

ชื่อเรื่อง การค้นคว้าแบบอิสระ ความเชื่อมโยงของธุรกิจกับชุมชน

ผู้เขียน นายชาญชัย ใจรักประภาสุข

ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ ประธานกรรมการ

รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์ กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและกระบวนการเชื่อมโยงของธุรกิจกับชุมชน ทั้งในระดับภายในชุมชนและภายนอกชุมชนว่ามีความสัมพันธ์ทางการจ้างงาน การใช้วัตถุดิบ หลักการตลาด ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และผู้บริโภค อย่างไรบ้าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ การศึกษาประกอบด้วยธุรกิจที่ดำเนินงานอยู่ในอำเภอไชยปราการ จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 3 รูปแบบคือ ธุรกิจภาคเอกชน 5 แห่ง เครือข่ายชุมชน/วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มแม่บ้าน 7 แห่ง และ สหกรณ์ 2 แห่งรวมทั้งสิ้น 14 แห่ง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ความถี่และร้อยละ

ผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจทั้ง 3 รูปแบบมีลักษณะการดำเนินการและความเชื่อมโยงกับ ชุมชนไม่แตกต่างกันมากนัก กล่าวคือธุรกิจทั้ง 3 รูปแบบส่วนใหญ่ทำการผลิตสินค้าอุปโภคและ บริโภค โดยมีการจ้างงานภายในชุมชนมากกว่าภายนอกชุมชน ธุรกิจเอกชนมีการใช้วัตถุดิบหลัก จากภายนอกชุมชนมากกว่าภายในชุมชน แต่เครือข่ายชุมชน/วิสาหกิจชุมชน/กลุ่มแม่บ้านและ สหกรณ์มีการใช้วัตถุดิบหลักจากภายในชุมชนมากกว่า ด้านเทคโนโลยีนั้นธุรกิจเอกชนและ สหกรณ์ส่วนใหญ่มีการใช้เทคโนโลยีการผลิตจากภายนอกชุมชน ขณะที่เครือข่ายชุมชน/วิสาหกิจ ชุมชน/กลุ่มแม่บ้านส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีหรือภูมิปัญญาภายในชุมชนทำการผลิตสินค้า ธุรกิจกลุ่ม ตัวอย่างทั้ง 3 รูปแบบส่วนใหญ่ทำการขายส่งสินค้าให้ผู้ซื้อที่อยู่ภายนอกชุมชน เมื่อธุรกิจกลุ่ม ตัวอย่างมีรายได้จากการขายสินค้าแล้วจะแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งนำมาร่วมพัฒนาภายในชุมชนซึ่งอยู่

ในรูปของการบริจาคเงิน และสิ่งของและการฝึกอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกภายในชุมชน ส่วนกิจกรรมที่ธุรกิจกลุ่มตัวอย่างแสดงความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนคือ การนำของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิตไปใช้ประโยชน์ต่อ เช่น นำไปทำปุ๋ย มีกระบวนการบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้ง และการนำวัสดุกลับมาใช้ซ้ำ ตามลำดับ ส่วนความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคนั้น ธุรกิจทั้ง

3



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title	Business and Community Linkage	
Author	Mr. Chanchai Jairukprapasuk	
Degree	Master of Economics	
Independent Study Advisory Committee	Assoc.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai	Chairperson
	Assoc.Prof.Porntip Tianteerawit	Member

ABSTRACT

This study examined the relationship between the forms of business entities and their linkage processes with local and external communities in terms of employment, major raw materials source, marketing, as well as social, environmental and consumer responsibilities. It covered three forms of business organization namely private firm, community network/community enterprise/housewife group, and cooperative with 5, 7 and 2 representative organizations respectively. Information was gathered by questionnaire interview and analysis was performed upon the results of descriptive statistics including frequency and percentage.

The business entities in all three forms were found to have quite similar working relationships with people in and outside the local community. In most cases, the produced consumption goods and employed local people as labor input. For major raw materials, the private firms relied primarily on external sources while the community network/community enterprise/housewife group and the cooperative types depended mainly on internal sources. Both private firms and cooperatives used production technologies which were imported from outside, while the businesses in the remaining type generally employed local technologies or knowledge. The majority of businesses in all three forms wholesaled their outputs to buyers outside their communities. The businesses under study appeared to allocate part of their proceed for local

community development through money donation, material contribution as well as organizing technical training for local community members. Their concerns about community environment were expressed through the practice of production waste management like producing biofertilizer from agricultural wastes, waste water treatment and raw material recycling. Meanwhile, their responsibility for the part of consumers was indicative by the inspection of products before marketing.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved