

อิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์
ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน
ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
Structural Equation Modeling of Creative Economy Business
Resources Utilization and Creative Economy Strategies
Implementation toward the Sustainability
of Northern Thai Community Based Enterprises

กษิดิศ ใจผาวัง^{1*} ฉัตรฤดี จongsureyapar² ภูมิพัฒน์ มิ่งมาลัยรักษ์³

Kasidit Chaiphawang^{1*} Chatrudee Jongsureyapar² Phoommhiphat Mingmalairak³

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย โดยประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน 17 จังหวัด กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 558

^{1*,2,3} สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

School of Management, Mea Fah Luang University

*Corresponding author e-mail: kasidit.crru@crru.ac.th

(Received: October 31, 2018; Revised: November 21, 2018; Accepted: December 6, 2018)

ราย ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม AMOS ผลการวิจัยพบว่า

การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด และยังมีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ในขณะเดียวกันกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน

การใช้ทรัพยากรด้านปัญญาของวิสาหกิจชุมชนมีอิทธิพลมากที่สุดต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์และความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน รองลงมา ได้แก่ ทรัพยากรด้านการเงิน ทรัพยากรด้านแรงงาน และทรัพยากรด้านกายภาพ ตามลำดับ

ส่วนกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลมากที่สุดต่อความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการสร้างพันธมิตร กลยุทธ์ด้านพนักงาน และกลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ตามลำดับ

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objective of this research was to study the structural equation model of creative economy business resources utilization and creative economy strategies implementation towards the sustainability of community-based enterprises in Northern of Thailand. The population used in this study was the community-

based enterprise entrepreneurs in 17 provinces in Northern of Thailand. The sample was 558. The instruments used to collect the research data were questionnaire. The data were analyzed by using the AMOS program. The results of this research found that

Creative economy business resources utilization had a direct effect on economy strategies implementation and also directly affected the sustainability of community-based enterprises as well as the creative economy strategy implementation directly influenced community-based enterprise's sustainability.

Intellectual resources had a strongest effect on economy strategies implementation and sustainability of community-based enterprises and other resources such as financial resources, labor resources, and physical resource respectively.

The creative economy strategy that highly effect the community-based enterprise was eco-friendly production strategy. There were other strategies such as innovation strategy, marketing strategy, alliance strategy, staff strategy and differentiation strategies also influenced sustainability as well.

Keywords: Community Based Enterprise, Creative Economy, Creative Economy Strategy, Community Based, Enterprise's Sustainability

บทนำ

ในสมัยรัฐบาลของอดีตนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร ได้มีการส่งเสริมให้แต่ละตำบลได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อนำเข้าสู่ตลาดในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one tambon one product: OTOP) โดยเป็นการนำแนวคิดที่ประสบความสำเร็จของประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้ ซึ่งในประเทศญี่ปุ่น ใช้ชื่อว่า “OVOP” หรือ one village one product หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้ เพิ่มการจ้างงานภายในท้องถิ่นและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งในช่วงแรกได้รับการตอบรับจากตลาดเป็นอย่างดี แต่ยังมีปัญหาในเรื่องของมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นรัฐบาลจึงได้มีการคัดสรรผลิตภัณฑ์โอท็อป โดยแบ่งระดับคุณภาพของสินค้าโอท็อป ออกเป็น 5 ระดับ หรือ 5 ดาวนั่นเอง รวมถึงพยายามยกระดับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพให้เป็นวิสาหกิจชุมชน โดยออกพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เพื่อส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน และได้เริ่มการประเมินผลศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนครั้งแรกในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2551 (ธันวาคม พ.ศ. 2550) พบว่า ทั้งประเทศมีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนทั้งสิ้น 49,966 แห่ง ได้รับการประเมินทั้งสิ้น 34,533 แห่ง ผลการประเมินในระดับดี 9,994 แห่ง ระดับปานกลาง 15,987 แห่ง และต้องปรับปรุง 8,552 แห่ง และล่าสุด ณ สิ้นไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2561 (31 ธันวาคม พ.ศ. 2560) พบว่า ทั้งประเทศมีวิสาหกิจชุมชนจดทะเบียนทั้งสิ้น 85,452 แห่ง ได้รับการประเมินแล้ว 63,283 แห่ง มีผลการประเมินในระดับดี 18,290 แห่ง ระดับปานกลาง 33,045 แห่ง และต้อง

ปรับปรุง 11,941 แห่ง (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจ
ชุมชน, 2560)

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบผลการประเมินวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2551 และ พ.ศ. 2560

การประเมิน	วิสาหกิจที่จัด ทะเบียน	ระดับดี		ระดับปานกลาง		ระดับต้องปรับปรุง	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2551	49,966	9,994	28.94	15,987	46.29	8,552	24.76
ไตรมาสที่ 1 ปีงบประมาณ 2560	85,452	18,290	28.91	33,045	52.22	11,941	18.87
การ เปลี่ยนแปลง	+35,486	+8,296	-0.03	+17,058	+5.93	+3,389	-5.87
ร้อยละของ การ เปลี่ยนแปลง	71.02	83.01	-	106.70	-	39.63	-

ที่มา: (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ในช่วงระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา
มีวิสาหกิจชุมชนเพิ่มขึ้น 35,486 แห่ง คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น คือ 71.02 ส่วน
วิสาหกิจที่ได้มีผลการประเมินอยู่ในระดับดี เพิ่มขึ้น 8,296 แห่ง คิดเป็นร้อยละ
ที่เพิ่มขึ้น 83.01 ส่วนระดับปานกลางเพิ่มขึ้น 17,058 แห่ง คิดเป็นร้อยละที่เพิ่มขึ้น
106.70 และระดับต้องปรับปรุงเพิ่มขึ้น 3,389 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 39.63

ซึ่งจากผลการประเมินในปีงบประมาณ 2560 พบว่า วิสาหกิจชุมชน
ส่วนใหญ่ร้อยละ 52.22 มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง และร้อยละ 18.87
อยู่ในระดับต้องปรับปรุง ส่วนที่อยู่ในระดับดีมีเพียงร้อยละ 28.91 เท่านั้น
นั้นก็หมายความว่า 2 ใน 3 ของวิสาหกิจชุมชนของไทยยังมีความไม่
ประสบปัญหาในการดำเนินงานเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนนั่นเอง

การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน 17 จังหวัด ก็มีผลการดำเนินงานใกล้เคียงกับผลการประเมินที่สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้ทำการประเมินไว้ และเมื่อพิจารณาถึงอัตราความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน ในปี พ.ศ. 2557 พบว่า อัตราการไม่ต่อทะเบียน 2 ปี มีสัดส่วนคิดเป็น เกินกึ่งหนึ่งของวิสาหกิจชุมชนที่มีการต่อทะเบียนแล้ว ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ. 2557

วิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน					
	ต่อทะเบียน แล้ว	ไม่มาต่อ ทะเบียน 2 ปี	ถูกเพิกถอน ทะเบียน	ขอยกเลิก ทะเบียน	อนุมัติ ทะเบียน
วิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน เขต 6	12,728	8,105	3,545	4,497	2,056
วิสาหกิจชุมชน ภาคเหนือตอนบน เขต 9	8,004	4,617	2,967	1,137	1,353
รวม	20,732	12,722	6,512	5,634	3,409

ที่มา: (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2557)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ ยังมีจำนวนน้อยกว่าเมื่อเทียบกับจำนวนของวิสาหกิจชุมชนที่ไม่มาต่อทะเบียน 2 ปี ถูกเพิกถอนทะเบียนและขอยกเลิกทะเบียน ซึ่งจะเห็นได้ว่าอัตราการออกจากธุรกิจสูงกว่าอัตราการเกิดใหม่ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ต่อไปก็จะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนจะค่อย ๆ ลดจำนวนลงจนไม่เหลือวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการประกอบธุรกิจได้เลย

จากปัญหาดังกล่าว ภาครัฐได้มีการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถอยู่รอดได้ แนวคิดหนึ่งที่ได้มีการนำมาส่งเสริมให้แก่วิสาหกิจชุมชน ได้แก่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ซึ่งเป็นแนวคิดในการพัฒนาสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ สร้างความแปลกใหม่ให้กับสินค้า สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ แต่เนื่องจากบริบทของวิสาหกิจชุมชนของไทยที่มีทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ประกอบกับข้อจำกัดของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของไทยที่ยังขาดองค์ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี ทักษะในการประกอบกิจการ ความรู้ทางด้านการตลาดรวมถึงความคิดสร้างสรรค์ทำให้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าและบริการของตนเองให้กลายเป็นสินค้าที่มีความแปลกใหม่ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำได้ค่อนข้างยาก ส่งผลให้การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ซึ่งทั้งสองข้อจำกัดนี้ คือปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (สุชาติ จรประดิษฐ์, 2557)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มีการกำหนดขอบเขตของธุรกิจสร้างสรรค์ไว้หลายขอบเขตบวกกับประเภทของสินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชนที่มีความหลากหลายอันเกิดจากความแตกต่างด้านทรัพยากรทางธุรกิจที่มีอยู่ รวมถึงการดำเนินกลยุทธ์ที่แตกต่างกันของวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้ไม่สามารถที่จะกำหนดแนวทางที่เป็นมาตรฐานสำหรับการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์เข้ากับการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความ

ยังยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวางแผนทางการดำเนินธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวไปสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง และจะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนไทยสามารถอยู่ดำเนินธุรกิจได้อย่างยั่งยืนภายใต้การแข่งขันที่รุนแรงขึ้นในอนาคตนั่นเอง

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทรัพยากรในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดทุนเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560) ที่ระบุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 10 ไว้ว่า ทุนทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ ทุนทางกายภาพ ทุนหรือสินทรัพย์ทางการเงิน ทุนทางปัญญา และทุนด้านแรงงาน ซึ่งการนำทรัพยากรในด้านต่าง ๆ ที่ชุมชนมีอยู่มาใช้เป็นทุนในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันนั้น ตามแนวคิดทฤษฎีฐานทรัพยากร ของ Barney (1991) ได้กล่าวว่า ให้นำข้อ

ได้เปรียบของทรัพยากรต่าง ๆ ที่ธุรกิจมีอยู่มาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์องค์การ เพื่อให้ธุรกิจมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และจากการศึกษาวิจัยของ สุพาดา สิริกุดตา (2557) ได้ศึกษาพบว่า กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่วิสาหกิจชุมชนใช้ในการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างความแตกต่าง การสร้างพันธมิตร การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม พนักงาน และการตลาด เพื่อนำมาสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจ ซึ่งความยั่งยืนทางด้านธุรกิจ ประกอบด้วย ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Barbier, 1987) จากแนวคิดทั้งหมดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังภาพที่ 1 เพื่อใช้ในการทดสอบอิทธิพลเชิงโครงสร้างของปัจจัย ทั้ง 3 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดตัวแปรที่ศึกษาตามที่ได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 3 ตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
1. การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CREB)	
1.1 ทรัพยากรด้านการเงิน (FIN)	1. มีการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชน 2. ระดับการพึ่งพาแหล่งทางการเงินภายในชุมชน 3. การหมุนเวียนของเงินทุนของวิสาหกิจชุมชน 4. สภาพคล่องทางการเงินของวิสาหกิจชุมชน
1.2 ทรัพยากรด้านปัญญา (INT)	1. นำกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ในการดำเนินธุรกิจ 2. นำความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่วิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการดำเนินงาน 3. ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตสินค้าหรือบริการ 4. บูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการ
1.3 ทรัพยากรด้านกายภาพ (PHY)	1. ระดับของการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ในการผลิตสินค้า 2. แหล่งที่ตั้งของวิสาหกิจชุมชนหาง่ายไปมาสะดวก 3. ปริมาณของแหล่งทรัพยากรภายในชุมชนที่เพียงพอต่อความต้องการ 4. คุณค่าเชิงธุรกิจของทรัพยากรหรือวัตถุดิบภายในชุมชน
1.4 ทรัพยากรด้านแรงงาน (LAB)	1. มีการจ้างแรงงานภายในชุมชน 2. แรงงานมีทักษะและมีฝีมือในการปฏิบัติงาน 3. แรงงานมีทักษะในด้านการคิดสร้างสรรค์ 4. แรงงานมีความสามารถในการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาในการผลิตสินค้าหรือบริการ
2.การดำเนินกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CRES)	
2.1 การสร้างความแตกต่าง (DF)	1. สินค้าและบริการมีลักษณะพิเศษ โดดเด่นกว่าสินค้าอื่นในท้องตลาด 2. สินค้าและบริการมีมาตรฐานและคุณภาพ 3. สินค้าและบริการมีความหลากหลาย 4. บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและทันสมัย

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
2.2 การสร้างพันธมิตร พันธมิตร (AL)	1. การสร้างพันธมิตรกับผู้จัดจำหน่ายที่หลากหลาย 2. การสร้างพันธมิตรที่สามารถส่งเสริมการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน 3. การสร้างพันธมิตรที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลให้มีความสามารถในการแข่งขัน 4. การสร้างพันธมิตรช่วยให้วิสาหกิจชุมชนลดต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการ
2.3 การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สิ่งแวดล้อม (EP)	1. มีกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 2. มีนโยบายอย่างชัดเจนในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3. มีการใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจ 4. มีการการคำนึงถึงการป้องกันมลภาวะเป็นพิษจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน
2.4 ด้านนวัตกรรม (IN)	1. มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ที่ไม่มีมาก่อนเข้าสู่ตลาด 2. มีการสร้างสรรค์กระบวนการทำงานใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ 3. มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง 4. มีการใช้เทคโนโลยีมาต่อยอดพัฒนาเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ
2.5 ด้านพนักงาน (ST)	1. การเปิดโอกาสให้สมาชิกเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาการดำเนินงาน สินค้าหรือบริการใหม่ ๆ 2. พนักงานมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน และเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา 3. การสร้างความกระตือรือร้นในการคิดและสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ ให้แก่สมาชิก 4. มีกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการทำงานร่วมกัน
2.6 ด้านการตลาด (MK)	1. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย 2. มีการรักษาลูกค้าเดิมและสร้างลูกค้าใหม่ 3. มีการใช้ช่องทางทางการตลาดใหม่ ๆ เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตัวแปรแฝง	ตัวแปรสังเกตได้
	4. มีการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้ 5. มีการวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าเพื่อใช้ในการวางแผนการผลิตสินค้า
3. ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน (SUS)	
3.1 ความ ยั่งยืนด้าน เศรษฐกิจ (ES)	1. วิสาหกิจชุมชนเน้นการเจริญเติบโตที่ต่อเนื่อง 2. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดการกระจายรายได้ ชุมชน 3. วิสาหกิจชุมชนทำให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ในชุมชน 4. การดำเนินงานของวิสาหกิจทำให้คนในชุมชนสามารถพึ่งพาตนเอง ได้
3.2 ความ ยั่งยืนด้าน สังคม (SS)	1. มีการเปิดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรอย่างทั่วถึงในชุมชน 2. มีการขับเคลื่อนการพัฒนาภายในชุมชน 3. มีการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชน 4. วิสาหกิจชุมชนได้มีการคืนกำไรเพื่อการพัฒนาชุมชน
3.3 ความ ยั่งยืนด้าน สิ่งแวดล้อม (EV)	1. มีการใช้ทรัพยากรภายในชุมชนอย่างคุ้มค่า 2. มีการป้องกันหรือกำจัดมลพิษในกระบวนการผลิต 3. มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมภายในชุมชน 4. มีการวางแผนการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีเนื้อหาศึกษาเกี่ยวกับการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ประธานและหรือกรรมการของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบน จำนวน 17 จังหวัด รวมจำนวนทั้งสิ้น 20,732 ราย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 558 ราย ซึ่งมากกว่า 500 ราย ตามแนวคิดของ Comrey & Lee (1992) ที่ได้กล่าวถึงขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มากกว่า 500 รายจะมีคุณภาพของข้อมูลในระดับดีมาก

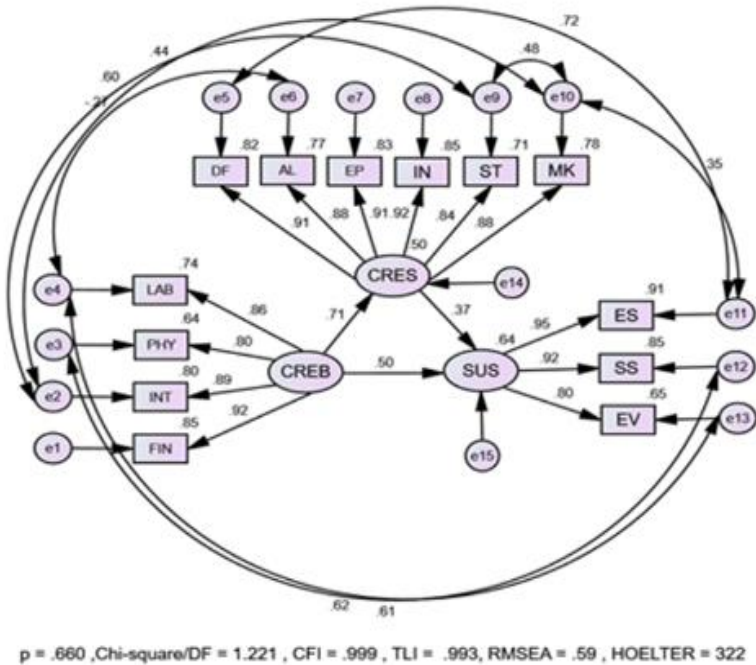
ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างและนำมาประมวลผลตามโมเดลสมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) โดยส่งแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น 1,080 ฉบับ ตามสัดส่วนของจำนวนวิสาหกิจชุมชนในแต่ละจังหวัด และมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนรวมทั้งสิ้น 558 ฉบับ และนำเสนอข้อมูลในเชิงสถิติในการวิเคราะห์เชิงอนุมาน โดยมีการกำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลไว้ดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 ค่าดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดล

สถิติที่เกี่ยวข้อง	สัญลักษณ์	สถิติตัวแบบ สอดคล้อง กับข้อมูลเชิง ประจักษ์	นักวิจัย
Chi-square	ρ	$(p > .05)$	Hoyle (1995)
Relative Chi-square	χ^2/df	< 3	Ullman (2001)
Comparative Fit Index	CFI	$> .95$	Kline (2005)
Tucker-Lewis Index	TLI	$> .95$	Schumacker, Lomax & Richard (2004)
Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA	$< .06$	Kline (2005)
HOELTER	Hoelter's critical	≥ 200	Hoelter (1983)

ผลการวิจัย

จากข้อมูลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยทำการวาดโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย และดำเนินการปรับโมเดล (model modification) จนกระทั่งโมเดลจะมีความเหมาะสมและสอดคล้องกลมกลืนกัน (model fit) ดังภาพที่ 2 และได้ค่าสถิติดัชนีความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลดังตารางที่ 5



ภาพที่ 2 โมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างของการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยก่อนปรับปรุง

จากภาพที่ 2 และตารางที่ 5 พบว่า ภายหลังจากปรับปรุงโมเดลโครงสร้าง พบว่า ค่า P เท่ากับ .66 สัดส่วนของค่าสถิติไคสแควร์/ค่าชั้นแห่งความเป็นอิสระ (χ^2/df) เท่ากับ 1.221 ค่า CFI เท่ากับ .999 ค่า TLI เท่ากับ .993 ค่า RMSEA เท่ากับ .089 และ ค่า HOELTER เท่ากับ 322 ซึ่งทั้งหมดผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5 ผลการศึกษาความสอดคล้องของโมเดลอิทธิพลเชิงโครงสร้างปัจจัย
ความยั่งยืนทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบน

Indicator		Factor	Standardised Regression Weights (λ)		Squared Multiple Correlation (R^2)		Model Fit			Cut-off Value Requirement
			Before	After	Before	After	Indices	Before	After	
FIN	<---	CREB	.92	.92	.85	.84	χ^2/df	7.832	1.221	< 3
INT	<---	CREB	.91	.89	.83	.79	p	.000	.660	> .05
PHY	<---	CREB	.86	.80	.74	.64	CFI	.899	.999	≥ .95
LAB	<---	CREB	.89	.86	.79	.73	TLI	.866	.993	≥ .95
DF	<---	CRES	.92	.91	.85	.82	RMSEA	.351	.089	< .8
AL	<---	CRES	.87	.88	.76	.77	HOELTER	87	322	≥ 200
EP	<---	CRES	.90	.91	.81	.82	P=.05			
IN	<---	CRES	.92	.92	.85	.84				
ST	<---	CRES	.93	.84	.86	.70				
MK	<---	CRES	.93	.88	.86	.77				
ES	<---	SUS	.94	.95	.88	.90				
SS	<---	SUS	.97	.92	.94	.84				
EV	<---	SUS	.90	.80	.81	.64				

ดังนั้น สรุปได้ว่า การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่เดียวกันกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนด้วยเช่นกัน

ปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ทรัพยากรด้านการเงิน รองลงมา ได้แก่ ทรัพยากรด้านปัญญา ทรัพยากรด้านแรงงาน และทรัพยากรด้านกายภาพ

ตามลำดับ ส่วนกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นตัวแทนที่ดีที่สุดที่มีอิทธิพลต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม รองลงมา ได้แก่ กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการสร้างพันธมิตร และกลยุทธ์ด้านพนักงานตามลำดับ ซึ่งความยั่งยืนที่จะได้รับอิทธิพลจากทั้งสองปัจจัยมากที่สุด ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ รองลงมา ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ ดังที่แสดงตามภาพที่ 2 และค่าสถิติในตารางที่ 5

สรุปการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด นอกจากนี้ การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ในลำดับรองลงมา

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน รองจากปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่จะได้รับอิทธิพลมากที่สุดจากปัจจัยการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ รองลงมา ได้แก่ ความยั่งยืนด้านสังคม และความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

อภิปรายผล

ทรัพยากรด้านการเงิน การเริ่มต้นวิสาหกิจชุมชนโดยการระดมทุนจากสมาชิกในชุมชนที่เป็นลักษณะการระดมทุนโดยทั่วไปของวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทย การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน อันจะส่งผลต่อความยั่งยืนทางด้านสังคมในอนาคต เมื่อวิสาหกิจชุมชนมีการดำเนินงานที่สามารถสร้างผลกำไรได้ ก็จะมีการแบ่งปันผลกำไรคืนกลับให้แก่สมาชิกตามสัดส่วนของการลงทุนของแต่ละคน สร้างความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่คนในชุมชน สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน (จิระนุช ชาญณรงค์กุล, 2559) ซึ่งเป็นส่วนช่วยในการสร้างความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจให้แก่สมาชิกและชุมชน

ทรัพยากรด้านปัญญา การนำความหลากหลายของภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งถือว่าเป็นทรัพยากรด้านปัญญาที่วิสาหกิจชุมชนมีอยู่ นำมาใช้ในการผลิตเป็นสินค้าหรือบริการ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ชุมชน (พิชญ บุญนิยม และกล้าณรงค์ สุทธิรอด, 2561) ซึ่งภูมิปัญญาเหล่านี้ได้สืบทอดกันภายในชุมชนถือว่าเป็นองค์ความรู้แบบฝังลึก (tacit knowledge) อยู่ในตัวของสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน (อุสา สุทธิสาคร, 2555) เมื่อมีการนำมาประยุกต์เข้ากับความคิดสร้างสรรค์ ก็จะทำให้ภูมิปัญญาเหล่านั้นได้รับการถ่ายทอด อนุรักษ์ไม่เลือนหายไปจากชุมชน

ทรัพยากรด้านกายภาพ การนำผลผลิตทางการเกษตรภายในชุมชนมาใช้ในการผลิตเป็นสินค้าของวิสาหกิจชุมชนเป็นการช่วยลดปัญหาผลผลิตล้นตลาดราคาตกต่ำ (โกสินทร์ ชำนาญพล, 2558; สุกัญญา ดวงอุปมา, 2557) ทำให้เกษตรกรซึ่งส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนได้รับความช่วยเหลือ

(พิชญ์ บุญนิยม และกล้าณรงค์ สุทธิรอด, 2561) ซึ่งเป็นการสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจและสังคมของวิสาหกิจชุมชนและชุมชนร่วมกัน

ทรัพยากรด้านแรงงาน โดยส่วนใหญ่วิสาหกิจชุมชนจะมีการใช้แรงงานจากสมาชิกและจ้างแรงงานภายในชุมชน ซึ่งเป็นผู้ที่ไม่มีความรู้ประสบการณ์ด้านการทำธุรกิจมาก่อน จึงกลายเป็นปัญหาหลักในด้านทักษะการจัดการธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน (ทิวา แก้วเสริม, 2551) แต่การรวมกลุ่มกันของสมาชิกในชุมชนถือว่าเป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากรอย่างทั่วถึง สร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการพัฒนาภายในชุมชน (นิยม คำบุญทา และตราภรณ์ เดชพลมัตย์, 2550)

กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนภาคเหนือตอนบนที่นิยมใช้กันมากที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่นำมาใช้เพื่อแก้ไขปัญหาการจำหน่ายสินค้าไม่ได้ (ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) โดยวิสาหกิจชุมชนหันมาศึกษาความต้องการของลูกค้าและนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาสินค้าให้มีความทันสมัยมากขึ้น (สมฤทัย จิตภักดิ์ดินทร์, 2555) ซึ่งถือว่าเป็นการดำเนินกลยุทธ์ในเชิงรุกของวิสาหกิจชุมชน (สัญญา เคนาภูมิ, 2558) นอกจากนี้ยังมีการนำเอาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดสินค้าใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้อีกด้วย (สมฤทัย จิตภักดิ์ดินทร์, 2555) ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าของวิสาหกิจชุมชนอันเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ในการแข่งขันเพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจด้านเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Schumpeter (1934) ที่กล่าวว่า นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีในการผลิตมีส่วนช่วยให้องค์กรมี

กำไรและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจและยังช่วยลดความเสี่ยงเบื้องต้นในการใช้ทรัพยากร ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในชุมชน

การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานด้านสินค้าเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่สินค้าของวิสาหกิจชุมชน เช่น การใช้มาตรฐานสุขลักษณะที่ดีในการผลิตอาหาร (GHP) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น มาตรฐานในกระบวนการผลิตแคบหมูในจังหวัดเชียงราย (ยุwannท์ สันติทวีฤกษ์, 2555) ซึ่งทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ทำให้เห็นว่าผู้บริโภคใส่ใจในมาตรฐานสินค้าเพิ่มมากขึ้น

จากการใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น ความยั่งยืนด้านสังคมจะได้รับอานิสงส์มากที่สุด โดยทำให้เกิดความยุติธรรมในการเข้าถึงทรัพยากรของชุมชน สร้างความเท่าเทียมในชุมชน ความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ จะเกิดการกระจายรายได้ภายในชุมชน (จิระนุช ชาญณรงค์กุล, 2559) ในรูปแบบของการซื้อขายวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต การจ้างงาน และสมาชิกได้รับการแบ่งปันผลกำไรจากวิสาหกิจชุมชน ทำให้มีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน สิ่งแวดล้อมภายในชุมชนได้รับดูแลรักษาภายใต้นโยบายการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน (สุนิษา กลิ่นขจร, 2558) การใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจและคำนึงถึงการป้องกันมลภาวะเป็นพิษจากการดำเนินงาน ซึ่งเป็นความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. การใช้ทรัพยากรทางธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความยั่งยืนให้แก่วิสาหกิจชุมชน

1.1 วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านรูปแบบการระดมทุนจากประชาชนในชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้เป็นสมาชิกของวิสาหกิจชุมชน และมีการแบ่งปันผลกำไรคืนกลับให้แก่สมาชิกเพื่อสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจให้แก่สมาชิกและวิสาหกิจชุมชน

1.2 วิสาหกิจชุมชนต้องนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการดำเนินงาน แต่จะต้องคัดเลือกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพมาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ โดยประยุกต์กับเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

1.3 วิสาหกิจชุมชนต้องคำนึงถึงปริมาณแหล่งทรัพยากรภายในชุมชน เพื่อให้สร้างความพอเพียงของปริมาณวัตถุดิบที่จะต้องใช้อย่างประหยัด ทรัพยากรภายนอกชุมชน อันจะส่งผลให้เกิดความยั่งยืนด้านสังคมแก่ชุมชน

1.4 วิสาหกิจชุมชนต้องมุ่งเน้นการใช้แรงงานที่มีทักษะและฝีมือในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะกลุ่มประชาชนชาวบ้าน เพื่อนำเอาองค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่มาใช้ประโยชน์ในการผลิตสินค้าหรือบริการ

2. การเลือกใช้กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม วิสาหกิจชุมชนต้องคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

2.2 กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วิสาหกิจชุมชนต้องกำหนดนโยบายในการดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมให้ชัดเจน มีการใช้เทคโนโลยีสะอาดในการดำเนินธุรกิจ ป้องกันมลภาวะจากการดำเนินงาน

2.3 กลยุทธ์ด้านการตลาด วิสาหกิจชุมชนต้องใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน พัฒนาตราสินค้าให้เป็นທີ່จดจำ

2.4 กลยุทธ์การสร้างพันธมิตร วิสาหกิจชุมชนต้องมีการสร้างพันธมิตรเพื่อช่วยเหลือเกื้อกูลให้มีความสามารถในการแข่งขัน สร้างความเข้มแข็งร่วมกันในการดำเนินธุรกิจเพื่อความยั่งยืน

2.5 กลยุทธ์ด้านพนักงาน วิสาหกิจชุมชนต้องสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในการวางแผนการดำเนินงาน และให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหา การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน และสร้างความผูกพันในองค์กรแก่สมาชิกของวิสาหกิจชุมชน

2.6 กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง วิสาหกิจชุมชนต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ออกแบบสินค้าให้มีความโดดเด่นตรงกับความต้องการของตลาด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาหาต้นแบบในการดำเนินงานที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนที่มีการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแต่ละประเภทของสินค้าหรือขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อหาแนวปฏิบัติที่ดีในการสร้างความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- โกสินทร์ ชำนาญพล. (2558). การพัฒนารูปแบบการจัดการเครือข่าย
การตลาดวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จิระนุช ชาญนรงค์กุล. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ. สืบค้น
เมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2560 จาก https://ssnet.doae.go.th/wp-content/uploads/2015/10/01_QR-codenการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนต้นแบบ.pdf.
- ทิวา แก้วเสริม. (2551). รายงานการวิจัยเรื่อง ปัญหาและความต้องการการ
พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น
(OTOP) จังหวัดเพชรบูรณ์. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
เพชรบูรณ์.
- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์. (2556). รายงานการวิจัย
เรื่อง แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของ วิสาหกิจชุมชนในเขต
ลุ่มทะเลสาบสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นิยม คำบุญทา และตราภรณ์ เดชพลมัตย์. (2550). รายงานการวิจัยเรื่อง
การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร จังหวัด
พระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏ
พระนครศรีอยุธยา.

- พิษณุ บุญนิยม และกัลลัณรงค์ สุทธิรอด. (2561). การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2561 จาก <https://e-par.kpru.ac.th/e-par/A1/A0005-3620500391873-201805111526053414.pdf>.
- ยุวรัตน์ สันติทวีฤกษ์. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ GHP: ผลกระทบต่อเคหะชุมชนในจังหวัดเชียงราย. เชียงราย: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สมฤทัย จิตภักดิ์ดินทร์. (2555). รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาการนำมะนาวและวัสดุเหลือใช้จากมะนาวมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางและอาหารแปรรูป. สงขลา: สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพของวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 2(3), 68-85.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). ส่วนที่ 2.1: ทูทางเศรษฐกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในแผนพัฒนาฉบับที่ 10. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2560 จาก https://www.nesdb.go.th/download/plan10/2_1.pdf.
- สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2557). ระบบสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561 จาก <http://smce.doae.go.th/index.php>.

สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2560).

การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2561

จาก http://www.sceb.doae.go.th/index_n2.html.

สุกัญญา ดวงอุปมา. (2557). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการที่ดี ของ

วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการพัฒนาชุมชนและ

คุณภาพชีวิต, 2(2), 133-139.

สุชาติ จรประดิษฐ์. (2557). อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และคุณลักษณะของ

ผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่ง

ตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (โอท็อป) ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย.

วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

สุนิษา กลิ่นขจร. (2558). การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูก

ประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัด

สุราษฎร์ธานี. Veridian E-Journal, Silpakorn University

ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2),

2643-2655.

สุพาดา สิริกุดตา. (2557). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จ

ขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลาง

ตอนบน. สืบค้นเมื่อ 8 เมษายน 2557 จาก [http://kasetart](http://kasetartjournal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf)

[journal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf](http://kasetartjournal.ku.ac.th/kuj_files/2013/A1311251433136718.pdf).

อูสา สุทธิสาคร. (2555). การเรียนรู้และการจัดการความรู้ด้านวิสาหกิจ

ชุมชน ของชุมชนบ้านร่องก่อ ตำบลโพธิ์ใหญ่ อำเภวารินชำราบ

จังหวัดอุบลราชธานี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- Barbier, E. B. (1987). The Concept of Sustainable Economic Development: Environment Conservation. **Environmental Conservation**, 14(2), 101-110.
- Barney, J. B. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage, **Journal of Management**, 17(1), 99-121.
- Comrey, A. L. & Lee, H. B. (1992). **A First Course in Factor Analysis**. (2nd ed.). New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Hoelter, J. W. (1983). The Analysis of Covariance Structure: Goodness-of-Fit Indices. **Sociological Method and Research**, 11(3), 325-344.
- Hoyle, R. H. (1995). **Structural Equation Modeling: Concepts, Fundamental Issues and Applications**. California: Sage Publications.
- Kline, R. B. (2005). **Principles and Practice of Structural Equation Modeling**. New York: The Guilford Press.
- Schumacker, R., Lomax, E. & Richard, G. (2004). **A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling**. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Schumpeter, J. A. (1934). **The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profit, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle**. Massachusetts: Harvard University Press.

Ullman, J. B. (2001). **Structural Equation Modeling**. (4th ed.).
Massachusetts: Allyn & Bacon.

