

แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน
ในภาคอุตสาหกรรม

**Guidelines to Create Production Oriented Enterprise for Community Enterprises
in the Industrial Sector**

อรพินท์ บุญสิน
Orapin Bunsin

สาขาพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตกาญจนบุรี
Division of Commerce and Management, Mahidol University, Kanchanaburi Campus
E-mail: Eple_imc@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1. เพื่อศึกษาการสร้างทุนทางปัญญาและผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม 2. เพื่อเสนอแนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรมให้มีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล (In-depth Interview) กลุ่มตัวอย่าง ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 30 คน จากทั้งหมด 45 คน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บตัวอย่างในครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 67 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ผลการศึกษาพบว่าผู้นำวิสาหกิจชุมชนควรสร้างความรู้จากทุนทางปัญญา ประกอบด้วย 1.ทุนทางนวัตกรรมโดยการใช้ความสามารถในการลงทุนสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นโดยการต่อยอดจากของเดิมไปสู่สิ่งใหม่ 2.ทุนความสามารถที่มีอยู่ในตัวคนโดยใช้ความสามารถของแต่ละบุคคลให้เหมาะสมกับงานเพื่อผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 3.ทุนความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสร้างเครือข่ายกับบุคคลภายนอก 4.ทุนด้านเงินลงทุนโดยการจัดหาแหล่งเงินทุนจากแหล่งต่าง ๆ นำมาใช้ให้เหมาะสมกับงาน 5.ทุนลักษณะโครงสร้างองค์การโดยการมอบหมายงานและการหมุนเวียนงานให้กับสมาชิกในกลุ่ม 6.ทุนการจัดการทรัพยากรโดยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ผลิตสินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด และ 7.ทุนภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม การใช้เอกลักษณ์หรือความโดดเด่นเฉพาะของแต่ละชุมชนมาสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภค ประเด็นด้านผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ ควรให้ความสำคัญด้านกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์โดยการใส่ใจทุกขั้นตอนในการผลิตสินค้า เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการทำงานของกลุ่มและสร้างความพึงพอใจให้กับสมาชิกส่งผลถึงการเติบโตในอนาคตนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้น นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และการจัดทรัพยากรทุนทางปัญญา

คำสำคัญ: ทุนทางปัญญา ผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The article has 2 objectives 1.To study the creation of intellectual capital and creative production for entrepreneur community enterprises in the industrial sector. 2.For propose guidelines to create production oriented enterprise for community enterprises in the industrial sector is appropriate and has the potential to increase productivity. This study used qualitative research methods (Qualitative Research) Individual in-depth interviews individually (In-depth Interview) Sample group, President of community enterprise were 30 of 45 people to cooperate to collect sample. Accounted for 67 percent of the total population. The results revealed that leader enterprise community should be create awareness of intellectual capital. Include 1. Cost of innovation by using ability invest to create products and new services that create added value occur by extension from the original to something new. 2. Capital abilities inherent in people. The ability of each person fit the work to produce creative. 3. Relationships capital with stakeholders by creating a network with outsiders. 4. Capital investments by sources of funds from various sources be used to fit the job. 5. Capital structure organization and job rotation assignments to the group



members.6.Capital resource management by using existing resources in the community to produce the maximum benefit. 7. Intangible Cultural Capital The use of unique or outstanding characteristics of each community to build brand awareness with consumers. The creative productivity issues, Should be focus on the process to create innovative products the attention process of production. To achieve the target group's work and member satisfaction contribute to the future leading to revenue growth. Moreover it should be focus increase of value to products and intellectual property.

Keywords: Intellectual Capital, Producing Creating Goods, community enterprises

Paper type: Research

1. บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (2555-2559) เน้นการใช้นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างมูลค่าตลอดห่วงโซ่อุปทาน เป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักสู่เศรษฐกิจสมดุลและยั่งยืน ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจมุ่งการเชื่อมโยงระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนกายภาพ ทุนการเงิน ทุนทรัพยากรธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม และทุนวัฒนธรรม อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ประเทศไทยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ 15 สาขา ตามนิยามของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. โดยยึดกรอบของ UNCTAD (UNCTED, 2003) ซึ่งประกอบด้วยประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย) ประเภทศิลปะ (ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์) ประเภทสื่อสมัยใหม่ (ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียงและดนตรี) และประเภทการใช้งาน (การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์)

การขับเคลื่อนการเติบโตเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะกรมอุตสาหกรรมและสำนักอุตสาหกรรมชุมชนในการพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถผลิตสินค้าโดยนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการต่อยอดพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์เพื่อก้าวสู่ความเป็นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียนของไทยนั้น ปัญหาของจุดที่น่าสนใจพบว่าสมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในยุคสังคมฐานความรู้ จะใช้ความรู้เพียงอย่างเดียวในการผลิตสินค้าไม่เพียงพอที่จะใช้แข่งขันและสร้างรายได้ให้กับประเทศอีกต่อไป แต่ต้องประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลที่จะจัดการกับสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ที่จะต้องรู้ว่าจะนำความรู้ไปใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม อันนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lee, C.C. Egbu, C., Boyd,D.,Xiao, H., and chinyo, E., 2005) ศึกษาเรื่องการจัดการความรู้สำหรับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าความรู้ที่ฝังตัวกับความรู้ที่ชัดแจ้งมีปฏิสัมพันธ์ สามารถสร้างความรู้และนวัตกรรมใหม่ที่เกิดจากสินทรัพย์ และช่วยให้การปฏิบัติการทางธุรกิจมีความยั่งยืนสามารถยกระดับความสามารถในการแข่งขันของไทยได้อย่างไร

สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของไทย ยังต้องได้รับการเสริมสร้างในการพัฒนาทุนทางปัญญาด้านความคิดสร้างสรรค์จากหน่วยงานภาครัฐนับพันล้านบาท (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554)

นอกจากนั้นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนของไทยต้องประสบกับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ที่ต้องอาศัยความรู้ที่พัฒนาจากทุนทางปัญญาเพราะเป็นหัวใจของการทำงานและมีผลจะช่วยให้งานนั้นสำเร็จหรือล้มเหลวได้ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2547) โดยการดึงศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนของแต่ละคนออกมาหรือที่เราเรียกว่าทุนมนุษย์ (ประพนธ์ ผาสุยดี, 2549) สอดคล้องกับการจัดการความรู้ที่เป็นเครื่องมือตัวหนึ่งที่สามารถนำไปเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพที่จะสามารถสร้างความได้เปรียบจากสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้และแปลงสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ให้เป็นทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) (วิจารณ์ พานิช, 2548; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ซึ่งประกอบด้วยการใช้องค์ความรู้ (Knowledge Based Economy) เทคโนโลยี (Technology) เป็นพลังขับเคลื่อน โดยเฉพาะทุนทางปัญญาซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างคุณค่า (Value Creation) ดังงานวิจัยของ (Hus, 2006) ที่สนับสนุนว่าการจัดการทุนทางปัญญาช่วยพัฒนาประสิทธิภาพองค์กร

ดังนั้นในยุคของการแข่งขันที่ต้องใช้ความเร็วทำให้ความรู้ล้ำสมัยง่าย สมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนหากจะกล่าวถึงตัวเลขวิสาหกิจชุมชนของประเทศไทยมีหมู่บ้านอยู่ 70,000 กว่าแห่งแต่ละหมู่บ้านมีกลุ่มองค์กรที่ตั้งขึ้นมาโดยหน่วยงานราชการและเอกชนหมู่บ้านละกว่าหนึ่งกลุ่มบางแห่งมีเป็นสิบกลุ่มจึงสรุปได้ว่าขณะนี้กลุ่มองค์กรชุมชนทั่วประเทศอยู่ไม่น้อยกว่าแสนกลุ่ม (เสรี พงศ์พิศ, 2546) ต้องเตรียมความพร้อมในการใช้ความรู้หรือทุนทางปัญญาในฐานะปัจจัยเพื่อการแข่งขัน (วิจารณ์ พานิช, 2548)

การวิจัยครั้งนี้จะทำให้ทราบทุนทางปัญญาในการผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมชุมชนที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ อันจะเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนไทยและเป็นตัวแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการสร้างทุนทางปัญญาและผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม

1.2.2 เพื่อเสนอแนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรมให้มีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น

1.3 นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1.3.1 ทุนทางปัญญา หมายถึง การสร้างสินค้าจากภูมิปัญญาบวกกับทุนทางความคิดสร้างสรรค์

1.3.2 ผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การสร้าง (สรรค์) มูลค่า (Value Creation) ให้กับสินค้าได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) จากการผลิตแบบใช้เครื่องจักรและแรงงาน (Mass Production) การสร้างสรรค์ (Creativity) มีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ (1) ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) (2) ความเป็นสิ่งแรก (Originality) (3) คือ การมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น รวมถึง การออกแบบเชิงนวัตกรรม (Design Innovation) ซึ่งหมายถึง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งอาศัยองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ คือ (1) ส่วนเทคโนโลยี (Technology) (2) ส่วนธุรกิจ (Business) (3) ส่วนมนุษย์ (Human Value)

1.3.3 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง กิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใดหรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน

1.3.4 สมาชิกวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของสมาชิกจัดตั้งขึ้นเป็นกลุ่มโดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำกิจการอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อประโยชน์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน

2. การทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิด

2.1 ทุนทางปัญญา การวิเคราะห์ทุนทางปัญญาสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบการวิเคราะห์สำหรับตัวแปรอิสระทุนทางปัญญา โดยประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการ 10 คน คือ

ตารางที่ 1 ตารางสังเคราะห์ตัวชี้วัดทุนทางปัญญา

ตัวแปร นักวิชาการ	ทุนมนุษย์ (การฝึกอบรม/ ประสบการณ์/ ความรู้/ข้อมูล)	ทุนทรัพยากร (การจัดการ ทรัพยากร)	ทุนทางการเงิน (เงินทุน/งบประมาณ)	ทุนนวัตกรรม (เทคโนโลยี/ การสร้าง ผลิตภัณฑ์หรือ บริการใหม่ ๆ)	ทุนโครงสร้าง องค์กร (โครงสร้าง องค์กร/วัฒนธรรม/ ชื่อเสียง)	ทุนลูกค้า (ผู้มีส่วน เกี่ยวข้อง)	ทุนวัฒนธรรม
Barney (1991, 1997)	☐		☐	☐			
Stewart (1997)	☐			☐			
Edvinsson & Sullivan (1996, 1998);	☐			☐	☐	☐	☐
Van Buren (1999)				☐			
Sullivan (2000)	☐						
Choo (2002); Bontis (2002)	☐		☐		☐	☐	
Jyoti Batra (2010)				☐			
Meng-Yuh Cheng, Jer-Yan Lin, Tzy-Yih Hsiao, Thomas W. Lin (2010)				☐			

ตัวแปร	ทุนมนุษย์ (การฝึกอบรม/ ประสบการณ์/ ความรู้/ข้อมูล)	ทุน ทรัพยากร (การจัดการ ทรัพยากร)	ทุนทาง การเงิน (เงินทุน/งบ ประ มาณ)	ทุนนวัตกรรม (เทคโนโลยี/ การสร้าง ผลิตภัณฑ์หรือ บริการใหม่ ๆ)	ทุน โครงสร้าง องค์กร (โครงสร้าง องค์กร/วัฒน ธรรม/ ชื่อเสียง)	ทุน ลูกค้า (ผู้มี ส่วน เกี่ยว ข้อง)	ทุน วัฒนธรรม
นักวิชาการ							
Carlos Maria Jardon, M Susana Martos (2012)	✓	✓	✓		✓		
รวม	7	4	6	8	4	4	2

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง นิยามที่นักวิชาการ/นักวิจัยได้ทำการศึกษาและค้นพบไว้

จึงสามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาทุนทางปัญญาได้ด้วยกัน 7 ตัวแปร คือ ทุนนวัตกรรม ทุนมนุษย์ ทุนลูกค้า ทุนทางโครงสร้าง ทุนทางการเงิน ทุนทรัพยากร และทุนวัฒนธรรม กล่าวคือ

1. ทุนนวัตกรรม ความสามารถในการลงทุนสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นในการผลิต การเรียนรู้ การจัดการความรู้ โดยการต่อยอดจากของเดิมไปสู่สิ่งใหม่ และการใช้ประโยชน์จากความคิดใหม่ เพื่อให้เกิดผลดีทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการกำเนิดผลิตภัณฑ์ การบริการ กระบวนการผลิตใหม่ การปรับปรุงเทคโนโลยี การแพร่กระจายเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์และเกิดผลพวงทางเศรษฐกิจและสังคม

2. ทุนมนุษย์ ความสามารถหลายๆอย่างที่อยู่ในตัวคน ทั้งที่ติดตัวมาแต่กำเนิด (Innate) หรือเกิดจากการสะสมเรียนรู้จากวัฒนธรรมท้องถิ่นหรือสิ่งแวดล้อมซึ่งเป็นความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญ รวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเอง คุณลักษณะเหล่านี้เป็นคุณลักษณะที่มีคุณค่า และสามารถจะนำสิ่งเหล่านี้มารวมเข้าด้วยกันจนเกิดเป็นศักยภาพขององค์กร ซึ่งคุณลักษณะนี้จะเพิ่มขึ้นเมื่อมีการลงทุนที่เหมาะสม หรือเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่า ซึ่งจะทำให้องค์กรนั้นมีความสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

3. ทุนลูกค้า ความสัมพันธ์ภายในสายโซ่คุณค่าสังคมทั้งในแนวราบและแนวตั้ง ระหว่างบุคคล สถาบัน และ/หรือ องค์กรต่างๆ ทั้งในรูปปัจเจก กลุ่ม และเครือข่าย ทั้งค่านิยม บรรทัดฐานที่สังคมยึดถือ รวมถึงมูลค่าตราสินค้า ภาพลักษณ์และทัศนคติของชุมชนซึ่งมีผลต่อวิถีการผลิตในระดับครอบครัว ชุมชน และประชาคม

4. ทุนทางโครงสร้าง ทุนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างขององค์กรประกอบด้วย 3 ส่วน 1.โครงสร้างพื้นฐาน ทรัพยากรที่สนับสนุนและการจัดโครงสร้างการทำงานพื้นฐานขององค์กรรวมสินทรัพย์ทั้งหมดที่พบในรายงานทางการเงินของธุรกิจ 2. กระบวนการในที่นี้หมายถึงกระบวนการทางเทคนิค เครื่องมือในการผลิตและกระบวนการทำงานภายในซึ่งเป็นผลรวมของ Know-how 3.วัฒนธรรม ในที่นี้คือวัฒนธรรมการทำงานขององค์กร

5. ทุนทางการเงิน การบริหารจัดการการดำเนินงานธุรกิจที่ต้องใช้เงินตราในการที่องค์กรจัดหามา เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินกิจการได้อย่างเหมาะสมโดยการลงทุนแต่ละครั้งมีโอกาที่จะได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนอย่างคุ้มค่า

6. ทุนทรัพยากร ความสามารถของชุมชนในการจัดการทรัพยากรให้สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่รอบๆ ตัว และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าโดยทรัพยากรเปรียบเสมือนเป็นสินทรัพย์ (Asset) ความสามารถ (Competency) กระบวนการ (Process) และทักษะหรือความรู้ (Skill or Knowledge) ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมขององค์กร ทรัพยากรต่าง ๆ เหล่านี้สามารถช่วยให้องค์กรสร้างความได้เปรียบหรือความเป็นต่อในการแข่งขัน ก็ถือว่าเป็นจุดแข็ง (Strengths) ในทางตรงกันข้ามหากทรัพยากรเหล่านี้ซึ่งองค์กรมี แต่ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ ก็ถือว่าเป็น จุดอ่อน (Weakness)

7. ทุนวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าที่สั่งสมมาในอดีตทั้งเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้โดยนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเหล่านั้นมาแปลงเป็นสิ่งที่มีความรู้และมีมูลค่าที่ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวิถีชีวิตและสังคมในที่สุด และยังเกี่ยวข้องกับคุณค่า ความรู้ภูมิปัญญา และงานสร้างสรรค์อันเกิดจากการค้นคว้าและค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมทั้งค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคม ทำให้เกิดการจัดระเบียบของสังคมหรือสร้างกฎกติกาที่เป็นคุณต่อสังคมโดยส่วนรวม

2.2 ผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์

คือ การสร้าง (สรรค์) มูลค่า (Value Creation) ให้กับสินค้าได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) จากการผลิตแบบใช้เครื่องจักรและแรงงาน (Mass Production) การสร้างสรรค์ (Creativity) มีองค์ประกอบ 3 อย่างคือ 1.ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือความเฉพาะตัวของความคิดนั้นๆ ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใคร แตกต่าง และเลียนแบบกันไม่ได้ 2. ความเป็นสิ่งแรก (Originality) หรือสิ่งซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่มีเป็นสิ่งแรกๆ ที่สร้างขึ้นมา และ 3. คือ การมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น รวมถึง การออกแบบเชิงนวัตกรรม

(Design Innovation) ซึ่งหมายถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งที่สำคัญองค์ประกอบ 3 ส่วน คือ 1. ส่วนเทคโนโลยี (Technology) หมายถึงความเป็นไปได้ในเชิงวิชาการและวิศวกรรม ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงวิศวกรรม และพื้นฐานองค์ความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ 2. ส่วนธุรกิจ (Business) หมายถึงการอยู่รอดและการเติบโตของธุรกิจอย่างยั่งยืนประกอบด้วย การวิเคราะห์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ แผนการเงิน บัญชี ระบบสารสนเทศ กลยุทธ์การแข่งขัน และ 3. ส่วนมนุษย์ (Human Value) ซึ่งจะทำหน้าที่ในการตัดสินใจ จากความพึงพอใจและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์และบริการ ประกอบด้วย ความเข้าใจถึงจิตวิทยาของลูกค้า สถานะทางสังคมของปัจเจกชน ความต้องการของมนุษย์ และการศึกษาวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

ดังนั้นการวิเคราะห์สินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบการวิเคราะห์สำหรับตัวแปรตามสินค้าเชิงสร้างสรรค์ โดยประยุกต์มาจากแนวคิดของนักวิชาการ 3 คน คือ

ตารางที่ 2 ตารางสังเคราะห์ตัวชี้วัดสินค้าเชิงสร้างสรรค์

ตัวแปร นักวิชาการ	การใช้ ความรู้ สร้าง สรรค์ผลิต สินค้า	ประสิทธิภาพ ของการทำ กำไร	การ สร้าง มูลค่า ให้กับ สินค้า	ทรัพย์สิน ทาง ปัญ ญา
WIPO (1995)				✓
Hartley (2007)	✓		✓	
Uncted (2008)		✓	✓	
รวม	1	1	2	1

หมายเหตุ เครื่องหมาย ✓ หมายถึง นิยามที่นักวิชาการ/นักวิจัยได้ทำการศึกษาและค้นพบไว้

จึงสามารถสรุปตัวแปรในการศึกษาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ได้ด้วยตัวแปร 4 ตัวแปร คือ การสร้างมูลค่าให้กับสินค้า ประสิทธิภาพของการทำกำไร การใช้ความรู้สร้างสรรค์ผลิตสินค้าและทรัพย์สินทางปัญญา กล่าวคือ

1. การสร้างมูลค่าให้กับสินค้า การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตน มีทักษะและความเข้าใจในการผลิตสินค้าเพื่อสร้างความโดดเด่นตระหนักถึงแนวโน้มการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงาน มูลค่าปัจจุบันที่วัดจากตัวกระแสเงินสดสุทธิที่จะได้ในอนาคต องค์การที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าและบริการต่างๆ สามารถที่จะแข่งขันสูงควบคู่กับการมีแนวทางในการป้องกันคู่แข่ง และสร้างความได้เปรียบให้กับองค์กรของตนเอง ดังนั้นองค์กรใดไม่สามารถกำหนดวิธีการวัดผล และประเมินผลการ

ดำเนินงานที่บ่งชี้ถึงมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจแล้ว องค์การนั้นจะไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มหรือกำไรเชิงเศรษฐกิจได้เลย

2. ประสิทธิภาพของการทำกำไร ระยะเวลาการผลิตสั้นลง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้เร็วขึ้นทำให้ผลตอบแทนที่รับจากการผลิตสินค้าและบริการไม่ว่าจะเป็นรูปของตัวเงินหรือสิ่งของ สูงขึ้น ซึ่งกล่าวถึงความมั่งคั่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อกิจการสามารถสร้างรายได้จนสามารถชดเชยค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน (Operating Costs) และต้นทุนเงินทุน (Cost of Capital) ได้จนหมดสิ้น

3. การใช้ความรู้สร้างสรรค์ผลิตสินค้า การร่วมกันสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าโดยการบูรณาการความรู้เดิมกับความรู้ใหม่ผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าของตน มีทักษะและความเข้าใจในการผลิตสินค้าเพื่อสร้างความโดดเด่นหรือกล่าวง่าย ๆ คือ กระบวนการในการผลิตสินค้าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำโดยเน้นวงจรของการสร้าง การผลิต และการกระจายสินค้าและบริการที่ปัจจัยนำเข้าเป็นทุนทางปัญญาและความคิดสร้างสรรค์

4. ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิตามกฎหมายเกี่ยวกับผลงานสร้างสรรค์อันเกิดจากความคิดหรือสติปัญญาของมนุษย์ แบ่งเป็น 1. ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม เช่น สิทธิบัตร แบบผลิตภัณฑ์ เครื่องมือหมายการค้า เครื่องหมายบริการ ชื่อทางการค้า สิทธิในการระบุแหล่งต้นกำเนิด สินค้า 2. ทรัพย์สินทางวรรณกรรมและศิลปกรรม ได้แก่ ผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการแสดงออกหรือถ่ายทอดความรู้ในรูปของการสื่อสาร เช่น หนังสือ สิ่งเขียน สิ่งพิมพ์ เรียกว่างานศิลปกรรมและยังรวมถึงงานซึ่งเป็นสื่อที่รับรู้ได้โดยประสาทหูและตา รูปแบบการคุ้มครองเรียกว่า ลิขสิทธิ์

3. วิธีวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประชากรกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 45 คน ภายใต้โครงการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม (TOPOTOP: TO PURCHASE ORDER ONE THUMBON ONE PRODUCT) (กรุงเทพมหานครและปริมณฑล) ในปี 2554 ที่รับผิดชอบโดยสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน (สพช.) กรมอุตสาหกรรม จำนวน 45 คน ผู้วิจัยทำการศึกษาจากประชากรทั้งหมด โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างกับประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 30 คน จากทั้งหมด 45 คน ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บตัวอย่างในครั้งนี้ คิดเป็นร้อยละ 67 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

3.2 การสร้างเครื่องมือและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary research) โดยการทบทวนแนวความคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสร้างทุนทางปัญญาในการผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมชุมชน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึกและอุปกรณ์เครื่องเขียนต่าง ๆ เพื่อใช้ในการบันทึกการสัมภาษณ์และการสนทนาของผู้ให้ข้อมูล

3.2.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย โดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ด้านข้อมูล ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล และด้านผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเชิงเนื้อหา

3.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) และสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และ

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยวิเคราะห์เชิงอุปนัย โดยการวิเคราะห์ ตีความ และสร้างข้อสรุป และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้านการสร้างทุนทางปัญญาและผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม

4.1.1 ประเด็นด้านทุนทางปัญญา

คำถามการวิจัย: ทำอย่างไรที่จะให้สมาชิกผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนใช้ทุนทางปัญญา มาช่วยในการทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด

สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ว่า

1. ทุนนวัตกรรม ความสามารถในการลงทุนสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้เกิดขึ้นโดยการต่อยอดจากของเดิมไปสู่สิ่งใหม่ จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “การนำนวัตกรรมมาช่วยในการต่อยอดการผลิตสินค้าจากเดิมซึ่งควรเป็นความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกแล้วนำไปสู่การถ่ายทอดสิ่งใหม่ ๆ ให้กับสมาชิก”

2. ทุนมนุษย์ ความสามารถหลาย ๆ อย่างที่มีอยู่ในตัวคนรวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเองและสามารถจะนำสิ่งเหล่านั้นมารวมเข้าจนเกิดเป็นศักยภาพขององค์กร จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “การนำความสามารถของแต่ละบุคคลในกลุ่มรวมถึงประสบการณ์ต่าง ๆ ของแต่ละคนให้เหมาะสมกับงานเพื่อผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สร้างนวัตกรรมต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิม”

3. ทุนลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์กับสังคมทั้งในแนวราบและแนวดิ่ง ระหว่างบุคคล องค์กรต่าง ๆ จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “ความสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือซึ่งกันและกันไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ผู้ผลิตหน่วยงานของรัฐ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน”

4. ทุนทางโครงสร้าง การบริหารโครงสร้างตามความสามารถของแต่ละคนและมีการหมุนเวียนเพื่อให้เกิดความชำนาญในการทำงาน จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “ลักษณะโครงสร้างองค์กร มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความสามารถของแต่ละคนในขณะเดียวกันควรมีการหมุนเวียนเปลี่ยนงานเพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้มากกว่าหนึ่งอย่าง”

5. ทุนทางการเงิน การบริหารจัดการเงินทุนที่หามาได้นำมาดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “1 ด้านเงินลงทุนควรมีหาเงินลงทุน ซึ่งเงินลงทุนมาจากการระดมเงินทุนจากสมาชิกในการตั้งต้นดำเนินงาน เมื่อมีการดำเนินงานไปแล้วแหล่งเงินทุนต่อมาจากหน่วยงานภาครัฐ โดยเงินทุนดังกล่าวใช้หลักในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม โดยการให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนรับทราบถึงรายรับรายจ่าย และรู้จักวิธีการหาเงิน พร้อมทั้งทำกลุ่มให้เข้มแข็งเพื่อจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ 2.การลงทุนในการผลิตควรวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุนที่จะได้รับ”

6. ทุนทรัพยากร ความสามารถของชุมชนในการจัดการทรัพยากรให้สามารถใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่รอบ ๆ จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “การจัดการทรัพยากร เน้นในด้านของการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นที่มีอยู่รอบตัวที่สามารถนำมาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าให้เกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อสะดวกในการใช้งานและประหยัดต้นทุนการผลิตที่สำคัญสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้”

7. ทุนวัฒนธรรม การแปลงสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่วิถีชีวิตและสังคม จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “การนำภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของแต่ละชุมชนมาสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละกลุ่มให้เข้ากับบริบทของท้องถิ่นเพื่อให้เป็นที่จดจำแก่บุคคลโดยทั่วไปนำไปสู่การยอมรับจากสังคม”

4.1.2 ประเด็นด้านผลผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์

คำถามการวิจัย: ท่านจะทำอย่างไรให้การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์เพิ่มมูลค่า และนำไปสู่ทรัพย์สินทางปัญญา

สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ว่า

1. การสร้างมูลค่าให้กับสินค้า การนำ ภูมิปัญญาท้องถิ่นบวกกับความคิดสร้างสรรค์นำมาใช้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าของตน จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ “การสร้างมูลค่าให้กับสินค้า การสร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของท้องถิ่นนั้นเชื่อมโยงเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมไปสู่ผลิตภัณฑ์ เช่น การนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาเพิ่มมูลค่าโดยการแปรรูปให้มี

คุณค่าสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น นำผักตบชวาซึ่งไม่มีมูลค่ามาผ่านกรรมวิธีทางวิทยาศาสตร์แปรรูปเป็นตุ๊กตานกกรบ"

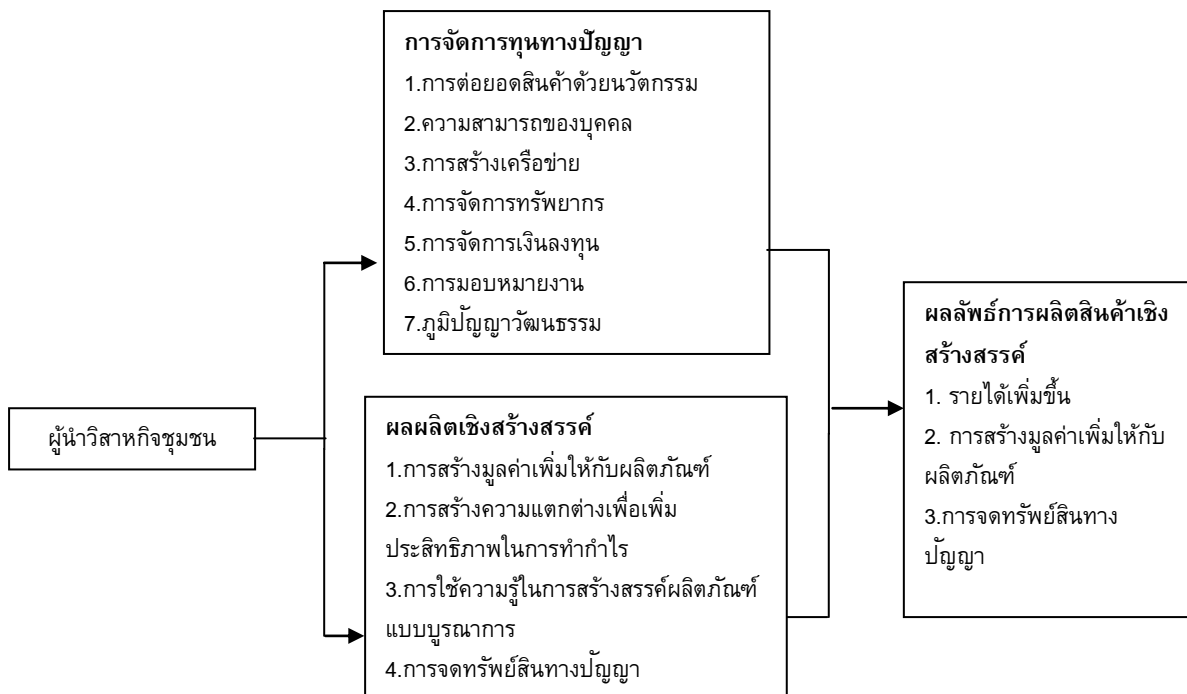
2. ประสิทธิภาพของการทำกำไร ระยะเวลาการผลิตสั้นลง จำหน่ายสินค้าได้เร็วขึ้นสามารถนำไปสู่ผลตอบแทนจากการผลิตสินค้าและบริการไม่ว่าจะเป็นรูปของตัวเงินหรือสิ่งของ จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ "การใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ใส่ในกระบวนการผลิตสินค้าโดยการสังสมความรู้ ประสบการณ์ พร้อมทั้งการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานเพื่อลดขั้นตอนในการผลิตและส่งมอบสินค้าทันตามเวลา นำไปสู่ความสามารถในการทำกำไร เช่น การนำกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการอบผักตบชวาช่วยลดขั้นตอนการตากทำให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้เร็วขึ้น"

3. การใช้ความรู้สร้างสรรค์ผลิตสินค้า การร่วมกันสร้างความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตสินค้าโดยการบูรณาการความรู้เดิมกับความรู้ใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างเอกลักษณ์ สร้างความโดดเด่นให้กับสินค้า จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ "การสร้างผลงานจากศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ นำมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นนำไปสู่การสร้างทรัพย์สินทางปัญญาให้อยู่คู่กับท้องถิ่น ชุมชน และประเทศชาติสืบไป เช่น การ

นำเชื้อท้องถิ่นมาใส่ในผ้าขาวม้าสร้างลวดลายขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นของตนนำไปสู่การจัดจำของผู้บริโภค"

4. ทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิตามกฎหมายเกี่ยวกับผลงานสร้างสรรค์อันเกิดจากความคิด จะเห็นได้จากคำตอบดังต่อไปนี้ "การคิดค้นสินค้าใหม่ ๆ สู่ตลาดนั้นเป็นสิ่งที่ทางกลุ่มให้ความสำคัญเมื่อนำเข้าสู่กฎหมายในการคุ้มครองสิทธิในการจดทรัพย์สินทางปัญญานั้นได้มีมุมมอง ออกเป็น 2 ประเด็น ข้อดีก็คือสามารถปกป้องความคิด กระบวนการผลิตที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ รักษาไว้เป็นที่ภาคภูมิใจของกลุ่ม ในด้านของข้อเสียความยุ่งยากในด้านของเอกสารและความไม่เข้าใจในเรื่องของการจดและขั้นตอนต่างๆ ดังนั้นในเรื่องนี้กลุ่มวิสาหกิจได้มีพร้อมควรได้รับการคุ้มครองความคิดจากหน่วยงานภาครัฐ"

จากการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นั้น ผู้วิจัยนำมาสู่แนวทางการสร้างทุนทางปัญญาในการผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรม ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรมให้มีความเหมาะสมและมีศักยภาพในการผลิตเพิ่มสูงขึ้นได้ดังนี้



ภาพที่ 1 แบบจำลองแนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม

จากภาพที่ 1 แบบจำลองแนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. การเริ่มต้นการสร้างทุนทางปัญญาควรเริ่มจากผู้นำวิสาหกิจชุมชน เป็นพลังขับเคลื่อนในการดำเนินงานในทุกๆ ด้าน โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับสมาชิกรวมทั้งสร้างความรู้ใหม่ ๆ ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมเพื่อเป็น

ต้นแบบให้กับสมาชิกในกลุ่มได้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้กับกลุ่ม

2. ผู้นำวิสาหกิจชุมชนขับเคลื่อนด้านการจัดการทุนทางปัญญา ประกอบด้วย 1.การต่อยอดสินค้าด้วยนวัตกรรม การนำความรู้เดิมมาต่อยอดการผลิตสินค้าโดยใช้นวัตกรรมที่ช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ 2.ความสามารถของบุคคล โดยนำความสามารถของแต่ละคนให้เหมาะสมกับงานเพื่อผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ 3.การสร้างเครือข่าย

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือซึ่งกันและกันไม่ว่าจะเป็นลูกค้า ผู้ผลิต หน่วยงานของรัฐ เอกชน 4. การจัดการทรัพยากร เน้นการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด 5. การจัดการเงินลงทุน การบริหารจัดการเงินทุนที่เข้ามาเพื่อนำมาดำเนินงานได้อย่างเหมาะสมสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน 6. การมอบหมายงาน ควรจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความสามารถของแต่ละบุคคล 7. ภูมิปัญญาวัฒนธรรม การแปลงสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าส่งผลให้เกิดประโยชน์แก่วิถีชีวิตและสังคม

3. ผู้นำวิสาหกิจชุมชนขับเคลื่อนด้านผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างเอกลักษณ์ความเป็นตัวตนของท้องถิ่นเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมไปสู่ผลิตภัณฑ์ 2. การสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไร โดยการสร้างความคิดใหม่ ๆ ในการผลิตสินค้า การสังเคราะห์ความรู้จากประสบการณ์ การนำเทคโนโลยีมาผสมผสานเพื่อลดขั้นตอนการผลิตและส่งมอบสินค้าทันตามเวลา 3. การใช้ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ โดยการสร้างความรู้จากศาสตร์ความรู้ต่าง ๆ นำมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าสู่ 4. การจัดทรัพยากรเชิงปัญญา เพื่อคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในด้านความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดความภาคภูมิใจของสมาชิกในกลุ่มและสังคม

การขับเคลื่อนในด้านการจัดการทุนทางปัญญาและการสร้างผลผลิตเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่ประสิทธิผลในการดำเนินงาน ด้าน 1. รายได้เพิ่มขึ้น 2. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ 3. การจัดทรัพยากรเชิงปัญญา

4.1.3 สรุปผลการวิจัย

1) ประเด็นด้านทุนทางปัญญา โดยการนำนวัตกรรมมาช่วยในการต่อยอดการผลิตสินค้าสร้างจากภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละกลุ่มให้เข้ากับบริบทของท้องถิ่นโดยใช้ความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคลให้เหมาะสมกับงานรวมทั้งการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความสามารถของแต่ละคนในขณะเดียวกันควรมีการหมุนเวียนเปลี่ยนงานเพื่อให้สมาชิกสามารถทำงานได้มากกว่าหนึ่งอย่าง ในการผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ใช้นวัตกรรมต่อยอดจากภูมิปัญญาเดิม สร้างเครือข่ายความร่วมมือซึ่งกันและกัน โดยเน้นในด้านของการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในด้านเงินลงทุนใช้หลักในการบริหารแบบมีส่วนร่วมของกลุ่ม โดยการให้สมาชิกในกลุ่มทุกคนรับทราบถึงรายรับรายจ่าย และรู้จักวิธีการหาเงิน พร้อมทั้งทำกลุ่มให้เข้มแข็งเพื่อจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งจัดโครงสร้างองค์กรโดยการ

2) ประเด็นด้านผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ ควรเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์รวมถึงการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์เน้นกระบวนการในการผลิตสินค้าที่ใส่ใจทุกขั้นตอนของกระบวนการผลิตก่อนส่งมอบลูกค้า การเน้นการคิดที่แตกต่าง การปรับวิธีคิดในด้านของกระบวนการผลิต และไม่หยุดยั้งในการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ โดยการมุ่งเป้าเดียวกันเพื่อดำเนินงานไปทางเดียวกันจนนำไปสู่การสร้างความแตกต่างในการจัดทรัพยากรเชิงปัญญา

3) แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในภาคอุตสาหกรรม

การเริ่มต้นการขับเคลื่อนการสร้างทุนทางปัญญาควรเริ่มจากผู้นำวิสาหกิจชุมชน เป็นพลังขับเคลื่อนในการดำเนินงานในทุกๆ ด้าน และการสร้างผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ควรยึดองค์ประกอบจัดการทุนทางปัญญาประกอบด้วย 1. การต่อยอดสินค้าด้วยนวัตกรรม 2. ความสามารถของบุคคล 3. การสร้างเครือข่าย 4. การจัดการทรัพยากร 5. การจัดการเงินลงทุน 6. การมอบหมายงาน 7. ภูมิปัญญาวัฒนธรรม และผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ 2. การสร้างความแตกต่างเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไร 3. การใช้ความรู้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แบบบูรณาการ 4. การจัดทรัพยากรเชิงปัญญา องค์ประกอบทั้งสองส่วนนำไปสู่ประสิทธิผลในการดำเนินงานด้าน 1. รายได้เพิ่มขึ้น 2. การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ 3. การจัดทรัพยากรเชิงปัญญา

4.1.4 อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ทุนทางปัญญา สินค้าเชิงสร้างสรรค์ นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าประสิทธิภาพการบริหารงานให้กับวิสาหกิจชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Meng-Yuh Cheng, Jer-Yan Lin, Tzy-Yih Hsiao, Thomas W. Lin, 2010) ศึกษาเรื่องทรัพยากรลงทุนทางทุนทางปัญญาในการแข่งขันเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กรผลจากศึกษาแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างทุนทางปัญญาและผลการดำเนินงาน ผลลัพธ์เหล่านี้ยังชี้ให้เห็นว่ากำลังการผลิตที่ใช้เป็นนวัตกรรมใหม่และกระบวนการการทำงานโดยผ่านทุนมนุษย์ที่มีมูลค่าเพิ่มสามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานได้ดียิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ (Constantinescu, M., 2009) ศึกษาถึงเศรษฐกิจฐานความรู้ที่มุ่งเน้นนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและผลผลิตภาพแรงงานที่มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ผลงาน (Kavida, V., & Sivakoumar, N., 2009) ศึกษาเรื่องทุนทางปัญญา: มุมมองการบริหารเชิงกลยุทธ์ พบว่า การจัดการเชิงกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมฐานความรู้ในระบบเศรษฐกิจฐานความรู้ที่องค์กรต่าง ๆ นานาได้ใช้ทุนทางปัญญาเป็นเปรียบในการแข่งขันสามารถสร้างมูลค่าขององค์กร เป็นไปตามทฤษฎีของ (Amir Hosain Amir Khani, Freyedon Ahmadi และ Golamhusain Homayouni, 2011) เป็นตัวแบบในด้านของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางปัญญาซึ่งประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้างการ และทุนผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานในด้านการ

ผลิตโดยประเมินประสิทธิภาพใน 3 มิติ คือการประเมินมูลค่าตลาดในการทำไร่และการผลิต

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. จากการศึกษาประเด็นด้านทุนทางปัญญา พบว่าวิสาหกิจชุมชนใช้ความรู้ในทุนด้านต่าง ๆ เพื่อให้สร้างผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมด้านนโยบายด้านการสร้างทุนทางปัญญาโดยสร้างจากฐานความรู้ที่ผู้ประกอบการมีเสริมในสิ่งที่เป็้องค์ความรู้สมัยใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทสภาพแวดล้อมของชุมชนเพื่อให้วิสาหกิจชุมชนแต่ละกลุ่มนำความรู้ที่มีทั้งภายในและภายนอกในการนำมาสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. จากผลการศึกษาประเด็นด้านผลผลิตเชิงสร้างสรรค์ พบว่า สมาชิกวิสาหกิจชุมชนต้องการการเติบโตของกิจการที่เห็นผลที่ชัดเจนและอยู่อย่างยั่งยืน ทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ส่งเสริมให้กับวิสาหกิจชุมชนด้านการเติบโตโดยการสร้างความรู้ต่อยอดสิ่งใหม่ ๆ รวมทั้งหาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดระหว่างประเทศ ส่งผลสู่ความยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจทำให้ประเทศมีรายได้จากการส่งออก ด้าน สิ่งแวดล้อมส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรที่คุ้มค่าไม่ส่งผลต่อสังคมและชุมชนรวมทั้งด้านสังคมส่งผลให้สังคมหรือชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นและสร้างผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นรุ่นสู่รุ่นเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันกับต่างชาติต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยเฉพาะวิสาหกิจในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ดังนั้นผู้ที่สนใจในการศึกษาครั้งต่อไป ควรขยายขอบเขตในการศึกษาไปพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในด้านของภาวะผู้นำ กระบวนการที่ยั่งยืน และการเติบโตที่ยั่งยืน เพื่อให้โมเดลมีความสมบูรณ์และสามารถก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

6. เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. 2554. รายงานประจำปี 2553 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม: สรรค์สร้างอุตสาหกรรมไทย Creative Industry. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.

ประพนธ์ ผาสุยัต. 2549. การจัดการความรู้. กรุงเทพฯ:

สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม (สคส.).

วิจารณ์ พานิช. 2548. การจัดการความรู้ในยุคสังคมและ

เศรษฐกิจบนฐานความรู้. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(สศช.). (ม.ป.ป.). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2550-2559). กรุงเทพฯ:

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

(สศช.). 2551. วิสัยทัศน์ประเทศไทยสู่ปี 2570. ใน

เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2551 ของ

สศช. 15 สิงหาคม 2551 (หน้า 1-26). กรุงเทพฯ:

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

2552. จากวิสัยทัศน์ 2570...สู่แผนฯ 11. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2555, สืบค้นจาก

<http://webcache.googleusercontent.com>

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. 2547. การพัฒนาองค์กร

และบุคลากรแนวคิดใหม่ในการพัฒนาทรัพยากร

บุคคล. กรุงเทพฯ: 21 เซ็นจูรี่.

เสรี พงศ์พิศ. 2546. ฐานคิดจากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน.

กรุงเทพฯ: ร้านรังสีการพิมพ์.

Amir Hosain Amir Khani, Freyedon Ahmadi and Golamhusain

Homayouni. 2011. INTERDISCIPLINARY

JOURNAL OF CONTEMPORARY RESEARCH IN BUSINESSVOL 2, NO 10

Barney, J.B. 1991. Firm resource and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99-120

Barney, J. 1997. *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*. MA: Addison-Wesley.

Bontis, N. 2002. Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital.

International Journal of Management Reviews, 3(1), 41-60.

Carlos Maria Jardon, M Susana Martos, 2012. "Intellectual

capital as competitive advantage in emerging

clusters in Latin America", *Journal of Intellectual*

Capital, Vol. 13 Iss: 4

- Choo, Chun Wei, and Nick Bontis (eds). 2002. **Strategic Management of Intellectual Capital and Organizational Knowledge**. New York: Oxford University Press.
- Constantinescu, M. 2009. Knowledge management: Innovation and productivity labor. **Journal of Knowledge Management**, 7(1), 7-33.
- Edvinsson, L. and Malone, M. S. 1997. **Intellectual capital: Realizing your company's true value by finding it hidden brainpower**. New York: Harper- Collins Publisher.
- Hartley, J. 2007. From creative industries to creative economy: flying like a well-thrown bird?' In J. Hartley (Ed.), **Creative Industries** (pp. 5-18). Beijing: Tsinghua University Press.
- Hsu, H.-Y. 2006. **Knowledge Management and Intellectual Capital**. Doctor Dissertation, Department of Philosophy degree in Management, Graduate School, Southern Illinois University Carbondale.
- Jyoti Batra. 2010. Knowledge Management: Emerging Practices in IT Industry in NCR. **The IUP Journal of Knowledge Management**, 8(1, 2), 57-67
- Kavida, V., & Sivakoumar, N. 2009. Intelltural: Strategic management. **IUP Journal of Knowledge Management**, 7(5/6), 55-69.
- Lee, C.C. Egbu, C., Boyd,D.,Xiao, H., and chinyo, E. 2005. **Knowledge management for small medium enterprise: Capturing and Communication Learning and Experiences**. In Proceedings of CIB W99 Working Commission 4.th Triennial International conference rethinking and revitalizing construction. Safeth, health, environment and quality May 2005 (pp.17-20). South Africa: Port Elizabeth.
- Meng-Yuh Cheng, Jer-Yan Lin, Tzy-Yih Hsiao, Thomas W. Lin, .2010. "Invested resource, competitive intellectual capital, and corporate performance", **Journal of Intellectual Capital**, 11(4), 433 – 450
- Stewart, T.A. 1997. **Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations**. New York: Double-Day/Currency.
- Sullivan, P.H. 2000. **Value-driven intellectual capital: How to convert intangible corporate assets into market value**. John Wiley & Sons.
- Van Buren, M. E. 1999. **A yardstick for knowledge management**.**Training & Development**, 53(5), 71-8.
- WIPO. 1995. **Agreement between the United Nations and the World Intellectual Property Organization**. Geneva: WIPO.
- UNCTED. 2003. **Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage**. Retrieved February 13, 2010, from <http://www.unctad.org/creative-economy>