

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กับธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย

สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการประกอบธุรกิจค้าปลีกของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย และเพื่อเปรียบเทียบการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีสถานประกอบการในเขตเทศบาลในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ จำนวน 389 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t -test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก มีความคิดเห็นด้วยกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์ห้องครัว ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์ห้องครัว ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความ

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจและรองคณบดีฝ่ายวางแผนและประกันคุณภาพ
คณะกรรมการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ตำบลขามเรียง อำเภอกันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม 44150

รับผิดชอบต่อสังคม ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ที่มีอายุและระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวม และเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($p < 0.05$)

คำสำคัญ: เศรษฐกิจพอเพียง ธุรกิจค้าปลีก กลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย

Application of the Philosophy of Sufficiency Economy in Retail Business in the Provincial Cluster Number 12 of Thailand

Subunn leamvijarn*

Abstract

The purpose of this study was to verify and compare application of the Philosophy of Sufficiency Economy for retailers in provincial cluster number 12 in Thailand. A questionnaire was constructed to collect data from 389 samples selected by means of multi-stage random sampling. The statistics used for the data analyses were percentage, average, standard deviations, t-test, F-test (ANOVA).

The results of the study revealed that most of the retailers had knowledge and understood the philosophy of sufficiency economy at a moderate level. They agreed at a high level with the application of the sufficiency economy philosophy in general and in each aspect. The aspects were corporate analysis, marketing, finance, personnel, moral and social responsibility.

The retailers who were different ages and different durations of business operations opined that the application of the sufficiency economy philosophy in general and in each aspect related to corporate analysis, marketing, finance and personnel showed a significant difference ($p < 0.05$)

Keywords: Sufficiency Economy, Retail Business, Provincial Cluster Number 12

* Assistant Professor, Department of Business Economics and Associate Dean for Planning and Quality Assurance Mahasarakham Business School, Mahasarakham University Khamriang, Kantarawichai, Mahasarakham 44150

บทนำ

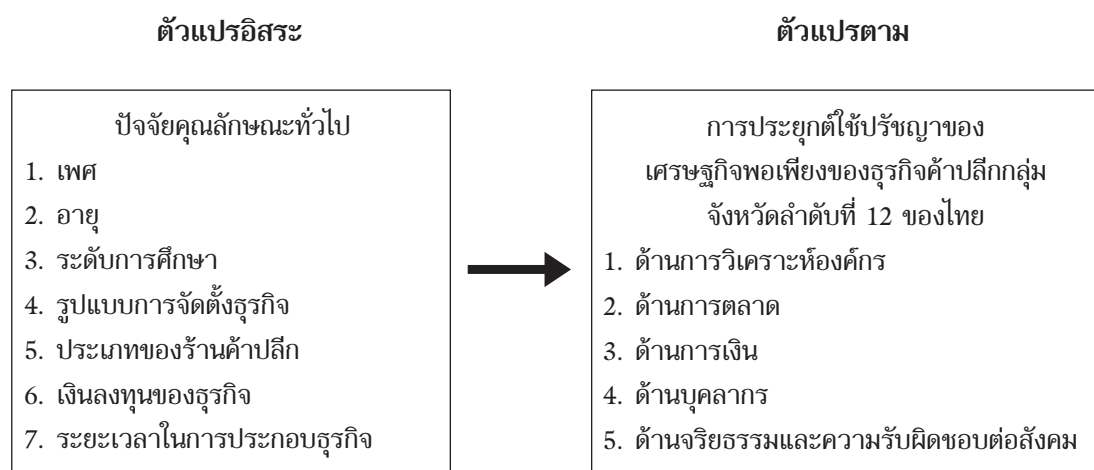
ธุรกิจค้าปลีกถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความนิยมและยังมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งจากธุรกิจค้าปลีกขนาดเล็กเป็นธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่มีเครือข่ายจากต่างประเทศ และในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นธุรกิจค้าปลีกผ่านอินเทอร์เน็ต การที่ธุรกิจค้าปลีกเป็นที่นิยมมากกว่าการค้าปลีกด้านการผลิต เพราะการผลิตสินค้าเกษตรกรรมหรืออุตสาหกรรมเป็นการหาผลกำไรที่ลำบากกว่า การซื้อและขายไป ธุรกิจค้าขายไม่ต้องเผชิญกับกับความเสี่ยงของภาวะผันผวนของตลาดเท่าใดนัก ผู้ประกอบกิจการค้าปลีกมีทั้งที่เป็นรายใหญ่และรายย่อย และยังมีทั้งดำเนินธุรกิจการค้าภายในประเทศกับธุรกิจค้าขายกับต่างประเทศ ฉะนั้นยังไทยมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้นเท่าใด การผลิตภายในประเทศก็จะเพิ่มขึ้นเท่านั้น การค้าปลีกก็จะเติบโตตามไปด้วย และยังมีบทบาทสำคัญต่อไป (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546; นิรมล สุธรรมกิจ, 2551)

ในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจฟองสบู่แตกของประเทศไทย เมื่อปีพุทธศักราช 2540 นั้นได้ทำลายทุกปริมณฑลธุรกิจ ทำลายทุกส่วนของทุก ๆ อุตสาหกรรม รวมไปถึงวงการค้าปลีกในประเทศไทย ทั้งสัญญาชาติไทยและลูกค้าครั้งต่างโดนผลกระทบกันถ้วนหน้า บทเรียนของวิกฤติเศรษฐกิจไทยในทศวรรษที่แล้ว (พ.ศ. 2540) ทำให้หลายธุรกิจ ซึ่งรวมถึงธุรกิจค้าปลีกด้วยนั้น วิเคราะห์หาสาเหตุของความล้มเหลวในการนำพาธุรกิจฝ่าวิกฤติเศรษฐกิจในครั้งนั้น หนึ่งในสาเหตุที่สำคัญ ก็คือ ความไม่รู้จักประมาณตน การไม่รู้จักจักความพอดี มีการลงทุนและใช้จ่ายที่เกินตัว อีกทั้งยังรู้ไม่เท่าทันกับเงื่อนไขของปัจจัยแวดล้อมตลอดจนรูปแบบการแข่งขันและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วหลังจากพิษเศรษฐกิจดังกล่าว แม้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกหลายรายที่สามารถประคองธุรกิจมาได้ แต่ก็ต้องเสียเวลาและใช้เวลาในการรักษาธุรกิจของตนให้สามารถฟื้นตัวขึ้นมาได้ นับแต่ทศวรรษแห่งวิกฤติเศรษฐกิจของไทย พ.ศ. 2540 ดังกล่าวข้างต้นนั้น ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้รับการกล่าวถึงอย่างแพร่หลายและยังได้มีการนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางป้องกันมิให้ประเทศไทยต้องตกอยู่ในภาวะวิกฤติดังที่ประสบมา (อภิชัย พันธเสน อ่างถึงโน นัฐพงษ์ พรวิวัฒน์, 2547) อีกทั้งยังมีการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ใช้ในหลายองค์กรธุรกิจ อาทิเช่น บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) เป็นต้น สำหรับธุรกิจค้าปลีกเองนั้น ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการค้าปลีกได้ กล่าวคือเป็นกรอบแนวคิดที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้แก่ผู้ประกอบการค้าปลีก ทำให้มีความแข็งแกร่ง สามารถใช้ความรู้ความรอบคอบ และคุณธรรมประกอบการตัดสินใจในการประกอบธุรกิจทุกด้าน ซึ่งท้ายที่สุดจะส่งผลทำให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง (นิศารัตน์ ทัดตินาพานิช, 2551) กลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยหรือกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ ถือเป็นอีกกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจตลอดจนศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพราะเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีสถาบันการศึกษาที่ผลิตทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ขั้นสูงอยู่หลายแห่ง อาทิเช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัย

มหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์ เป็นต้น และยังเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีสถานประกอบการประเภทค้าปลีกในปี พ.ศ. 2545 ถึง 14,137 แห่ง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2545) ทั้งนี้การขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยนั้น ยังไม่ปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในกลุ่มจังหวัดดังกล่าว ควรมีการศึกษาว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยมีความรู้ความเข้าใจต่อปรัชญาดังกล่าวอย่างไร และมีการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการประกอบธุรกิจอย่างไร ด้วยเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาถึงการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจการค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย ผลการวิจัยนี้ทำให้ได้ข้อสังเกตสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกทั้งในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 และกลุ่มจังหวัดอื่น ๆ ในการใช้เป็นแนวทางการประยุกต์ใช้และขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจ อีกทั้งยังเป็นข้อสังเกตให้ภาคธุรกิจอื่น ๆ ใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างและขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการประยุกต์ใช้ดำเนินงานภายในองค์กร ตลอดจนเป็นข้อสังเกตให้ภาครัฐใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างสนับสนุนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานในการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้เกิดการประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายต่อไป

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยคุณลักษณะทั่วไปถูกกำหนดให้เป็นตัวแปรอิสระและมีความสัมพันธ์ต่อการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย จากวัตถุประสงค์ข้างต้นสามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ ดังนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจของนักวิชาการและหน่วยงานดังนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (อ้างถึงใน นิศารัตน์ ทัดตินาพานิช, 2551) สุขสรรค์กันตะบุตร (2550) ทองทิพภา วิริยะพันธุ์ (2550) สุทิน ลีปิยะชาติ (อ้างถึงใน นิศารัตน์ ทัดตินาพานิช, 2551) และสุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2552) โดยแนวคิดหรือแนวทางการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจของนักวิชาการและหน่วยงานข้างต้น ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ตัวแปรการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามหลักการสังเคราะห์ตัวแปร (พิสนุ พองศรี, 2553) ดังปรากฏในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1: การสังเคราะห์ตัวแปรการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ

ตัวแปรการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ	สุขสรรค์กันตะบุตร (2550)	ทองทิพภา วิริยะพันธุ์ (2550)	สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อ้างถึงใน นิศารัตน์ ทัดตินาพานิช (2551)	สุทิน ลีปิยะชาติ (2551)	สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์ (2552)
1. ด้านการวิเคราะห์องค์กร	✓	✓			✓
2. ด้านการผลิต	✓	✓	✓	✓	✓
3. ด้านการตลาด	✓	✓	✓	✓	✓
4. ด้านการเงิน			✓	✓	✓
5. ด้านบุคลากร	✓	✓		✓	✓
6. ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 1 มีตัวแปรการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจซึ่งมีการศึกษาทั้งสิ้น 6 ตัวแปร โดยมีผู้นำมาศึกษาน้อยที่สุด 4 ตัวแปร และมากที่สุด 6 ตัวแปร สำหรับผู้วิจัย ในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเพียง 5 ตัวแปร ตัดตัวแปรที่ 2 ออกเนื่องจากธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีการประกอบธุรกิจในลักษณะซื้อขายสินค้าระหว่างผู้ค้าปลีกกับผู้บริโภคโดยตรง (ซื้อมาขายไป) ทั้งธุรกิจแบบดั้งเดิม แบบร้านโชห่วย และร้านค้าปลีกทั่วไป

ดังนั้น การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในการประกอบธุรกิจค้าปลีก จึงหมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ประโยชน์โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจค้าปลีกใน 5 ด้าน ได้แก่

1) ด้านการวิเคราะห์องค์กร (Corporate Analysis Aspect) หมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการวิเคราะห์องค์กรโดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องรู้จักการวิเคราะห์ตัวเองว่ามีจุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) ตรงไหนองค์กรของตนมีศักยภาพ มีความถนัด มีภูมิคุ้มกันจากประสิทธิภาพภายในของตนเพียงใดในการทำธุรกิจนั้น ๆ ศึกษาธุรกิจของตนให้แตกฉาน นั่นคือ การรู้จักตนเองก่อน หลังจากรู้จักตนเองแล้วก็ต้องรู้จักคู่แข่งของตน (Competitors) ว่าเก่งด้านไหน เก่งได้อย่างไร แล้วตนเองจะดำเนินธุรกิจอย่างไร เพื่อให้อยู่รอดท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ที่เขย่าวรากรุ่นปัจจุบันนี้ได้ ทำอย่างไรองค์กรของตนจึงจะปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีการพึ่งตนเองเป็นหลักและมีความยืดหยุ่น หรือเรียกได้ว่าเป็นองค์กรที่มีการปรับตัวพร้อมรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา (Adaptive Organization)

2) ด้านการตลาด (Marketing Aspect) หมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการตลาดและการขายโดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไม่ควรขยายช่องทางการตลาดจนเกินตัว ไม่ควรเร่งสร้างชื่อเสียงให้ธุรกิจของตนโดยไม่รู้ว่าคุณภาพอยู่ตรงไหน ใช้งบประมาณเกินตัว ทุ่มโฆษณาประชาสัมพันธ์เกินความพอดี การที่จะสร้างชื่อเสียงให้ธุรกิจอย่างพอเพียง ต้องมีการประเมินตนเองมีเหตุและมีผล ซึ่งเป็นการสร้างชื่อเสียงให้ธุรกิจอย่างมีภูมิคุ้มกัน นำ ไม่ควรเร่งสร้างยอดขายโดยมองเพียงแค่มูลค่าหรือกำไรที่จะเกิดขึ้นเท่านั้น แต่การพิจารณาว่ากำไรที่จะได้รับนั้น คำนวณหรือไม่กับการที่จะต้องไปขายไกลขึ้น มีค่าบุคลากรเพิ่มขึ้น ค่าขนส่งที่เพิ่มขึ้น ฯลฯ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องมีการวิเคราะห์ตลาดตามหลักของเหตุและผลบนหลักความพอประมาณ รู้จักตลาดทั้งในและต่างประเทศมากขึ้น ไม่ควรขยายการลงทุนตามแฟชั่น ลงทุนไปแต่ไม่รู้จะขายได้เท่าไร เพียงแต่คาดเดาว่าจะขายได้กำไรเท่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องรู้ทันกระแสตลาด แต่ไม่จำเป็นต้องก้าวทันกระแส

3) ด้านการเงิน (Finance Aspect) หมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการเงินและเงินทุน โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจำเป็นที่จะต้องใช้เงินทุนอย่างระมัดระวัง พึ่งพาเงินทุนของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจโดยไม่ติดหนี้และยังจะมีเงินออมเพื่อลงทุนต่อไปในอนาคต แต่หากจะต้องกู้เงินก็ควรต้องวางแผนให้ดีกว่าดอกเบี่ยสูงหรือไม่แหล่งเงินกู้ที่ไหนให้เงื่อนไขที่ดีมีที่มาอย่างไร เมื่อกู้เงินมาแล้วจะใช้หนี้คืนได้อย่างไร ใช้ระยะเวลานานเท่าไร โดยการที่ลงทุนไปจะคุ้มค่างกับเงินลงทุนหรือไม่ เป็นพื้นฐานพื้นฐานของความพอประมาณ ภูมิคุ้มกันภายใต้ความพอดี มีการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงทั้งการใช้หนี้สินและผลได้ว่าสมดุลหรือไม่ มีการบริหารความเสี่ยงอย่างมืออาชีพ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องจัดให้มีระบบบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ เพื่อจะได้รับความเชื่อมั่น ทั้งจากสถาบันการเงินผู้ปล่อยกู้ และจากลูกค้าเชื่อมั่นได้มาจากลูกค้าของตน

4) ด้านบุคลากร (Personnel Aspect) หมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการรักษาและพัฒนาบุคลากร โดยผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจะต้องพัฒนาบุคลากรภายในองค์กรของตนตลอดเวลา ต้องสร้างให้บุคลากรเป็นทุนมนุษย์ (Human Capital) มีจำนวนบุคลากรอย่างสมดุลกับความรู้ความสามารถ (Competency) และความเชี่ยวชาญ (Expert) ที่องค์กรต้องการ อีกทั้งผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องสร้างและทำให้เกิดบรรยากาศของการแบ่งปันความรู้และคุณธรรม ซึ่งเป็นการสร้างประสิทธิภาพจากภายในองค์กรอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องพยายามสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมการทำงานบนฐานการเรียนรู้แบ่งปันและกระจายความรู้ให้ทั่วทั้งองค์กรอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ เตรียมบุคลากรให้พร้อมในการเติบโตไปกับองค์กรดูแลบุคลากรให้เกิดกำลังใจในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

5) ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม (Moral and Social Responsibility Aspect) หมายถึง การนำแนวพระราชดำริปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ในการส่งเสริมให้มีจรรยาบรรณและความซื่อสัตย์ โดยการดำเนินธุรกิจจำเป็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกต้องมีจรรยาบรรณ มีความซื่อสัตย์ มีจริยธรรมเป็นเครื่องช่วยควบคุม เสริมสร้าง ผลักดัน และกระตุ้นให้มีความรับผิดชอบต่อสังคม การเพิ่มกำไรหรือสัดส่วนการครองตลาด (Market Share) ควรดำเนินการอย่างมีจริยธรรม เพราะการดำเนินธุรกิจอย่างไม่มีจริยธรรม ไม่รับผิดชอบต่อสังคมย่อมจะได้รับการต่อต้านจากสังคมและกฎหมาย ที่สุดท้ายก็จะกลับมากระทบกับองค์กรของตนอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้อีกทั้งหากผู้ประกอบการมุ่งเน้นการสร้างเสริมจริยธรรมในการประกอบธุรกิจของตน มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ลูกจ้าง ผู้ถือหุ้น ลูกหนี้ รัฐ ย่อมจะส่งผลให้ธุรกิจนั้น ๆ ได้รับความเชื่อถือ เชื่อมั่นจนกระทั่งต่อองค์กรธุรกิจที่ดีก็จะส่งผลให้องค์กรธุรกิจของตนเติบโตและพัฒนาด้วยความเข้มแข็งยั่งยืนต่อไป

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ประเภทของร้านค้าปลีก เงินลงทุนของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแตกต่างกัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

กระบวนการและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ในกระบวนการเลือกกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยนั้นประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย (กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก เสิ่งเหื่อนตอนกลาง) ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากรายงานการสำรวจสำมะโนธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการของจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ปี พ.ศ. 2545 ได้ ผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดร้อยเอ็ดจำนวน 2,569 ราย จังหวัดขอนแก่นจำนวน 6,739 ราย จังหวัดมหาสารคามจำนวน

2,119 ราย จังหวัดกาฬสินธุ์ 2,710 ราย รวมทั้งสิ้น 14,137 ราย (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2545) กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่สถานประกอบการในเขตเทศบาลในพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ จำนวน 389 ราย โดยการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตร ทาโร่ ยามาเน (Taro Yamane) (อ้างถึงใน วัลลภ ลำพวย, 2551) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage Random Sampling) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 389 ฉบับ โดยผู้วิจัยเริ่มสอบถามในระหว่างวันที่ 1 เมษายน 2553 ถึงวันที่ 7 กรกฎาคม 2553 รวมระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลทั้งสิ้น 98 วัน และนำแบบสอบถามตรวจสอบความสมบูรณ์ ความครบถ้วน ในเนื้อหาซึ่งได้รับกลับคืนมาจำนวน 389 ฉบับ ซึ่งมีอัตราผลตอบแทนร้อยละ 100 สอดคล้องกับ Aaker, Kumar, Day และ Leone (2011) ซึ่งได้นำเสนอว่าการส่งแบบสอบถามต้องมีอัตราผลตอบแทนอย่างน้อยร้อยละ 20 จึงเป็นที่ยอมรับได้

การวัดคุณลักษณะของตัวแปร

ปัจจัยคุณลักษณะทั่วไปเป็นตัวแปรอิสระ ซึ่งจำแนกเป็น 6 ส่วน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับการศึกษา 2) ข้อมูลพื้นฐานของธุรกิจ ประกอบด้วย รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ประเภทของร้านค้าปลีก เงินลงทุนของธุรกิจ ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ และมูลค่ายอดขายเฉลี่ยต่อเดือน 3) ความรู้ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ ประกอบด้วย ที่มาของความรู้ที่ใช้ในการประกอบธุรกิจ และการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจ 4) การประกอบธุรกิจด้านการลงทุน ประกอบด้วย ลักษณะการลงทุนของธุรกิจ การผ่อนชำระหนี้ การเก็บออม และเป้าหมายในการประกอบธุรกิจ 5) การรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สื่อในการรับรู้ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และ 6) ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย ความเข้าใจที่มีต่อความหมายของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและความรู้ความเข้าใจทั่วไปเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นตัวแปรตาม ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการวิเคราะห์องค์กร ประกอบด้วย 5 คำถาม ครอบคลุมเกี่ยวกับการดำเนินการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของกิจการ ทำให้ทราบถึงศักยภาพและความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญของกิจการ การดำเนินการวิเคราะห์คู่แข่งเกี่ยวกับความเก่ง ว่าเก่งด้านไหน เก่งได้อย่างไร แล้วตนเองจะดำเนินการธุรกิจอย่างไรให้อยู่รอด กำหนดกลยุทธ์ในการใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างเหมาะสม ประหยัด และ

มีประสิทธิภาพสูงสุด มีการประเมินความเสี่ยง อย่างสม่ำเสมอจึงรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และสามารถปรับตัวเข้าสู่กระแสการแข่งขันได้อย่างมีภูมิคุ้มกัน ภูมิด้านทานที่ดีและเติบโตอย่างมั่นคงมีเสถียรภาพ

2) ด้านการตลาด ประกอบด้วย 5 คำถาม ครอบคลุมเกี่ยวกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างพอเพียง ประเมินตนเองมีเหตุและมีผล สร้างยอดขายโดยไม่มองแค่มูลค่าหรือกำไรในระยะสั้นเท่านั้น แต่จะพิจารณาว่ากำไรที่ได้รับคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ การรับคำสั่งซื้ออย่างพอประมาณเท่าที่มีกำลังความสามารถที่ทำได้ การให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสินค้าและชื่อเสียงของธุรกิจมากกว่าคำนึงถึงผลกำไรอย่างเดียว 3) ด้านการเงิน ประกอบด้วย 5 คำถาม ครอบคลุมการใช้เงินทุนในการประกอบธุรกิจอย่างระมัดระวัง ขยายกิจการโดยระมัดระวังเป็นค่อยไป และมาจากการสะสมทุนที่มาจากกำไร การกู้เงินมาใช้ในกิจการจะไม่กู้มากเกินไปมีการรักษาระดับอัตราหนี้สินต่อทุนให้เหมาะสม มีการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการและความสามารถในการบริหารจัดการการเงินของกิจการ 4) ด้านบุคลากร ประกอบด้วย 5 คำถาม ครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต จ้างงานโดยเน้นคนในท้องถิ่นและละแวกใกล้เคียงเป็นหลัก จัดให้มีจำนวนบุคลากรในกิจการที่สมดุลกับความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญที่กิจการต้องการ ใช้หลักวิชาการในการบริหารทีมงานโดยมีเหตุผล ยอมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในทีมงานให้ความสำคัญกับแนวคิดที่จะรักษาคนเก่งและคนที่มีความสามารถให้อยู่กับกิจการตลอดไป และ 5) ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ประกอบด้วย 5 คำถาม ครอบคลุมการให้ความสำคัญกับการประกอบกิจการที่มีความเป็นมืออาชีพ รับผิดชอบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ซื่อสัตย์ จริงใจ ไม่มีการแสวงหาผลประโยชน์ในทางมิชอบไม่คดโกงเอาเปรียบผู้บริโภคหรือลูกค้าตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือสังคม พอใจในผลกำไรตามที่สมควรได้รับ รู้จักความพอเพียง พอดี พอประมาณอย่างมีเหตุผล มีการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น มีการแบ่งปันเพื่อสังคม เปิดโอกาสให้แกผู้อื่น ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นที่ประจักษ์แก่สาธารณชนควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจทั้งในด้านความปลอดภัยของชีวิต สุขภาพ รวมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญสองท่าน ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. การุณย์ ประทุม และ อาจารย์ ดร. เกสินี หมั่นไธสง อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการและสาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และความตรงตามโครงสร้างของแบบสอบถาม (Construct Validity) และความครบถ้วนของประเด็นคำถามและใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีก มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟายู่ระหว่าง 0.725-0.919 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาหรือค่าความเชื่อมั่นรวมเท่ากับ 0.934

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกันด้วยค่า Independent Sample t-test และการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มตัวอย่างที่มีมากกว่า 2 กลุ่มด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (Analysis of Variance: One Way ANOVA) และการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ประเภทของร้านค้าปลีก เงินลงทุนของธุรกิจ และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 มีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจ ประเภทของร้านค้าปลีก เงินลงทุนของธุรกิจ และระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ

ตัวแปรตาม ได้แก่ การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่าง ๆ ดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้ t-test (Independent Sample) และ One Way Analysis of Variance

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.33) อายุ 30-35 ปี (ร้อยละ 29.56) รองลงมา น้อยกว่า 30 ปี (ร้อยละ 25.20) ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 53.73) รองลงมา ปริญญาตรี (ร้อยละ 42.67)

ตารางที่ 2: ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย

ลำดับที่	ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง	จำนวน	ร้อยละ
1	ต่ำ	39	10.00
2	ปานกลาง	212	54.50
3	สูง	138	35.50
	รวม	389	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่ มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง อยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 54.50) รองลงมา มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับสูง (ร้อยละ 35.50)

ตารางที่ 3: ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกโดยรวม และเป็นรายด้านของผู้ประกอบการค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทย

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีก	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการวิเคราะห์องค์กร	3.98	0.60	มาก
2. ด้านการตลาด	4.03	0.64	มาก
3. ด้านการเงิน	4.15	0.63	มาก
4. ด้านบุคลากร	4.03	0.72	มาก
5. ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	4.34	0.55	มาก
โดยรวม	4.11	0.49	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ($\bar{X} = 4.34$) ด้านการเงิน ($\bar{X} = 4.15$) ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.03$) และด้านการตลาด ($\bar{X} = 4.03$)

ตารางที่ 4: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวม และเป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีเพศแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	เพศชาย		เพศหญิง		t	p-value
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
1. ด้านการวิเคราะห์องค์กร	4.00	0.60	3.96	0.60	0.696	0.487
2. ด้านการตลาด	4.09	0.60	3.98	0.66	1.765	0.078
3. ด้านการเงิน	4.12	0.67	4.17	0.59	-0.776	0.438
4. ด้านบุคลากร	4.09	0.66	3.98	0.76	1.446	0.149
5. ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	4.35	0.58	4.34	0.53	0.099	0.921
รวม	4.13	0.49	4.09	0.49	0.872	0.384

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตารางที่ 5: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	3.847	1.282	5.406	0.001*
	ภายในกลุ่ม	385	91.326	0.237		
	รวม	388	95.173			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุ 30-35 ปี และ 36-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		น้อยกว่า 30 ปี	30-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
น้อยกว่า 30 ปี	$\bar{X}$	4.08	4.23	4.16	3.98
	4.08	-	0.028*	0.356	0.126
	30-35 ปี	4.23	-	0.350	0.000*
	36-40 ปี	4.16		-	0.024*
	มากกว่า 40 ปี	3.98			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 7: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านการวิเคราะห์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	3	3.519	1.173	3.277	0.021*
	ภายในกลุ่ม	385	137.802	0.58		
	รวม	388	141.321			
2. ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	3	6.135	2.045	5.147	0.002*
	ภายในกลุ่ม	385	152.962	0.397		
	รวม	388	159.097			
3. ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	3	5.900	1.967	5.102	0.002*
	ภายในกลุ่ม	385	148.402	0.385		
	รวม	388	154.302			
4. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	3	6.127	2.042	3.965	0.008*
	ภายในกลุ่ม	385	198.305	0.515		
	รวม	388	204.432			
5. ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.744	0.581	1.914	0.127
	ภายในกลุ่ม	385	116.908	0.304		
	รวม	388	118.652			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ในด้านวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการวิเคราะห์องค์กรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกอายุ 30-35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 8) ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าปลีกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการตลาดน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุน้อยกว่า 30 ปี 30-35 ปี และ 36-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 9) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเงินน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุ 30-35 ปี และ 36-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 10) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุมากกว่า 40 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านบุคลากรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุ 30 -35 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 11)

ตารางที่ 8: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการวิเคราะห์องค์กรของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		น้อยกว่า 30 ปี	30-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
	$\bar{X}$	3.99	4.10	3.97	3.85
	น้อยกว่า 30 ปี	3.99	-	0.195	0.092
	30-35 ปี	4.10	-	0.189	0.002*
	36-40 ปี	3.97		-	0.219
	มากกว่า 40 ปี	3.85			-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 9: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		น้อยกว่า 30 ปี	30-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
	$\bar{X}$	4.05	4.17	4.07	3.85
	น้อยกว่า 30 ปี	4.05	-	0.177	0.020*
	30-35 ปี	4.17	-	0.326	0.000*
	36-40 ปี	4.07	-	-	0.032*
	มากกว่า 40 ปี	3.85	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 10: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเงินของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		น้อยกว่า 30 ปี	30-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
	$\bar{X}$	4.10	4.30	4.25	4.00
	น้อยกว่า 30 ปี	4.10	-	0.019*	0.281
	30-35 ปี	4.30	-	0.673	0.000*
	36-40 ปี	4.25	-	-	0.012*
	มากกว่า 40 ปี	4.00	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 11: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านบุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		น้อยกว่า 30 ปี	30-35 ปี	36-40 ปี	มากกว่า 40 ปี
	$\bar{X}$	4.02	4.19	4.05	3.87
	น้อยกว่า 30 ปี	4.02	-	0.085	0.119
	30-35 ปี	4.19	-	0.217	0.001*
	36-40 ปี	4.05	-	-	0.118
	มากกว่า 40 ปี	3.87	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 12: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.118	0.059	0.239	0.787
	ภายในกลุ่ม	386	95.055	0.246		
	รวม	388	95.172			

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตารางที่ 13: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	0.233	0.116	0.473	0.624
	ภายในกลุ่ม	386	94.940	0.246		
	รวม	388	95.173			

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีรูปแบบการจัดตั้งธุรกิจแตกต่างกันมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตารางที่ 14: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีประเภทของร้านค้าปลีกแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	10	1.818	0.182	0.736	0.690
	ภายในกลุ่ม	378	93.355	0.247		
	รวม	388	95.173			

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีประเภทของร้านค้าปลีกแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตารางที่ 15: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีเงินลงทุนของธุรกิจแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของ ความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.378	0.345	1.411	0.230
	ภายในกลุ่ม	384	93.795	0.244		
	รวม	388	95.173			

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีเงินลงทุนของธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมไม่แตกต่างกัน ($p > 0.05$)

ตารางที่ 16: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
โดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	3.928	0.786	3.298	0.006*
	ภายในกลุ่ม	383	91.245	0.238		
	รวม	388	95.173			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ มากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 17)

ตารางที่ 17: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน

ระยะเวลาในการประกอบธุรกิจ		น้อยกว่า 3 ปี	3- 6 ปี	7-10 ปี	10-13 ปี	13-16 ปี	มากกว่า 16 ปี
น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี 10-13 ปี 13-16 ปี มากกว่า 16 ปี	$\bar{X}$	4.16	4.11	4.17	4.19	4.13	3.89
	4.16	-	0.472	0.965	0.811	0.794	0.001*
	4.11		-	0.466	0.462	0.880	0.004*
	4.17			-	0.840	0.777	0.001*
	4.19				-	0.693	0.006*
	4.13					-	0.059
	3.89						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 18: การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรายด้านของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	แหล่งของความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
1. ด้านการวิเคราะห์องค์กร	ระหว่างกลุ่ม	5	6.071	1.214	3.438	0.005*
	ภายในกลุ่ม	383	135.250	0.353		
	รวม	388	141.321			
2. ด้านการตลาด	ระหว่างกลุ่ม	5	4.537	0.907	2.249	0.049*
	ภายในกลุ่ม	383	154.560	0.404		
	รวม	388	159.097			
3. ด้านการเงิน	ระหว่างกลุ่ม	5	6.849	1.370	3.558	0.004*
	ภายในกลุ่ม	383	147.452	0.385		
	รวม	388	154.301			
4. ด้านบุคลากร	ระหว่างกลุ่ม	5	7.496	1.499	2.916	0.013*
	ภายในกลุ่ม	383	196.936	0.514		
	รวม	388	204.432			
5. ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม	ระหว่างกลุ่ม	5	0.580	0.116	0.376	0.865
	ภายในกลุ่ม	383	118.072	0.308		
	รวม	388	118.652			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นรายด้าน คือ ด้านวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ในด้านวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากร

ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการวิเคราะห์องค์กรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการตลาดน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเงินน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี และ 7-10 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านบุคลากรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตารางที่ 19)

ตารางที่ 19: การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน และด้านบุคลากรของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน

การประยุกต์ใช้ปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก	ระยะเวลาในการ ประกอบธุรกิจ		น้อยกว่า 3 ปี	3-6 ปี	7-10 ปี	10-13 ปี	13-16 ปี	มากกว่า 16 ปี
ด้านการวิเคราะห์องค์กร	น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี 10-13 ปี 13-16 ปี มากกว่า 16 ปี	$\bar{X}$	4.07	3.98	4.03	4.12	4.01	3.72
		4.07	-	0.316	0.669	0.697	0.683	0.000*
		3.98		-	0.600	0.279	0.868	0.005*
		4.03			-	0.495	0.883	0.002*
		4.12				-	0.530	0.002*
		4.01					-	0.063
		3.72						-
ด้านการตลาด	น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี 10-13 ปี 13-16 ปี มากกว่า 16 ปี	$\bar{X}$	4.06	4.02	4.08	4.21	4.11	3.81
		4.06	-	0.636	0.884	0.280	0.772	0.013*
		4.02		-	0.550	0.158	0.574	0.039*
		4.08			-	0.341	0.843	0.012*
		4.21				-	0.601	0.005*
		4.11					-	0.072
		3.81						-
ด้านการเงิน	น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี 10-13 ปี 13-16 ปี มากกว่า 16 ปี	$\bar{X}$	4.25	4.21	4.23	4.11	4.00	3.89
		4.25	-	0.600	0.842	0.270	0.100	0.000*
		4.21		-	0.766	0.455	0.177	0.001*
		4.23			-	0.350	0.134	0.001*
		4.11				-	0.534	0.111
		4.00					-	0.517
		3.89						-
ด้านบุคลากร	น้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี 10-13 ปี 13-16 ปี มากกว่า 16 ปี	$\bar{X}$	4.08	3.99	4.16	4.17	4.11	3.76
		4.08	-	0.349	0.458	0.572	0.879	0.005*
		3.99		-	0.101	0.226	0.491	0.045*
		4.16			-	0.981	0.769	0.001*
		4.17				-	0.784	0.010*
		4.11					-	0.060
		3.76						-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ส่วนใหญ่เคยได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สื่อในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงส่วนใหญ่คือโทรทัศน์ ความรู้สึกนึกคิดเมื่อได้ยินคำว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนึกถึงพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับปานกลาง

2) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน คือ ด้านการวิเคราะห์ห้องคักร เช่น ท่านกำหนดกลยุทธ์ในการใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างเหมาะสมประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด ท่านได้ดำเนินการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ของกิจการทำให้ทราบถึงศักยภาพและความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญของกิจการ และท่านได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกัธุรกิจของตนทั้งโดยตรงและโดยอ้อมอย่างละเอียด เป็นต้น ด้านการตลาด เช่น ท่านให้ความสำคัญกับการรักษาคุณภาพสินค้าและชื่อเสียงของธุรกิจมากกว่าคำนึงถึงผลกำไรอย่างเดียว ท่านจำหน่ายสินค้าที่มีความหลากหลายซึ่งเป็นการช่วยกระจายและลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของตลาดที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง และท่านมักจะรับคำสั่งซื้ออย่างพอประมาณเท่าที่มีกำลังความสามารถที่ทำได้ เป็นต้น ด้านการเงิน เช่น ท่านใช้เงินทุนในการประกอบธุรกิจอย่างระมัดระวัง ท่านมีการวางแผนการสั่งซื้อสินค้าให้สอดคล้องกับความเหมาะสมและความสามารถในการบริหารจัดการการเงินของกิจการและท่านขยายกิจการโดยกระทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป และมาจากการสะสมทุนที่มาจากกำไรของท่านแทนการกู้ยืม เป็นต้น ด้านบุคลากร เช่น ท่านให้ความสำคัญกับแนวคิดที่จะรักษาคนเก่งและคนที่มีความสามารถให้อยู่กับกิจการตลอดไป ท่านให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและให้การสนับสนุนผู้ใต้บังคับบัญชาให้มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต และท่านใช้หลักวิชาการในการบริหารที่งานโดยมีเหตุมีผล ยอมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกในทีมงาน เป็นต้น ด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น ท่านให้ความสำคัญกับการประกอบกิจการที่มีความเป็นมืออาชีพ รับผิดชอบต่อหน้าที่ความรับผิดชอบของตนเอง ซื่อสัตย์ จริงใจ ไม่มีการแสวงหาผลประโยชน์ในทางมิชอบ ไม่คดโกงเอาเปรียบผู้บริโภคหรือลูกค้าตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือสังคม ท่านมีความมุ่งมั่นตั้งใจ ความพากเพียร ความใส่ใจในงาน และท่านให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคมให้เป็นที่ยอมรับแก่สาธารณชนควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจ ทั้งในด้านความปลอดภัยของชีวิต สุขภาพรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

3) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์ห้องคักร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม ไม่แตกต่างกัน

9) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปีมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ด้านการวิเคราะห์ห้วงค์กรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการตลาดน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านการเงินน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี และ 7-10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมากกว่า 16 ปี มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงด้านบุคลากรน้อยกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจน้อยกว่า 3 ปี 3-6 ปี 7-10 ปี และ 10-13 ปี

อภิปรายผลการวิจัย

1) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความรู้ความเข้าใจยังไม่ครอบคลุมความหมายที่แท้จริงของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีความเข้าใจในบางเรื่องที่ยังเข้าใจไม่ถูกต้อง เช่น การประกอบธุรกิจตามแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้ห้ามให้ธุรกิจที่ใช้ทุนส่วนตัวไม่มีการกู้ยืม ซึ่งตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้ห้ามให้ผู้ประกอบการกู้ยืม แต่ต้องเป็นการกู้ยืมบนพื้นฐานความพอประมาณกู้ยืมภายใต้ความพอดี มีการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงทั้งการใช้หนี้สินและผลได้ว่าสมดุลหรือไม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของนิสาร์ตัน ทัดตินาพานิช (2551) พบว่า ผู้ประกอบการค้าปลีกในจังหวัดหนองคายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียงแต่ไม่ลึกซึ้งมากนัก ความเข้าใจของผู้ประกอบการที่มีต่อความหมายของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น มีความเข้าใจที่ยังไม่ครอบคลุมความหมายที่แท้จริงของเศรษฐกิจพอเพียง ทำให้อาจเป็นอุปสรรคต่อการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของทรงศักดิ์ ศรีบุญจิตต์ และคณะ (อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552) พบว่า ประชาชนในทุกอาชีพยังไม่ค่อยมีความเข้าใจในหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยประชาชนทั่วไปส่วนใหญ่มีความเข้าใจปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในระดับมาก ในด้านหลักการมีภูมิคุ้มกัน ประชาชนในภาคเกษตรมีความเข้าใจในระดับปานกลางโดยเฉพาะด้านหลักการมีภูมิคุ้มกันและเงื่อนไขการมีความรู้และ

คุณธรรม ประชาชนในภาคบริการมีความเข้าใจในระดับมากโดยเฉพาะด้านหลักการมีภูมิคุ้มกัน
เจ้าของหรือผู้บริหารภาคอุตสาหกรรมมีความเข้าใจในระดับมากโดยเฉพาะด้านหลักการมีภูมิคุ้มกัน
และลูกจ้างภาคอุตสาหกรรมมีความเข้าใจในระดับมากโดยเฉพาะด้านหลักการมีภูมิคุ้มกัน
ส่วนประชาชนในภาคราชการมีความเข้าใจในระดับมากโดยเฉพาะด้านหลักการมีภูมิคุ้มกัน

2) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกให้ความสำคัญกับการเจริญเติบโตของธุรกิจอย่างมั่นคงและยั่งยืน ลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ ให้มีลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ มียอดขายในอัตราที่สูงแต่ไม่มุ่งเน้นในเรื่องผลตอบแทนว่าต้องสูงมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของนัฐพงษ์ พรวัฒนเวทย์ (2547) พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีการใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงนั้น ให้น้ำหนักกับปัจจัยยอดขายสินค้าสูงเป็นอันดับแรก และมีความเห็นว่าการจะทำให้ธุรกิจของตนมียอดขายสินค้าสูงนั้น สามารถบรรลุได้ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงมากกว่าแนวคิดทุนนิยม กลุ่มผู้ค้าปลีกที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงเชื่อในหลักที่ว่าหากลูกค้าสามารถอยู่ได้ ธุรกิจก็จะอยู่ได้ นั้นหมายความว่า หากลูกค้าผู้อุดหนุนของธุรกิจค้าปลีกเรายังคงมีกำลังซื้อเช่นที่เป็นอยู่ต่อไปเรื่อย ๆ ธุรกิจค้าปลีกของเราก็จะยังคงสามารถดำเนินการต่อไปได้ตราบเท่าที่ยังมีลูกค้า กลับกัน หากลูกค้าของธุรกิจค้าปลีกเราต้องมีกำลังซื้อลดลงอันอาจเนื่องมาจากการที่เราตั้งราคาสินค้าไว้สูงจนเกินไปแล้วนั้น ธุรกิจค้าปลีกของเราก็จะไม่สามารถดำเนินการอยู่ได้ ด้วยจะไม่มีลูกค้าที่มีกำลังซื้อสินค้าในราคาที่สูงอยู่ได้ตลอดไปนั่นเอง และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุกิจ ศรีปดดา (อ้างถึงในนิศารัตน์ ทัดตินาพานิช, 2551) พบว่า แนวทางที่เป็นไปได้สูงในการประยุกต์ใช้หลักการจัดการธุรกิจตามแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับวิสาหกิจชุมชน คือ การประกอบธุรกิจด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ไม่เอารัดเอาเปรียบผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งลูกค้า แรงงาน และผู้ส่งสินค้าหรือวัตถุดิบ

3) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีเพศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมไม่แตกต่างกัน เนื่องจากในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 หรือกลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางไม่มีการแบ่งชั้นวรรณะและแบ่งแยกเพศ ทั้งชายและหญิงต่างมีความเสมอภาคและเสรีภาพทางความคิดความสนใจใฝ่รู้ แสดงออกทางความคิดอย่างเท่าเทียมกัน เพศจึงเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในธุรกิจค้าปลีก สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพร รัตนกำเนิด (2550) พบว่า เพศไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับงานวิจัยของพลชัย กอบกุลธนชัย (2550) พบว่า เพศเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนในหมู่บ้านหูกะพง ต่อแนวทางปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับงานวิจัย

ของนพพร เมธีอนันต์กุล (อ้างถึงใน อาธิ ครูศากยวงศ์, 2551) พบว่า เพศเป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการนำแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิตของเกษตรกรลูกค้า ธ.ก.ส. อำเภอวิเชียรบุรี จังหวัดเพชรบูรณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของอาธิ ครูศากยวงศ์, 2551) พบว่า ปัจจัยด้านเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการนำแนวพระราชดำรัสเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้พัฒนาเศรษฐกิจบริเวณ กลุ่มจังหวัดชุมพร ระนอง และสุราษฎร์ธานี

4) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีอายุระหว่าง 30-35 ปี เป็นช่วงวัยที่เริ่มเป็นผู้ใหญ่เต็มตัวผ่านการทำงานมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว เป็นวัยที่มีความตั้งใจมุ่งมั่นในการทำงานและการก่อร่างสร้างตัวพร้อมเปิดรับแนวความคิดที่จะช่วยประดับประดาชีวิตให้ก้าวเดินไปอย่างมีเหตุมีผลรอบคอบและความยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของนิศาธรัตน์ ทัดตินาพานิช (2551) พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงในการประกอบธุรกิจ

5) ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจแตกต่างกัน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาไม่นานนักสามารถเปิดใจยอมรับแนวคิดใหม่ ๆ ที่พิจารณาแล้วเห็นว่าเป็นประโยชน์ต่อองค์กร อีกทั้งการประกอบธุรกิจมาไม่นานย่อมต้องพยายามหาวิธีการที่จะรักษาความมั่นคงขององค์กรไว้ให้ดีที่สุดยาวนานที่สุดจึงพยายามจนสามารถประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้มากกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมานาน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมานานอาจจะติดยึดรูปแบบหรือแนวคิดในการดำเนินธุรกิจที่ตนเองคุ้นเคยหรือเคยชิน ส่งผลให้การเปิดรับแนวคิดใหม่ในการดำเนินธุรกิจเป็นไปได้อย่างจำกัด ทั้งนี้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีระยะเวลาในการประกอบธุรกิจมาไม่นาน เข้าใจการประกอบธุรกิจตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงว่าจะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีให้แก่ธุรกิจ ทำให้มีความรอบคอบ ประกอบธุรกิจด้วยหลักเหตุและผล ตลอดจนใช้ความรู้ที่ถูกต้องมีคุณธรรมที่ดั่งามในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของศิรินา ปวโรฬารวิทยา (2553) ที่กล่าวว่า ผู้นำธุรกิจต้องมีความรับผิดชอบต่อองค์กร ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากร สินค้า พนักงาน ความรู้ เทคโนโลยี และเงินทุนจึงต้องหาวิธีการที่จะรักษาความมั่นคงขององค์กรโดยมีแผนรองรับความเสี่ยงต่าง ๆ อันอาจจะเกิดขึ้นจากเหตุสุดวิสัย องค์กรจึงต้องมีวิธีการป้องกันหรือวิธีการบริหารความเสี่ยงเพื่อเป็นภูมิคุ้มกันตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

ข้อจำกัดของการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีอคติ (Bias) ในการตอบแบบสอบถามหรือให้เหตุผลในลักษณะเอนเอียงเข้าข้างตนเองได้ เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตอบหรือประเมินด้วยตนเอง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งและถูกต้อง การมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงจะนำไปสู่การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างแพร่หลายมากขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจึงควรศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงให้ถ่องแท้เมื่อมีการประยุกต์ใช้จึงได้ดำเนินการได้อย่างถูกต้องและเห็นผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน นอกจากนี้ ผู้ว่าราชการจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางซึ่งประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ ควรร่วมมือและประสานงานกับหอการค้าในกลุ่มจังหวัดดังกล่าว โดยเป็นผู้นำทางความคิดในการชี้แนะ ชี้ชวน เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ตลอดจนจูงใจกระตุ้นให้ผู้ประกอบการค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 นี้สนใจเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญในการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจของตน

2) จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยมีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกทั้งโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ระดับมาก ผู้ว่าราชการจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการหอการค้าในกลุ่มจังหวัดดังกล่าวควรถือเป็นโอกาสในการผลักดันให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกเรียนรู้ที่จะประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไปสู่ระดับมากที่สุด ทั้งนี้หากพิจารณาการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รายด้าน พบว่า ด้านการวิเคราะห์ห้วงศักราชมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ดังนั้น ผู้ว่าราชการจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการและหอการค้าในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ควรมุ่งเน้นพัฒนาให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกตระหนักและเห็นความสำคัญของการวิเคราะห์ห้วงศักราชเพราะจะทำให้ทราบถึงสภาพขององค์กรของผู้ประกอบการอย่างชัดเจนและสามารถกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจของตนอย่างมีภูมิคุ้มกันรู้ทันการเปลี่ยนแปลงและเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

3) ส่วนราชการและภาคส่วนอื่น ๆ ที่สำคัญในกลุ่มจังหวัดลำดับที่ 12 ของไทยควรนำผลการวิจัยดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในการริเริ่มการสร้างเครือข่ายธุรกิจค้าปลีกพอเพียง รวมถึงเครือข่ายธุรกิจอื่น ๆ ที่มุ่งเน้นการน้อมนำเอาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม

ชัดเจน เพราะจากผลการวิจัยซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในกลุ่มจังหวัดดังกล่าวมีความคิดเห็นด้วยในการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงโดยรวมและเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากนี้ เป็นดัชนีชี้วัดว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกมีความพร้อมในการที่จะสร้างเป็นเครือข่ายธุรกิจและศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนข้อมูลการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรขยายผลให้ครอบคลุมกลุ่มจังหวัดทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย พร้อมเปรียบเทียบการน้อมนำเอาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจประเภทอื่น ๆ
- 2) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเฉพาะประเด็นในเชิงลึกโดยแยกออกเป็นแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการวิเคราะห์องค์กร ด้านการตลาด ด้านการเงิน ด้านบุคลากร และด้านจริยธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคม
- 3) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกว่าผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกที่มีคุณลักษณะแบบใดมีการปฏิบัติตนและปฏิบัติงานสอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงรวมทั้งศึกษารูปแบบของกิจกรรมที่มีการประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจว่ารูปแบบใดที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจประเภทอื่น ๆ ให้ความสนใจใฝ่เรียนรู้

ประโยชน์ของการวิจัย

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่เหมาะสมในการใช้ประกอบธุรกิจในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งทุกอย่างมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบธุรกิจค้าปลีกควรได้น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไว้เป็นหลักคิด ก่อนตัดสินใจดำเนินการใด ๆ เพื่อเป็นสติปัญญาในการแก้ปัญหาการพัฒนาองค์กรอีกทั้งเป็นภูมิคุ้มกันให้กับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกจนเกิดความสามารถและเห็นวิธีการปฏิบัติได้ชัดเจนขึ้น ผลที่ได้จากการวิจัยสามารถนำไปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกและภาคธุรกิจอื่น ๆ ในการประยุกต์ใช้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- ทองทิพภา วิริยะพันธุ์. (2550). *เศรษฐกิจพอเพียง: ความพอเพียงมวลรวมในประเทศ*. กรุงเทพฯ: ดวงกมลสมัย.
- นัฐพงษ์ พรวัฒนเวทย์. (2547). *การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับภาคธุรกิจค้าปลีก*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- นิรมล สุธรรมกิจ. (2551). *สังคมกับเศรษฐกิจ กรณีศึกษาประเทศไทย (พ.ศ. 2500-2548)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิศารัตน์ ทัดตินาพานิช. (2551). *การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจค้าปลีกในจังหวัดหนองคาย*. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พลชัย กอบกุลธนชัย. (2550). *ทัศนคติของประเด็นต่อแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง: ศึกษาเฉพาะกรณีประชาชนในหมู่บ้านหุบกะพง ต.เขาใหญ่ อ.ชะอำ จ.เพชรบุรี*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิสนุ พองศรี. (2553). *การเขียนรายงานวิจัยและวิทยานิพนธ์*. กรุงเทพฯ: ด้านสุทธาการพิมพ์.
- วัลลภ ลำพาย. (2551). *เทคนิควิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิรินา ปาโรฬารวิทยา. (2553). *ปรัชญาใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์เศรษฐกิจพอเพียง 100 นักธุรกิจชั้นนำในการดำเนินธุรกิจเศรษฐกิจพอเพียง*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์บุ๊คเซ็นเตอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *การบริหารการค้าปลีก*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- สิริพร รัตนกำเนิด. (2550). *ความคิดเห็นของข้าราชการสำนักพัฒนาสังคม กรุงเทพมหานครต่อการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ในการดำเนินชีวิต*. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุขสรวดี กันตะบุตร. (2550). *การศึกษาการประยุกต์ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงในภาคธุรกิจ*, 3 มีนาคม 2553 <<http://www.bu.ac.th/news/ngrc/download/Asst.Prof.Dr.Suksan.ppt>>
- สุบรรณ เอี่ยมวิจารณ์. (2552). *การประยุกต์ใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจของไทย*, 27 มีนาคม 2553 <http://www.acconline.msu.ac.th/show_philosophy.php?philosophy_id=7>
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. *เศรษฐกิจพอเพียงกับการประยุกต์ใช้: เอกสารงานวิจัยขยายผลสู่ชุมชน*. เอกสารประกอบการสอน, 2552.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2545). *สรุปข้อมูลโครงการสำรวจธุรกิจทางการค้าและธุรกิจทางการบริการ: ทัวราชอาณาจักร ปี พ.ศ. 2545.*, 18 มีนาคม 2552 <<http://www.service.nso.go.th>>
- อาธิ ครูศากยวงศ์. (2551). *การนำแนวพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้พัฒนาเศรษฐกิจบริเวณกลุ่มจังหวัดชุมพร ระนอง และสุราษฎร์ธานี*. สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- Aaker, A. David., Kumar V.I., Day S. Glorge & Leone P. Robert. (2011). *Marketing Research*. 10th ed. Asia: John Wiley and Sons (Asia) Pte, Ltd.