<sup>3</sup>

Parisa Chatwanichul<sup>1\*</sup>, Suchira Thanawut<sup>2</sup>, Suthasinee Phochathan<sup>3</sup>

<sup>1</sup>นิสิตปริญญาเอก หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

<sup>1\*</sup>Doctoral student, Doctor of Business Administration Program, Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand

<sup>2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา 30000 ประเทศไทย

<sup>2,3</sup>Assistant Professor Dr., Faculty of Management Sciences, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, Nakhon Ratchasima Province, 30000, Thailand  
E-mail address (Corresponding author) : \*nichkul-app@hotmail.com

รับบทความ : 20 กันยายน 2564 / ปรับแก้ไข : 13 ธันวาคม 2564 / ตอรับบทความ : 30 ธันวาคม 2564

Received : 20 September 2021 / Revised : 13 December 2021 / Accepted : 30 December 2021

DOI :

## ABSTRACT

Factors of introduction to management and business strategies may promote to community businesses self-reliant and continue steadily. It is necessary to study the relevant influences leading to the level of priority, examine the consistency check options and the relationship of the causal factor model to the performance of community businesses in Nakhon Ratchasima Province. This study uses a quantitative research method by determining the appropriate sample size of 304 cases. Multi-stage sampling was the comparison of the rule of three in arithmetic. The research tools were five rating scale questionnaires with reliability in the range of 0.701-0.898. Visiting the area, research data was collected and analyzed with basic statistics were mean and standard deviation. Data were inferential statistics of the Increment, Assessment of Model Fit with AMOS program, Regression Coefficient to test the hypothesis by analyzing the t-test. The results showed that all variables of importance were at a high level in the first term of community business management. All independent variables were correlated between 0.477-0.770 with statistical significance at the 0.01 level. For the structural equation model, it was consistent with the empirical data according to the established criteria. Community Business and Business Management strategy that affects operations of Community Business can forecast operating results in a positive direction both directly and indirectly. However, the development of the management process, production, marketing, finance, and capital will lead to international standards and ready to compete with potentiality sustainability. **Keywords** : Community business management, Community business strategy, Community business performance

## บทคัดย่อ

การนำปัจจัยการบริหารจัดการและกลยุทธ์ทางธุรกิจมาช่วยส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนสามารถพึ่งตนเองและดำเนินต่อไปอย่างมั่นคงยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องทำการศึกษาอิทธิพลที่เกี่ยวข้อง จึงนำมาสู่การศึกษาระดับความสำคัญ การตรวจสอบความสอดคล้อง และความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ของแบบจำลองเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 304 ราย ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือการวิจัยคือแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.701-0.898 นำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการลงพื้นที่โดยผู้วิจัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาสถิติค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (r) ตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน

ใช้สถิติทดสอบที (t-test) ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมและรายด้านของความสำเร็จอยู่ในระดับมาก โดยมีด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนอยู่ในระดับมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ตัวแปรอิสระทุกคู่มีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.477-0.770 สำหรับโมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนและกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชนส่งผลให้มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนเป็นไปในทิศทางบวก ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งนี้การพัฒนาตามกระบวนการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด การเงินและทุน จะสามารถนำไปสู่ความเป็นมาตรฐานระดับสากลและพร้อมต่อการแข่งขันอย่างมีศักยภาพอย่างยิ่ง

**คำสำคัญ :** การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน, กลยุทธ์ธุรกิจชุมชน, ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

## บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยในเอเชียได้มีการนำยุทธศาสตร์ทางวัฒนธรรมของประเทศมาใช้เป็นรากฐานในการสร้างความเจริญให้กับประเทศ เพื่อพัฒนาประเทศในการส่งเสริมอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมของตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่นได้นำเอาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น ภูมิปัญญาการเรียนรู้และพัฒนา โดยเริ่มต้นใช้โครงการ OVOP (One village, one product) นำมาพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ หรือสินค้าที่จะขาย พัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าเกษตร สร้างเงินสร้างรายได้ให้คนในชุมชน (Isranews Agency, 2012, online) พัฒนามาจากความได้เปรียบทางวัฒนธรรมของประเทศที่มีเหนือคู่แข่ง อุตสาหกรรมเหล่านี้เรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เพิ่มมูลค่า (Value Creative Industry) หรือเป็นอุตสาหกรรมที่ดึงศักยภาพของตัวเองออกมาใช้เป็นพลังขับเคลื่อน โดยนำเอาทรัพยากรในประเทศ ทักษะ ฝีมือของบุคลากร ภูมิปัญญา หรือคุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มาผสมผสานกับเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อผลิตเป็นสินค้า และบริการออกไปทำรายได้ในตลาดโลก (Department of Industrial Promotion, 2018, p. 11) สำหรับประเทศไทยมีทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ หากมีการบริหารจัดการที่ดีย่อมสร้างความเจริญให้กับประเทศผ่านวัฒนธรรมได้ (Kamonwet, 2016, p. 23)

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์สู่ความสำเร็จ อยู่ภายใต้แนวคิดการเชื่อมโยงท้องถิ่นสู่โลก (Local links global reaches) คือ ทำอย่างไรจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นจากชุมชนต่าง ๆ ออกไปสู่ตลาดโดยเฉพาะตลาดสากลที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน และเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักที่นำมาใช้ ได้แก่การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ และมาตรฐาน (Quality & standard) อย่างจริงจังต่อเนื่องด้วยการนำผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นจากทั่วประเทศ เข้าสู่กระบวนการคัดกรอง และแยกแยะ (Classification) คุณภาพด้วยยุทธศาสตร์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP product champion) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพ ความเป็นมาตรฐานให้สามารถส่งออกสู่ตลาดโลก เพื่อเสริมสร้างรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปสู่การพัฒนาและจัดทำฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นเป้าหมายสนับสนุน/ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในปีต่อ ๆ ไป พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดอ่อน กระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของเยาวชนประชาชน และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกรอบการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้แก่ สามารถส่งออกได้ (Exportable) มีความแกร่งของตราสินค้า (Brand equity) สามารถผลิตอย่างต่อเนื่องคุณภาพคงเดิม (Continuous & consistent) ความมีมาตรฐาน (Standardization) มีคุณภาพ (Quality) สร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Satisfaction) และมีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of product) รัฐบาลไทยจึงได้พยายามส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่นยกระดับคุณภาพ และมาตรฐานให้อยู่ในระดับ 3-5 ดาว มากที่สุด โดยการส่งเสริม และสนับสนุนให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมด้านการตลาด โดยการสนับสนุนช่องทางกระจาย จำหน่ายสินค้าทั้งภายใน และต่างประเทศ (Kantasuk, Thanhakitkit, & Noja, 2001, pp. 84-85)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างที่ขึ้นทะเบียนกับกรมพัฒนาชุมชนกระทรวงมหาดไทย มีจำนวน 1,592 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนระดับดี ร้อยละ 18.54 ระดับปานกลาง ร้อยละ 58.43 และระดับปรับปรุง ร้อยละ 23.14 (Office of Strategic Management Lower Northeastern Province Group 1, 2018, p. 22) โดยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังขาดความเข้าใจหลักการ แนวทางในการพัฒนาธุรกิจชุมชน และภายในชุมชนยังขาดกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้การพัฒนาธุรกิจชุมชนไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจชุมชนผลิตสินค้า ซึ่งมีความสามารถในการผลิตสินค้าได้แต่ไม่สามารถหาตลาดเพื่อจำหน่ายสินค้าได้นอกจากนั้นยังขาดกระบวนการดำเนินงานด้านการผลิตที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และการประกอบการในด้านต่าง ๆ ยังไม่เป็นระบบ ทั้งนี้ชาวบ้านในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ดำเนินงานด้วยความรู้ความสามารถของตนเอง โดยขาดความรู้ ความเข้าใจด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงิน และบัญชี การตลาดและการจัดจำหน่าย (Department of Industrial Promotion, 2018, p. 5) ซึ่งวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่จะขาดทักษะการคิดเชิงระบบ และตรรกะเชื่อมโยงสิ่งของที่พบ คือหลาย ๆ ชุมชนขาดความเข้าใจ เรื่องลูกค้า ผลิตสินค้าไม่รู้ว่าขายใคร ขาดความเข้าใจในการเก็บรวบรวมข้อมูล ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ ขาดการวิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และการสร้างกลยุทธ์การตลาดที่ได้เปรียบ คู่แข่งขัน ขาดการทำงานเป็นทีม การเชื่อมโยง ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ

จังหวัดนครราชสีมาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เข้าร่วมโครงการคัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 เป็นจังหวัดที่อยู่ทางตอนล่างของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการประกอบอาชีพในภาคการเกษตร มีรายได้จากผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลัก รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปี (Per capita income) 110,301 บาท เป็นอันดับที่ 33 ของประเทศ (The National Statistical Office, 2019, p. 2) ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรจึงมีความต้องการที่จะหาอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้เข้าสู่ครอบครัวนอกเหนือจากรายได้ทางการเกษตร โดยมีแนวคิดที่จะมีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนขึ้น เพื่อที่เกษตรกรทุกคนจะได้มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็นลำดับที่หนึ่งถึงสองของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงแม้ว่าธุรกิจชุมชนจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน แต่การดำเนินงานธุรกิจชุมชนที่ผ่านมาก็ได้ประสบปัญหา และอุปสรรคหลายด้านจนทำให้บางกลุ่มล้มเหลวและยุบตัวไปในที่สุด (Office of Nakhon Ratchasima Province Community Development, 2019, online) ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน กลยุทธ์ธุรกิจชุมชน มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงาน ส่งเสริมให้ธุรกิจชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ สามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนากลุ่มอาชีพชุมชนอื่น ๆ ให้มีความมั่นคงและยั่งยืนต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

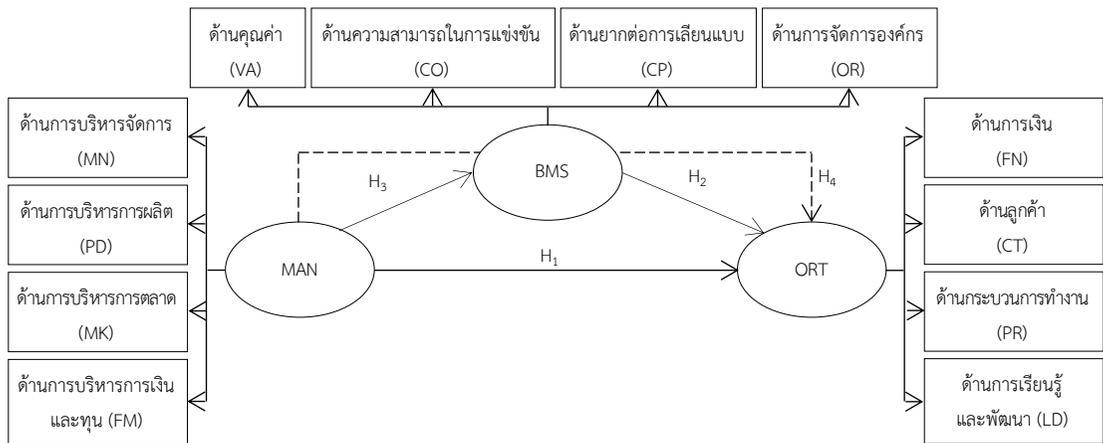
1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมาทั้งทางตรง และทางอ้อม

## ประโยชน์การวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ที่ได้สารสนเทศระดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน และผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะเป็นข้อเสนอแนะให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ตระหนักถึงโอกาส การสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน
2. ผลการวิเคราะห์ที่ได้สารสนเทศความสัมพันธ์การบริหารจัดการธุรกิจธุรกิจชุมชน กลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา เป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ได้นำประยุกต์ ใช้ในการพัฒนาศักยภาพขององค์กรให้สูงขึ้น
3. ผลที่ได้จากการศึกษาจะทำให้เกิดแนวทางที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ในการปรับปรุง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ดำรงอยู่อย่างยั่งยืน

### การทบทวนวรรณกรรม

การพิจารณาความสัมพันธ์ของปัจจัยภายใต้แนวคิดทฤษฎี Balance Scorecard เข้ามาวัดผลการดำเนินงาน ในองค์กรจะช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน และมีมาตรฐานในกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุน มีการปรับปรุง ประสิทธิภาพในการทำงานที่เกี่ยวข้องกับการเงิน (Financial) ลูกค้า (Customer) กระบวนการทำงาน (Process) และการเรียนรู้และพัฒนา (Learning and development) (Kaplan & Norton, 1996, pp. 14, 110) ด้วยการวัดผล ที่เป็นตัวเงินอย่างเดียวไม่เพียงพอ ผู้บริหารต้องทราบถึงการวัดผลที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน และการบริหาร ที่มาจากความเกี่ยวข้องกับกลยุทธ์เป็นตัวชี้วัดของผลการดำเนินงานธุรกิจ โดยที่ความสัมพันธ์ของตัวแปรกลยุทธ์ธุรกิจ คือการพัฒนาศักยภาพทางธุรกิจเพื่อจัดการทรัพยากรภายในหรือความสามารถในการแข่งขันขององค์กรเพื่อใช้ เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ทรัพยากรภายในท้องถิ่นซึ่งประกอบไปด้วยคุณค่า (Value) ความสามารถในการแข่งขัน (Competition performance) ยากต่อการลอกเลียนแบบ (Ability is difficulty to copy) และการจัดการองค์กร (Organization management) (Barney, 1991, pp. 186-188) โดยนำการบริหารจัดการธุรกิจด้านการบริหารจัดการ (Management) ด้านการบริหารการผลิต (Production management) ด้านการบริหารการตลาด (Marketing management) และด้านการบริหารการเงินและทุน (Financial and capital management) (Promsri, 2008, pp. 58-60; Burke & Denise, 2004, pp. 126-138; Haksever, 2013, pp. 81-119; Kotler, 2000, p. 14) มาใช้เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์องค์กรจากทรัพยากรที่มีอยู่ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ทรัพยากรขององค์กร และค้นหาความสามารถในการแข่งขันขององค์กรให้เจริญเติบโตอย่างยั่งยืนและได้เปรียบ ในการแข่งขันที่ขับเคลื่อนโดยการสร้างความแตกต่างจากทรัพยากรภายใน สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบในการดำเนินงาน ขององค์กรให้มีความสอดคล้องต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา อันจะทำให้องค์กรนั้น สามารถอยู่รอดได้ และเติบโตไปพร้อมกับความได้เปรียบในการแข่งขันไม่ว่าสภาพแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปเช่นไร ก็ยังสามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้ นำมาสู่การสังเคราะห์สรุปแสดงดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

### สมมติฐานการวิจัย

การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน (MAN) มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (ORT) (H<sub>1</sub>)

กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน (BMS) มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (ORT) (H<sub>2</sub>)

การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน (MAN) มีอิทธิพลในทางบวกต่อกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน (BMS) (H<sub>3</sub>)

การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน (MAN) มีอิทธิพลในทางบวกต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (ORT)

ผ่านกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน (BMS) (H<sub>4</sub>)

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative method) มีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากร คือ ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนซึ่งเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าร่วมโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 32 อำเภอ รวมทั้งสิ้น 1,251 ราย (Office of Nakhon Ratchasima Province Community Development, 2019, p. 1) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structure equation model : SEM) ตามแนวคิดของ Comrey and Lee muj (1992, unpagued) คือกลุ่มตัวอย่าง 304 ราย มีความเหมาะสมระดับดี ซึ่งงานวิจัยได้กำหนดตัวแปรสังเกตได้ 12 ตัวแปร ทำการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage sampling) โดยการเทียบบัญชีตีไตรงายค้จำแนกตามอำเภอ กำหนดตัวอย่างแต่ละอำเภอแบบชั้นภูมิตามสัดส่วนของจำนวนอำเภอทั้งหมด ซึ่งอำเภอขนาดใหญ่ถูกเลือกมาเป็นตัวอย่างจำนวนมากกว่าอำเภอที่มีขนาดเล็กถูกเลือกเป็นตัวอย่างจำนวนน้อยกว่า (Silcharu, 2014, p. 49; Gall et al., 1996, p. 227)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามแบบวัดความสำคัญ 3 ประเด็น ประกอบด้วย 1) การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านการบริหารการผลิต ด้านการบริหารการตลาด และด้านการบริหารการเงินและทุน 2) กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่า ด้านความสามารถในการแข่งขัน ด้านความสามารถยากต่อการลอกเลียนแบบ และด้านการจัดการองค์กร และ 3) ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงิน ด้านลูกค้า ด้านกระบวนการทำงาน และด้านการเรียนรู้และพัฒนา มีลักษณะเป็นแบบอันตรภาคชั้นแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) ตามรูปแบบและเกณฑ์ของ Best and Kahn (1993, pp. 181-183) ได้แก่ สำคัญมากที่สุด เท่ากับ 5 คะแนน สำคัญมาก เท่ากับ 4 คะแนน สำคัญปานกลาง เท่ากับ 3 คะแนน สำคัญน้อย เท่ากับ 2 และสำคัญน้อยที่สุด เท่ากับ 1 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน พิจารณาความเที่ยงตรงรายข้อ (Index of item-objective congruence : IOC) เป็น “1” เมื่อเห็นว่ามีค่าตรง “0” เมื่อเห็นว่าไม่แน่ใจ และ “-1” เมื่อเห็นว่ายังไม่มีความตรง นำผลคะแนนมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์ของเนื้อหาตามวิธีของ Rovinelli and Hambleton (1977, pp. 49-60) ได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ในช่วง 0.701-0.898 ซึ่งมากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นจึงสามารถนำไปใช้เพื่อการวัดได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมาด้วยตนเองจนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่าง นำมาตรวจสอบข้อมูลที่สูญหาย โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยวิธี Listwise Deletion ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเฉพาะส่วนที่สมบูรณ์และไม่สนใจข้อมูลสูญหายที่เกิดขึ้น (Roth, 1994, p. 541)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญ ด้วยสถิติพื้นฐานเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean :  $\bar{X}$ ) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.) กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ Best and Kahn (1993, pp. 181-183) ได้แก่ ความสำคัญน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.80 สำคัญน้อย มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.81-2.60 สำคัญปานกลาง มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 สำคัญมาก มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 และสำคัญมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21-5.00 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ประกอบด้วย การหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson’s product moment correlation) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (r) แปลค่าความสัมพันธ์  $\pm 1.00$  คือ ระดับสมบูรณ์  $\geq 0.70$  คือ ระดับสูง 0.31-0.69 คือ ระดับปานกลาง  $\leq 0.30$  คือ ระดับต่ำ และ 0 คือ ไม่มีความสัมพันธ์ ซึ่งควรมีค่าไม่เกิน 0.80 (Srisathitnarakun, 2020, pp. 376-377) สำหรับการตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม AMOS กำหนดเกณฑ์การพิจารณาตามแนวคิดของ Hair et al. (2014, pp. 577-584) ในกรณีที่ค่าไค-สแควร์ ( $\chi^2$ ) ที่ไม่มีนัยสำคัญหรือค่า P-value สูงกว่า 0.05 หรือ ค่า ( $\chi^2$ ) ที่คำนวณได้น้อยกว่าค่า ( $\chi^2$ ), ค่า  $\chi^2/DF$  มีค่าน้อยกว่า 3.00 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์, ค่า GFI, AGFI และค่า CFI ค่ามากกว่า 0.95 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาก และค่ามากกว่า 0.90 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี, ค่า NFI, NNFI, IFI และค่า TLI มีค่าตั้งแต่ 0.90-1.00 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์, ค่า RMR และค่า SRMR มีค่าต่ำกว่า 0.05 และ ค่า RMSEA มีค่าน้อยกว่า 0.05 หรือ 0.08 ค่า  $R^2$  และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรอิสระในรูปคะแนนมาตรฐาน ( $\lambda$ ,  $\beta$ ) ส่วนการทดสอบสมมติฐาน ใช้สถิติทดสอบที (t-test) กำหนดให้ค่าที่ได้มากกว่า 1.96 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และค่าที่ได้มากกว่า 2.58 มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## ผลการวิจัย

ผลการศึกษาระดับการบริหารจัดการธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา

**ตาราง 2** ระดับความสำคัญของการบริหารจัดการธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านการบริหารจัดการ	3.75	0.56	มาก	2
2. ด้านการบริหารการผลิต	3.63	0.56	มาก	4
3. ด้านการบริหารการตลาด	3.64	0.60	มาก	3
4. ด้านการบริหารการเงินและทุน	3.77	0.62	มาก	1
<b>การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน</b>	<b>3.70</b>	<b>0.59</b>	<b>มาก</b>	<b>1</b>

ตาราง 2 (ต่อ)

ตัวแปร	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความสำคัญ	ลำดับที่
1. ด้านคุณค่า	3.69	0.57	มาก	1
2. ด้านความสามารถในการแข่งขัน	3.58	0.54	มาก	4
3. ด้านความสามารถยกต่อการลอกเลียนแบบ	3.56	0.53	มาก	3
4. ด้านการจัดการองค์กร	3.66	0.57	มาก	2
<b>กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน</b>	<b>3.62</b>	<b>0.55</b>	<b>มาก</b>	<b>3</b>
1. ด้านการเงิน	3.60	0.61	มาก	3
2. ด้านลูกค้า	3.83	0.70	มาก	1
3. ด้านกระบวนการทำงาน	3.57	0.53	มาก	4
4. ด้านการเรียนรู้และพัฒนา	3.69	0.61	มาก	2
<b>ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน</b>	<b>3.67</b>	<b>0.61</b>	<b>มาก</b>	<b>2</b>
<b>รวมเฉลี่ย</b>	<b>3.66</b>	<b>0.58</b>	<b>มาก</b>	<b>-</b>

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความสำคัญการบริหารจัดการธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.66$ ) โดยทุกด้านมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อันดับที่ 1 ด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ( $\bar{X}=3.70$ ) อันดับที่ 2 ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ( $\bar{X}=3.67$ ) และอันดับที่ 3 กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน ( $\bar{X}=3.62$ )

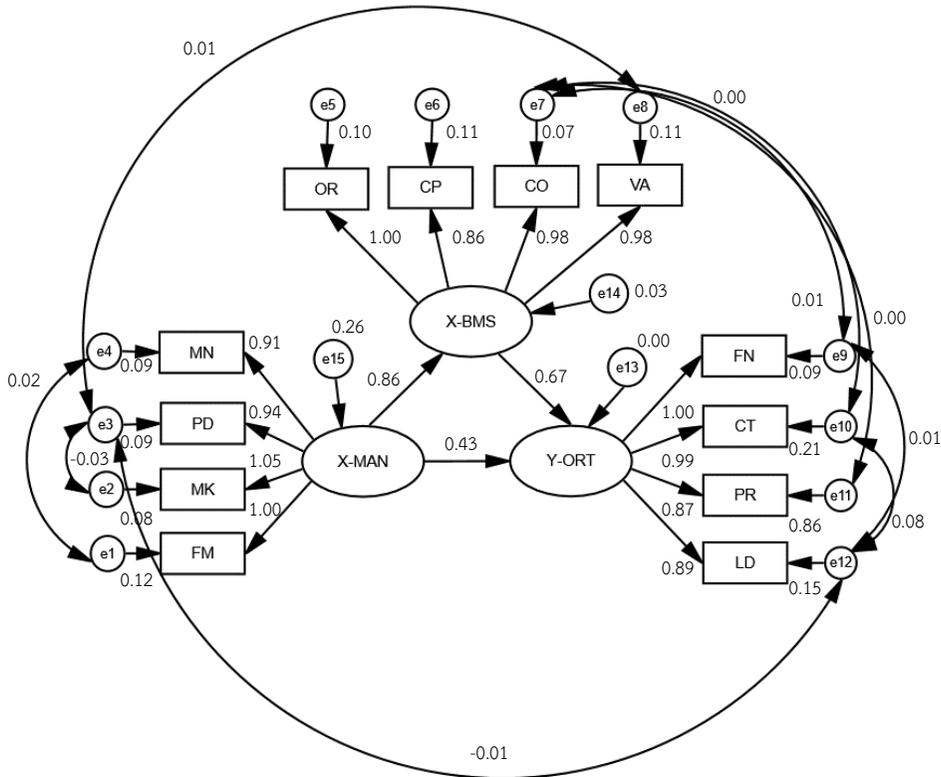
ผลการตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา แสดงดังตาราง 3 และภาพ 2

ตาราง 3 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ตัวแปรกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน และตัวแปรผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

	MN	PD	MK	FM	VA	CO	CP	OR	FN	CT	PR	LD
MN	1.000											
PD	0.737**	1.000										
MK	0.721**	0.667**	1.000									
FM	0.755**	0.674**	0.769**	1.000								
VA	0.648**	0.685**	0.688**	0.601**	1.000							
CO	0.688**	0.709**	0.734**	0.687**	0.673**	1.000						
CP	0.583**	0.601**	0.596**	0.555**	0.677**	0.656**	1.000					
OR	0.642**	0.694**	0.635**	0.606**	0.700**	0.718**	0.683**	1.000				
FN	0.724**	0.724**	0.770**	0.703**	0.681**	0.744**	0.683**	0.671**	1.000			
CT	0.605**	0.642**	0.633**	0.607**	0.609**	0.677**	0.522**	0.652**	0.693**	1.000		
PR	0.712**	0.702**	0.765**	0.702**	0.729**	0.740**	0.683**	0.736**	0.762**	0.612**	1.000	
LD	0.650**	0.644**	0.636**	0.655**	0.628**	0.701**	0.477**	0.625**	0.715**	0.763**	0.686**	1.000

\*\* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตาราง 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ( $r$ ) ของการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (0.605-0.770) กลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชนและผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน (0.555-0.734) และการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนและกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน (0.477-0.744) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีระดับความสัมพันธ์ไม่สูงมากจึงเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง แสดงดังภาพ 2



Chi-square/DF=1.325, p=0.055, GFI=0.937, AGFI=0.912, NFI=0.961, IFI=0.973, CFI=0.973, TLI=0.957, RMSEA=0.008, RMR=0.009, DF=42

ภาพ 2 ดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลการบริหารจัดการกลยุทธ์ และกลยุทธ์ทางธุรกิจ ที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา กับข้อมูลเชิงประจักษ์

จากภาพ 2 พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลการบริหารจัดการกลยุทธ์ และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่า  $\chi^2/DF=1.325$  (น้อยกว่า 3.00) GFI=0.937 (อยู่ในเกณฑ์ดี) AGFI=0.912 (อยู่ในเกณฑ์ดี) CFI=0.973 (อยู่ในเกณฑ์ดีมาก) NFI=0.961, IFI=0.973, TLI=0.957 (มีค่าระหว่าง 0.90-1.00) RMR=0.009 (มีค่าต่ำกว่า 0.05) และ RMSEA=0.008 (น้อยกว่า 0.08)

ผลการศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมาทั้งทางตรง และทางอ้อม

**ตาราง 4** ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน  
ในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐาน	R <sup>2</sup>	t	p-value
H <sub>1</sub> : MAN → BMS	0.558	5.904*	0.000
H <sub>2</sub> : BMS → ORT	0.628	4.466*	0.000
H <sub>3</sub> : MAN → ORT	0.706	4.263*	0.000
H <sub>4</sub> : MAN → ORT → BMS	0.767	13.455*	0.000

\* p<0.001

จากตารางที่ 4 พบว่า แบบจำลองปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน  
ในจังหวัดนครราชสีมาทั้งทางตรง และทางอ้อม ความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางบวก โดยสามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงาน  
ของธุรกิจชุมชนได้ ร้อยละ 55.80 (R<sup>2</sup>=0.558) ร้อยละ 62.80 (R<sup>2</sup>=0.628) ร้อยละ 70.60 (R<sup>2</sup>=0.706) และร้อยละ 76.70  
(R<sup>2</sup>=0.767) ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### อภิปรายผล

ความสำคัญการบริหารจัดการธุรกิจ กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน  
ในจังหวัดนครราชสีมา ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ซึ่งด้านการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนมาก  
เป็นอันดับแรก รองลงมาคือผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน และกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่า  
ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนส่วนใหญ่สามารถดำเนินธุรกิจโดยใช้วัตถุดิบ แรงงาน กระบวนการและเงินทุน ในการผลิต  
ภายในครอบครัวและชุมชนเป็นหลัก จึงส่งผลให้เกิดความคล่องตัวเพื่อสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ  
และมาตรฐานสากลได้ ซึ่งเป็นไปตามการสนับสนุนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ปี 2562 ของจังหวัดนครราชสีมา  
ที่มีการเชื่อมโยงแผนชุมชนกับแผนหน่วยงาน สนับสนุนงานงบประมาณ ทรัพยากร แก่ไขปรับเปลี่ยนกฎ ระเบียบ  
แนวทางการทำงานเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างชัดเจน เช่น แผนของหน่วยงาน รายงานการประชุม  
บันทึกความร่วมมือ จุดหมายรับรองการสนับสนุนแผน/งบประมาณจากหน่วยงาน ให้มีความสำคัญในการที่จะพัฒนา  
ระบบธุรกิจชุมชนจนเกิดการจัดระบบเรียนรู้ร่วมกัน จับมือร่วมกัน จนมีภาคีให้ความร่วมมือในการประกอบธุรกิจชุมชน  
ให้เกิดการประสานความร่วมมือในการพัฒนาสู่ตำบล และเกิดการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนตำบล  
และส่วนจังหวัดนครราชสีมา (Community Organization Development Institute, 2015, online) ซึ่งในงานวิจัย  
ของวิภาดา มุกดา (Mukda, 2014, p. 18) ได้แนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการให้กับผู้ผลิตสินค้า ได้แก่ ด้านคน  
หน่วยงานควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ การแบ่งงานกันทำ แล้วฝึกอบรมทักษะการผลิต  
ให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีความเชี่ยวชาญและมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ด้านการเงิน ควรมีการจัดหาแหล่งเงินทุน  
เงินกู้ยืมที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำให้กับกลุ่มผู้ผลิต ควรจัดฝึกอบรมในด้านการจัดทำงานการเงินตามหลักการบัญชีที่ถูกต้อง  
ด้านวัตถุดิบ หน่วยงานควรให้ความรู้ คำแนะนำ ฝึกอบรมพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิตใหม่ ๆ ตลอดจนช่วยเหลือ  
ด้านการวัตถุดิบอื่น ๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นเข้ามาทดแทนและสามารถแปรรูปวัตถุดิบที่เหลือจากการผลิต สร้างมูลค่าเพิ่ม  
ให้เกิดประโยชน์คุ้มค่ามากที่สุดโดยการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงในกลุ่มผู้ผลิตประเภทเดียวกันและประเภทอื่น ๆ  
เพื่อให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกัน ด้านวิธีการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยเหลือให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนด  
โครงสร้าง การกำหนดกฎระเบียบข้อบังคับการปฏิบัติงานภายในกลุ่ม และผู้ผลิตควรมีการติดต่อประสานงาน  
ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ แล้วเฝ้าหาโอกาสในการสร้างเครือข่าย เพื่อร่วมกันกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ให้มีทิศทาง  
ในการผลิตที่ถูกต้อง ด้านการตลาด ควรให้หน่วยงานจัดอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ให้มีคุณภาพมาตรฐานขยายช่องทางการจำหน่ายให้มากขึ้นทุกรูปแบบ เพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภค การตั้งและกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ควรมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ แบบครบวงจร และด้านเครื่องจักร หน่วยงานควรเข้ามาให้คำแนะนำในการวางแผนการผลิตทุกขั้นตอน ฝึกให้สมาชิก เรียนรู้คัดเลือกเครื่องมือ เครื่องจักร และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตให้เหมาะสมกับการทำงาน การตรวจสอบเครื่องมือ ก่อนการใช้งานทุกครั้ง การบำรุงรักษาเครื่องจักรเพื่อยืดอายุการใช้งานให้ยาวนาน

เช่นเดียวกับ Rubera and Kirca (2012, p. 130) ได้กล่าวว่า การนำ Balanced Scorecard เข้ามาวัดผล การดำเนินงานในองค์กรจะช่วยลดความผิดพลาดในการทำงาน และมีมาตรฐานในกระบวนการทำงานเพื่อลดต้นทุน มีการปรับปรุงประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งงานวิจัยของ Kairu et al. (2013, p. 81) พบว่าในภาคบริการการวัด และจัดการประสิทธิภาพบริษัท ต้องพัฒนาทักษะของพนักงานและประสิทธิภาพลงทุน ในการฝึกอบรมนวัตกรรมพนักงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันและความพึงพอใจของลูกค้า ตัวขับเคลื่อนที่สำคัญที่สุดของความสำเร็จ ของบริษัทจัดอันดับมุมมอง BSC 4 มุมมองว่าเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญมาก เน้นการวัดประสิทธิภาพและการจัดการ ใน 4 ด้านธุรกิจที่สำคัญ มุมมองทั้งสิ้นนี้ให้การประเมินที่ครอบคลุมขององค์กรมากกว่าการให้ความสำคัญกับสินทรัพย์ ที่จับต้องได้และการเงินขององค์กร เนื่องจากการเรียนรู้จะปรับปรุงกระบวนการทางธุรกิจภายใน การปรับปรุงนี้ นำไปสู่การปรับปรุงความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์ทางการเงินที่ดีขึ้น BSC เน้นการปรับปรุงและหากองค์กร ไม่ปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในที่สุดองค์กรจะสูญเสียคู่แข่ง อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Morphet (2007, p. 705-A) ได้กล่าวถึงบทบาทของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีต่อการบริหารจัดการธุรกิจ โดยสร้างตัวแบบ (Model) ของการบริหารจัดการธุรกิจที่มีพื้นฐานอยู่กับระบบข้อมูลสารสนเทศ ผลปรากฏว่า ระบบข้อมูลมีส่วนสำคัญต่อการบริหารจัดการ ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การบริหารจัดการธุรกิจชุมชน ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน และกลยุทธ์ทางธุรกิจชุมชน มีความสัมพันธ์กันอย่างเหมาะสม สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยส่งผลให้มีอิทธิพลต่อการดำเนินงาน ของธุรกิจชุมชนที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนได้และเป็นไปในทิศทางบวก ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของชุมชนมากที่สุดอีกด้วย สอดคล้องกับ Bocken et al. (2014, p. 42) ที่พบว่า การหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของแบบจำลอง จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับแบบจำลอง ว่าตัวแปรนั้นมีค่าสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรทุกคู่ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมแบบจำลองทางธุรกิจ การจัดการอย่างยั่งยืนมีความหลากหลายได้ ดังเช่นแนวคิดของ Donlaya (2019, online) ที่เสนอว่า การจัดการองค์กร เป็นกระบวนการบริหารกลุ่มบุคคลที่อยู่ในองค์กร หรือธุรกิจเดียวกันให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย กระบวนการวางแผน การจัดสรรบุคลากร การสร้างผู้นำที่มีความรู้ความสามารถ การสั่งการและการควบคุม องค์กรให้อยู่ในมาตรฐาน และนันทิชา হাসุนทรี (Hasunthari, 2020, p. 2) กล่าวเพิ่มเติมว่า องค์ประกอบการ ดึงให้กลุ่มบุคคลในองค์กรเข้ามาทำงานร่วมกันเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกันขององค์กรการจัดการองค์กร ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์กร การสรรหาบุคลากร การนำหรือการสั่งการ การควบคุมองค์กร การพยายามที่จะบรรลุ วัตถุประสงค์ร่วมกัน การจัดสรรทรัพยากร การจัดวางทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรการเงิน ทรัพยากรเทคโนโลยี และทรัพยากรธรรมชาติ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1. รัฐบาลในฐานะที่เป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารประเทศ ควรให้ความสำคัญโดยพิจารณาการบริหาร จัดการธุรกิจชุมชนเป็นอันดับแรก เพื่อให้เกิดการผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนท้องถิ่นได้รับการพัฒนา

ตามกระบวนการบริหารจัดการ การผลิต การตลาด การเงินและทุน นำไปสู่ความเป็นมาตรฐานและมีศักยภาพ พร้อมในการแข่งขันที่ยั่งยืน ทั้งในระดับครัวเรือนและระดับประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ประกอบการสามารถนำการบริหารจัดการธุรกิจ และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมา ไปประยุกต์ใช้เป็นแนวปฏิบัติในการบริหารจัดการเพื่อให้ได้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของลูกค้า ด้วยการให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้า การสร้างความแตกต่างในตัวสินค้า ตราและสัญลักษณ์สินค้า การโฆษณาให้ลูกค้ายอมรับในตัวสินค้า ซึ่งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันที่ยั่งยืนได้

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุในด้านรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาวิชาวิจัยที่ครอบคลุมเชิงลึก และทำการวิจัยต่อยอดเพื่อขยายแบบจำลองการศึกษาของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนในอนาคตต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of management*, 17(1), 99-120.
- Best, J., & Kahn, J. V. (1993). *Research in Education* (7<sup>th</sup> ed.). Boston : Allyn and Bacon.
- Bocken, N. M., Short, S. W., Rana, P., & Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of cleaner production*, 65, 42-56.
- Burke, G. L., & Denise, J. G. (2004). The influence of information and advice on competitive strategy definition in small-and medium-sized enterprises. *Qualitative Market Research : An International Journal*, 7(2), 126-138.
- Community Organization Development Institute. (2015). *Pai-Du-Chumchon-Haeng-Kan-Thongthiao-OTOP-Nawatta-Withi-Thai-Tambon-Prathai-Amphoe-Prathai-Changwat-Nakhon-Ratchasima*. Retrieved June 17, 2019, from <https://web.codi.or.th/development-news/20190819-7609/> (In Thai)
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). *A First Course in Factor Analysis* (2<sup>nd</sup> ed.). New Jersey : Lawrence Erlbaum Associates.
- Department of Industrial Promotion. (2018). *Naeonom-Utsahakam-Lae-Khanat-Talat-Khong-Thurakit-Praerup-Samunphrai*. Retrieved 6, 2018, from <https://bsc.dip.go.th/th/category/quality-control/qs-trensherbproduct> (In Thai)
- Donlaya, C. (2019). *Modern Organization Management*. Retrieved December 9, 2019, from, <https://www.moneywecan.com/organizing/>
- Gall, M. D., Borg, W. R., & Gall, J. P. (1996). *Educational research : An introduction*. New York : Longman Publishing.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis* (7<sup>th</sup> ed.). Harlow : Pearson Education Limited.
- Haksever, C., & Render, B. (2013). *Service management: An integrated approach to supply chain management and operations*. FT Press.

- Hasunthari, N. (2020). *Quality Organization Management*. Retrieved April 29, 2020, from [http://www.elfhs.ssru.ac.th/natnicha\\_ha/file.php/1/MPA\\_5704/\\_pdf](http://www.elfhs.ssru.ac.th/natnicha_ha/file.php/1/MPA_5704/_pdf) (In Thai)
- Isranews Agency. (2012). *OTOP-Mai-Chai-Khae-Khai-Khong-Nakwichakan-Yipun-Chi-Tong-Phatthana-Khuapkhukhu-Sinkha-Chum-Chon*. Retrieved June 17, 2019, from <https://www.isranews.org/thaireform-other-news/15717-2012-08-12-16-29-58.html> (In Thai)
- Kairu, E. W., Wafula, M. O., Okaka, O., Odera, O., & Akerele, E. K. (2013). Effects of Balanced Scorecard on Performance of Firms in The Service Sector. *European journal of business and management*, 5(9), 81-88.
- Kamonwet, C. (2016). *Cultural Business Model*. Bangkok : Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce. (In Thai)
- Kantasuk, W., Thanhakitkit, K., & Noja, C. (2001). *Status of the group and network of healers in the production, processing and marketing of herbs*. Research report. Community Potential development Foundation, Chiang Mai. (In Thai)
- Kaplan, S. R., & Norton, D. P. (1996). Using the Balance Scorecard as a Strategic Management System. *Harvard Business Review*, 1(45), 74-85.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. New Jersey : Prentice-Hall.
- Morphet, D. (2007). The Administration of the School Administrators. *Dissertation Abstract International*, 34(3), 705-A.
- Mukda, W. (2014). Guidelines Management of Product Manufacturing Group on One Tambon One Product in tak Province. *SDU Research Journal, Humanities and Social Sciences*, 10(1), 187-206.
- Office of Nakhon Ratchasima Province Community Development. (2019). *Summary report of the operating results according to the community business in Nakhon Ratchasima Province*. Retrieved June 17, 2019, from <http://korat.cdd.go.th/> (In Thai)
- Office of Strategic Management Lower Northeastern Province Group 1. (2018). Provincial group plans. Retrieved September 13, 2018, from <http://www.osmnortheast-s1.moi.go.th/> (In Thai)
- Promsri, C. (2008). *A handbook for excellent organizations*. Bangkok : Panyachon. (In Thai)
- Roth, P. L. (1994). Missing Data : A Conceptual Review for Applied Psychologists. *Personel Psychology*, 4(3), 537-560.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). The use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Rubera & Kirca (2012). Firm Innovativeness and Its Performance Outcomes: A Meta-Analytic Review and Theoretical Integration. *journal of Marketing*, 76(3), 130-147.
- Silcharu, T. (2014). *Research and statistical analysis with SPSS and AMOS* (15<sup>th</sup> ed.). Bangkok : Business R & D. (In Thai)
- Srisathitnarakun, B. (2020). *Research Methods in Nursing* (5<sup>th</sup> ed.). Bangkok : U & I Inter Media. (In Thai)
- The National Statistical Office. (2019). *Ongkon-Chumchon:-Konkai-Phuea-Kae-Panha-Lae-Phatthana-Sangkom*. Bangkok : The Thailand Research Fund. (In Thai)