

Chapter

7

การพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐาน ระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตก ของประเทศไทย*

Development on Evaluation Criteria
of Creative Management in Community Business
in Western Thailand

จิตพนธ์ ชุมเกต**

พิทักษ์ ศิริวงศ์***

ธีระวัฒน์ จันทิก****

* งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2558

** นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

*** รองศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

**** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทคัดย่อ >>>>

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการ เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ใช้วิธีวิทยาการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method) กระบวนการศึกษาใช้การวิจัยเอกสาร การสนทนากลุ่มและเทคนิคการวิจัยอนาคต (Ethnographic Delphi Futures Research; EDFR) โดยสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 17 คน เกี่ยวกับแนวโน้มขององค์ประกอบในการจัดทำเกณฑ์ประเมิน สำหรับสถิติในการวิจัยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) จากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจำนวน 560 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster sampling) จากนั้นจึงตรวจสอบเกณฑ์ประเมินด้วยค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ และทดลองประเมินใช้เกณฑ์กับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตสินค้าโอท็อป จากผลการวิจัยพบว่า เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์มี 3 องค์ประกอบหลัก (3V) 9 องค์ประกอบย่อย (PODOWN-CIS) ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่ม มี 3 องค์ประกอบย่อย คือ กระบวนการ ผลิต และภูมิปัญญา 2) การดำเนินการที่เกิดคุณค่า มี 4 องค์ประกอบย่อย คือ การส่งมอบและการสื่อสาร ผลลัพธ์ เครือข่ายความร่วมมือ และความต่อเนื่อง 3) ผลประกอบการ มี 2 องค์ประกอบย่อย คือ รายได้ และปริมาณการขาย ขณะที่ผลการประเมินเกณฑ์ด้วยเทคนิค IOC ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนการพิจารณาเกณฑ์ได้ค่า IOC สูงกว่า 0.5 แสดงให้เห็นว่ามีความเห็นต่อเกณฑ์การประเมินที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้ จากผลการทดลองประเมินผู้ประกอบการ พบว่า เกณฑ์การประเมินสามารถสะท้อนให้เห็นถึงระดับการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน และสามารถให้ข้อเสนอแนะเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง รวมถึงแนวทางพัฒนาระบบการจัดการให้มีความสร้างสรรค์ และมีมาตรฐานที่สูงขึ้น

คำสำคัญ: เกณฑ์การประเมิน/ การจัดการเชิงสร้างสรรค์/ กลุ่มธุรกิจชุมชน

Abstract >>>>

This research was aimed to develop evaluation criteria of creative management for community business located in the western Thailand. A research methodology was divided into 3 steps; first step was to determine a basic concept of community business development approach which led to management process with creative economy, using documentary research technique and focus group. The second step was to create the evaluation criteria with Ethnographic Delphi Futures Research (EDFR) technique. 17 experts were interviewed about a tendency of components for the evaluation criteria. The researcher applied confirmatory factor analysis as a statistical analysis from 560 members of community enterprise. The last step was to measure an efficiency of the evaluation criteria by applying IOC technique. Then, a trial was launched into 3 OTOP herbal product owners.

The results showed that the evaluation criteria of creative management process totally included 3 principle components (3V) and 9 subcomponents (PODOWN-CIS); 1) Value added was consisted of 3 subcomponents which were Process, Output, and Wisdom. 2) Valuable was consisted of 4 subcomponents including Delivery, Outcome, Network, and Continuity. And 3) Volume was consisted of 2 subcomponents which were Income and Sales Volume. According to the IOC technique evaluation, it was found that total scores from the experts were higher than 0.5 which meant that the opinions were conformed. Furthermore, the trial results from the herbal product owners revealed different levels

of operation. The evaluation criteria results were also capable to show their weakness and a guideline to develop higher creative management and standard level.

Keywords: Evaluation Criteria/ Creative Management/ Community Business

บทนำ >>>>

ปัจจุบันอิทธิพลของกระแสแนวคิดทุนนิยมท่ามกลางการลงทุนและแสวงหากำไรสูงสุด เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีส่วนสำคัญทำให้เกิดบริบทการขับเคลื่อนของธุรกิจบนระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) ที่ก่อตัวขึ้นเกิดเป็นปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นผลสืบเนื่อง เช่น ธุรกิจมีอัตราการแข่งขันทางธุรกิจอย่างเข้มข้น มีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเป็นจำนวนมาก เกิดการแสวงหาความรู้และนำมาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความรู้ได้เปรียบทางการค้า จึงเรียกได้ว่าเป็นยุคแห่งเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-Based Economy) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) จากปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการต้องมีการเฝ้าระวังและเตรียมพร้อมเพื่อรองรับกับการแข่งขัน การพึ่งพาองค์ความรู้ในการสร้างการผลิต การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารเชื่อมโยงระบบธุรกิจ การใช้ประโยชน์จากสารสนเทศ รวมถึงการปรับตัวที่ต้องรองรับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549) เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการหรือประกอบธุรกิจให้คงอยู่และอยู่รอดได้ภายใต้สภาวะทางเศรษฐกิจในยุคที่มีความสามารถในการสื่อสารเชื่อมโยงทั่วถึงกัน หรือที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์ (Turban et al., 2006)

จากผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในยุคโลกาภิวัตน์ จึงควรมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพของคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการประกอบอาชีพ ลดอัตราการว่างงาน และสามารถ

พึ่งพาตนเองให้อยู่ในสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้ ตลอดจนพัฒนา
ทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี และสุขภาพที่ดีของประชาชน (Barro, 1993)
ทำให้ช่วงระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ.
2555 - 2559 รัฐบาลจึงหันมาให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจระดับฐานราก
โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนอย่างจริงจังภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับ
โครงสร้างเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่มีคุณภาพและยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการ
พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) มีการวางกรอบและกำหนด
นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาความรู้ การวิจัยและพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมในประเทศไทยเพื่อให้เอื้อประโยชน์
ต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ได้มากที่สุด ทั้งในระดับนโยบายของรัฐ ภาคธุรกิจ
ขนาดใหญ่ ภาคธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ไปจนถึงระดับชุมชน
(สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2555)

หนทางที่นำพาการประกอบการในชุมชนไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนและ
ประสบความสำเร็จได้นั้น ควรมุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเพื่อสร้าง
องค์ความรู้ที่เป็นของตนเอง การสร้างต้นทุนในชุมชนที่มาจากเงินตราและทุน
ทางสังคมจากบุคคล ภูมิปัญญา ประเพณีวัฒนธรรมต่าง ๆ (Charnock, 2009)
มีกระบวนการศึกษาวิจัยให้เป็นแนวทางเพื่อพัฒนาชุมชนโดยร่วมมือกับ
นักวิชาการหรือสถาบัน รวมทั้งมีกระบวนการผสมผสานความหลากหลายผ่าน
กิจกรรมทั้งภายในและภายนอกเพื่อเปิดรับความรู้และความช่วยเหลือที่ก่อให้เกิด
แนวคิดและกระบวนการที่ศันใหม่ ตลอดจนการทำให้ชุมชนท้องถิ่นมี
ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้นับตั้งแต่การประกาศพระราชบัญญัติส่งเสริม
วิสาหกิจชุมชนปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ก็เกิดการการพัฒนาสนับสนุนอย่าง
เป็นระบบจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมาโดยตลอด อีกทั้งยังมีความพยายาม
ผลักดันกิจกรรมทางการพาณิชย์ระดับชุมชนท้องถิ่นเพื่อให้เกิดมาตรฐาน
ที่สูงขึ้นทัดเทียมกับธุรกิจขนาดกลาง หรือที่เรียกว่าธุรกิจชุมชน (ณรงค์
เพชรประเสริฐ, 2542)

กลุ่มธุรกิจชุมชน ถือเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน ประกอบด้วยกิจกรรมการผลิต กิจกรรมทางการขายผลผลิต กิจกรรมการซื้อ และการบริโภคของชุมชน มีความเกี่ยวข้องกับทรัพยากรทางการผลิต การค้า และการเงิน โดยมีเป้าหมายให้เกิดผลิตผลทั้งด้านเศรษฐกิจ คือ การสร้างรายได้และอาชีพ และด้านสังคม คือ การสร้างความกลมเกลียวกันระหว่างครอบครัว ชุมชนให้เกิดการร่วมคิด ร่วมทำ และรับผิดชอบร่วมกัน ธุรกิจชุมชนจึงต้องอาศัยการรวมกลุ่มเพื่อผนึกกำลังสร้างศักยภาพการทำงานภายในชุมชน ทั้งยังสร้างเครือข่ายองค์กรชาวบ้าน และเกิดความร่วมมือกันระหว่างชุมชน สังคม และหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง (ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, 2554, หน้า 53) นอกจากนี้ ธุรกิจชุมชนยังเป็นเรื่องของการประกอบการเพื่อจัดการกับทุนที่มีอยู่ในชุมชนอย่างบูรณาการเพื่อให้เกิดการพึ่งพาตนเองได้ อย่างไรก็ตาม ทุนนั้นไม่ได้หมายถึงเพียงแค่ตัวเงิน แต่ยังรวมถึงทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม (เสรี พงศ์พิศ, 2548, หน้า 40)

ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ถือเป็นความรู้ความสามารถที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์อย่างมีเอกลักษณ์และถ่ายทอดมาให้กับคนรุ่นหลังได้นำไปใช้ประโยชน์ในการทำมาหากิน หรือแม้แต่นำไปประยุกต์ในการสร้างรายได้เชิงพาณิชย์ ความคิดสร้างสรรค์จึงถือได้ว่าเป็นก่อให้เกิดคุณประโยชน์ และมีความสำคัญต่อธุรกิจชุมชนที่ต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ คิดและนำไปใช้อย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีคุณค่า มีความสัมพันธ์หรือสามารถผสมผสานกับเอกลักษณ์แบบดั้งเดิม และต้องสอดคล้องกับทุนหรือทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งนี้ในโลกของธุรกิจ การมีความคิดริเริ่มอย่างเดียวยังไม่เพียงพอ ในการสร้างสรรค์ความคิดนั้นจะต้องก่อให้เกิดประโยชน์สามารถทำได้จริง และยังต้องสื่อสารความหมายไปยังลูกค้าได้ (Howkins, 2013)

การเชื่อมโยงเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับธุรกิจชุมชนระดับรากหญ้าเป็นเรื่องที่ควรส่งเสริมอย่างยิ่ง เนื่องจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและ

ความคิดที่ชุมชนเป็นเจ้าของสามารถก่อให้เกิดศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมระดับชุมชนอย่างยั่งยืนและมั่นคงได้โดยไม่ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก เพียงแต่อาศัยความร่วมมือช่วยเหลือกันระหว่างสมาชิกธุรกิจชุมชนในทางตรงกันข้าม หากมีการใช้ทรัพยากรอย่างไม่สิ้นสุด จะทำให้การพัฒนาไม่มีความยั่งยืน และประชาชนในภาคเกษตรกรรมซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศถูกละเลย ส่งผลให้สังคมระดับชุมชนขาดความเข้มแข็งและเกิดปัญหานานัปการ (Benhabib, J. & Spiegel, M. M., 2005) ในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยจึงต้องพิจารณาให้ความสำคัญกับการค้นคว้าวิจัยเพื่อหาวิธีการผสมผสานที่ลงตัวระหว่างตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยทั้งในเชิงรูปธรรมและนามธรรม มรดกทางวัฒนธรรม ความรู้ทางวิชาการ ศิลปะและเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีความหมายและมีการนำเสนอด้วยรูปแบบที่แปลกใหม่ น่าสนใจ นอกจากนี้ยังต้องการเครือข่ายทางสังคมและความสัมพันธ์ที่ดีในระดับแวนออน ถึงจะสามารถพัฒนาแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2553)

ด้วยปรากฏการณ์ที่ได้กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งหมายในการพัฒนาเกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน โดยมุ่งเน้นไปยังประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก การพัฒนาเกณฑ์ประเมินนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อกำหนดคุณลักษณะและองค์ประกอบของการจัดการเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อยืนยันองค์ประกอบและทดลองใช้เกณฑ์ จนสามารถก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชนตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงผลลัพธ์ หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และศูนย์ส่งเสริมธุรกิจชุมชนในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนารูปแบบและวิธีการจัดการของธุรกิจชุมชนให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และมีมาตรฐานทางการจัดการที่สูงขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย >>>>

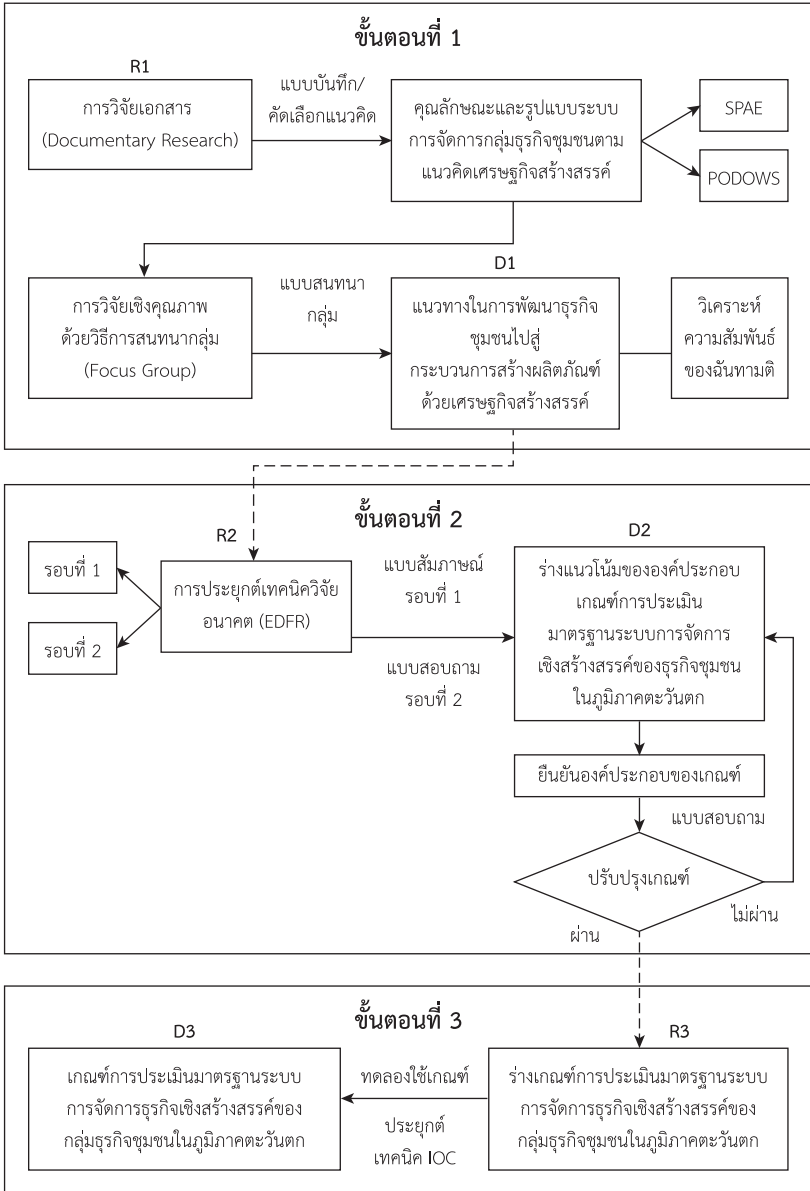
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะและรูปแบบระบบการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย >>>>

1. ทำให้ทราบถึงรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ซึ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถยึดถือไปเป็นแบบอย่างเชิงนโยบายในการดำเนินงานได้
2. ทำให้ได้เกณฑ์ประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนที่อยู่ในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย กล่าวคือ ผลจากการประเมินสามารถระบุจุดเด่นหรือข้อบกพร่องทางการจัดการ รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะที่ช่วยกำหนดทิศทางให้กลุ่มธุรกิจชุมชนมีระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์และมีมาตรฐาน

กรอบแนวคิดของการวิจัย >>>>

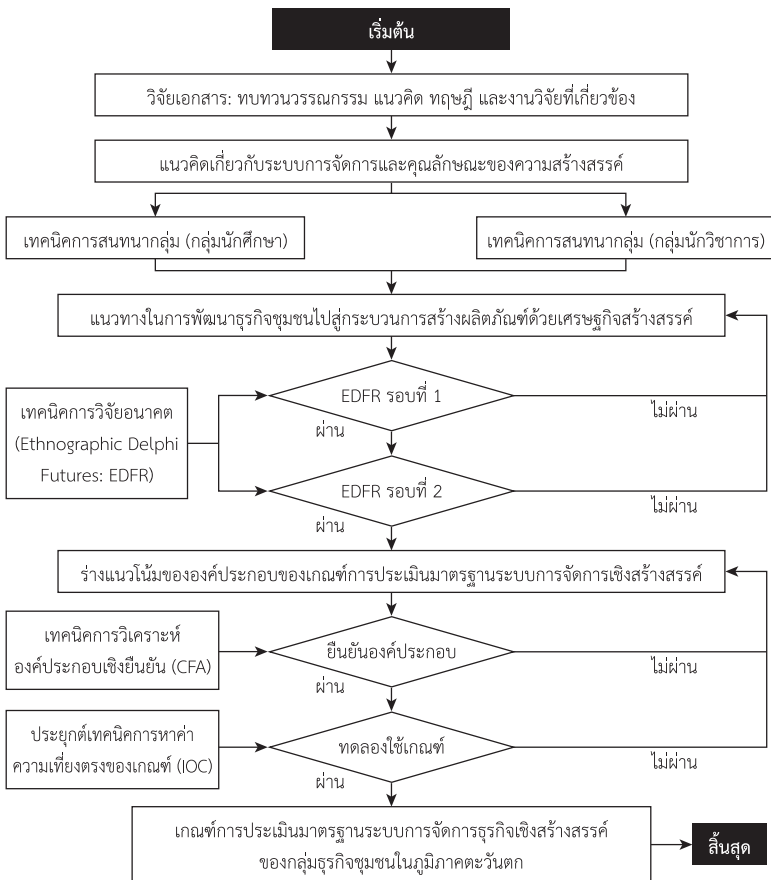
ในการศึกษาครั้งนี้เริ่มจากการสังเคราะห์แนวคิดจากการวิจัยเอกสาร การสนทนากลุ่มและ EDFR ไปจนถึงการยืนยันและทดลองใช้เกณฑ์ มีขั้นตอนดังกรอบแนวคิดในรูปภาพที่ 1



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย >>>>

ขั้นตอนดำเนินการวิจัยเริ่มจากขั้นตอนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะและรูปแบบระบบการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขั้นตอนที่ 2 เป็นการศึกษาองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมิน และขั้นตอนที่ 3 เป็นการพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย แสดงได้ดังรูปภาพที่ 2



รูปภาพที่ 2 แผนผังขั้นตอน (Flowchart) การดำเนินการวิจัย

จากรูปภาพเป็นการแสดงแผนผังขั้นตอนการศึกษาเพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะและรูปแบบระบบการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สามารถแบ่งออกเป็นขั้นตอนย่อยคือ

ขั้นตอนย่อยที่ 1 การวิจัยเอกสาร โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารทั้งระดับปฐมภูมิ (Primary data) และทุติยภูมิ (Secondary data) คัดเลือกข้อมูลจากแหล่งที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถเป็นตัวแทนของข้อมูลได้จริงเมื่อคัดเลือกเอกสารแล้วจึงนำเอกสารมาศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทฤษฎี ข้อมูลสนับสนุนและงานวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดคำอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นว่า มีสภาพความเป็นจริงตั้งแต่อดีตที่ผ่านมาและปัจจุบันเป็นอย่างไร แล้วนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของข้อมูลจากเอกสารแหล่งต่าง ๆ ทำให้ได้ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดการ (Schermerhorn, 2005, p. 19) การจัดการองค์การสมัยใหม่ (สมคิด บางโม, 2553, หน้า 39) การบริหารคุณภาพโดยรวม (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549) การจัดการตามสถานการณ์ (Lussier, 2006, p. 41) และระบบวงจรคุณภาพ (Deming, 1981)

ขั้นตอนย่อยที่ 2 การสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษารวบรวมแนวคิดการให้ความหมายและวิพากษ์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ฐานรากรวมถึงคุณลักษณะแห่งความสร้างสรรค์ ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการสนทนากลุ่มออกเป็น 2 กลุ่มหลัก อันได้แก่ 1) กลุ่มนักศึกษาในสาขาการจัดการธุรกิจและการตลาด ที่เคยผ่านการอบรมเรื่องผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือการจัดการธุรกิจชุมชนจำนวน 12 คน และ 2) กลุ่มอาจารย์รุ่นใหม่จำนวน 5 คน ที่มีประสบการณ์หรือความรู้ทางวิชาการด้านการจัดการ การตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดการธุรกิจชุมชน และการปกครองภาคท้องถิ่น เพื่อสนับสนุนหรือให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวคิดที่ได้มาจากการวิจัยเอกสาร จากนั้นจึงรวบรวมความเห็นประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสกัดเป็นแนวคิดเกี่ยวกับ

คุณลักษณะของความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแนวทางการจัดการสำหรับธุรกิจชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นการนำผลการสังเคราะห์แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน มาจัดทำแนวโน้มนโยบายประกอบในเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ มีขั้นตอนย่อยดังต่อไปนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 1 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 1 ผู้วิจัยพิจารณาคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากกลุ่มบุคคลจำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักวิชาการจำนวน 5 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เคยดำรงตำแหน่งหรือกำลังดำรงตำแหน่งในหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มธุรกิจชุมชนจำนวน 6 คน และกลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่ ประธานและสมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารที่มีประสบการณ์ดำเนินงานมาแล้วอย่างน้อย 3 ปี จำนวน 6 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 17 คน ตามแนวทางของโทมัส ที แมคมิลแลน (Thomas T. Macmillan, 1971) เกี่ยวกับแนวโน้มในเชิงบวก แนวโน้มในแง่ลบ รวมถึงแนวทางที่เป็นไปได้มากที่สุดของแนวโน้มแต่ละองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมิน

ขั้นตอนย่อยที่ 2 เทคนิควิจัยอนาคต (EDFR) รอบที่ 2 หลังจากที่ได้เข้าสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในรอบที่ 1 แล้ว ผู้วิจัยจึงรวบรวมความเห็นข้อเสนอแนะ นำไปสร้างเครื่องมือแบบสอบถามที่ได้จากข้อมูลการสัมภาษณ์รอบที่หนึ่ง สำหรับการเก็บข้อมูลรอบที่สองเพื่อเป็นการตรวจสอบยืนยันในลักษณะฉันทามติของแนวโน้มจากผู้เชี่ยวชาญ หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนแล้วจึงนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติ ได้แก่ ค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile range: IR) และค่ามัธยฐาน (Median) กล่าวคือ จากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญต้องมีค่าพิสัยระหว่างควอไทล์จะต้องไม่เกิน 1.5 และมีค่ามัธยฐานเกินกว่า 3.5

ขั้นตอนย่อยที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) คือ การนำแนวโน้มองค์ประกอบที่ได้จากการทำ EDRF ทั้ง 2 รอบ มาทำเป็นแบบสอบถามเพื่อยืนยันว่า องค์ประกอบต่าง ๆ มีความสอดคล้องกลมกลืนกับโครงสร้างของเกณฑ์ประเมินหรือไม่ ประชากรที่ใช้ศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นกลุ่มธุรกิจชุมชน ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารในภูมิภาคตะวันตก โดยไม่จำกัดประสบการณ์ดำเนินงานและระดับที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ ในขณะเดียวกัน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างนั้นใช้วิธีการตามแนวทางของ Hair (Hair et al., 2010) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจชุมชนที่ขายสินค้าประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหารจำนวน 560 ราย และประยุกต์ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยกำหนดพื้นที่ในภาคตะวันตกแบ่งออกเป็นพื้นที่จังหวัด ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี จังหวัดนครปฐม จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดเพชรบุรี แล้วดำเนินการสุ่มกลุ่มตัวอย่างในหน่วยพื้นที่ดังกล่าว

เมื่อได้ผลการวัดระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบในการจัดทำเกณฑ์แล้ว จึงนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้วยโปรแกรม LISREL เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบย่อย (Construct Validity) เกณฑ์ในการวัดความกลมกลืนขององค์ประกอบทั้งหมด พิจารณาได้จาก เกณฑ์ ได้แก่ 1) ค่า Chi-Square เมื่อหารกับค่า Degree of freedom (df) ต้องไม่เกิน 2 2) ค่า p-value ต้องไม่น้อยกว่า 0.05 3) ค่า CFI, GFI และ AGFI ต้องเข้าใกล้ 1 โดยไม่น้อยกว่า 0.95 4) ค่า RMSEA ต้องเข้าใกล้ศูนย์ โดยมีค่าไม่เกิน 0.05 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

ขั้นตอนที่ 3 พัฒนาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย มีขั้นตอนย่อยดังนี้

ขั้นตอนย่อยที่ 1 การทดลองใช้เกณฑ์การประเมิน ในขั้นตอนนี้เป็นการสรุปผลการพิจารณาเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทย ผู้วิจัย

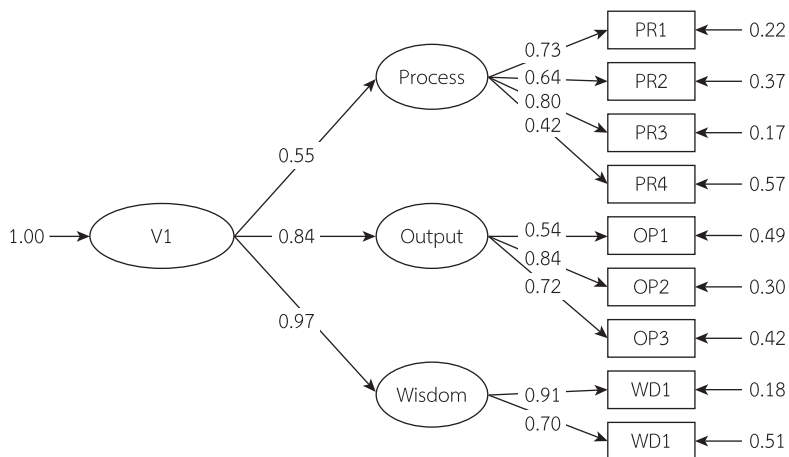
ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) กับผู้เชี่ยวชาญที่ร่วมพิจารณา ร่างเกณฑ์การประเมินจำนวน 3 คน กำหนดเป็นผู้เชี่ยวชาญทางการตลาด 1 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการ 1 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาเกณฑ์ 1 คน โดยพิจารณาเกณฑ์ค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 จึงจะถือว่ามีความสอดคล้องกัน แล้วจึงนำเกณฑ์ไปทดลองประเมินกับกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ด้วยวิธีการสุ่มเลือกแบบไม่เจาะจง จำนวน 3 ราย

ขั้นตอนย่อยที่ 2 การพัฒนาเกณฑ์การประเมิน เป็นขั้นตอนสุดท้าย โดยนำผลประเมินการทดลองใช้เกณฑ์มาพิจารณาขององค์ประกอบหลัก องค์ประกอบย่อย และดัชนีการประเมิน เพื่อปรับปรุงและสังเคราะห์เพิ่มเติม จากนั้นจึงจัดทำเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเป็นแนวทางและรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบที่ใช้ในการประเมินการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชน

ผลการวิจัย >>>>

จากการวิจัยเอกสารและการสนทนากลุ่มในขั้นตอนที่ 1 ทำให้เกิดการสังเคราะห์เป็นแนวคิดเบื้องต้นของคุณลักษณะและรูปแบบระบบการจัดการที่ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน (PODOWS) ได้แก่ กระบวนการ ผลผลิต การส่งมอบผลิตภัณฑ์ ผลประโยชน์ ทนทางปัญญา และความยั่งยืน สำหรับผลจากการสนทนากลุ่มเป็นการยืนยันในลักษณะฉันทามติเกี่ยวกับองค์ประกอบดังกล่าว และยังทำให้ได้แนวคิดในการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันในตลาดที่ต้องพิจารณาถึงมุมมองผู้บริโภคใน 4 ด้าน (SPAЕ) ได้แก่ การศึกษาแรงกระตุ้นในการซื้อ (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity)

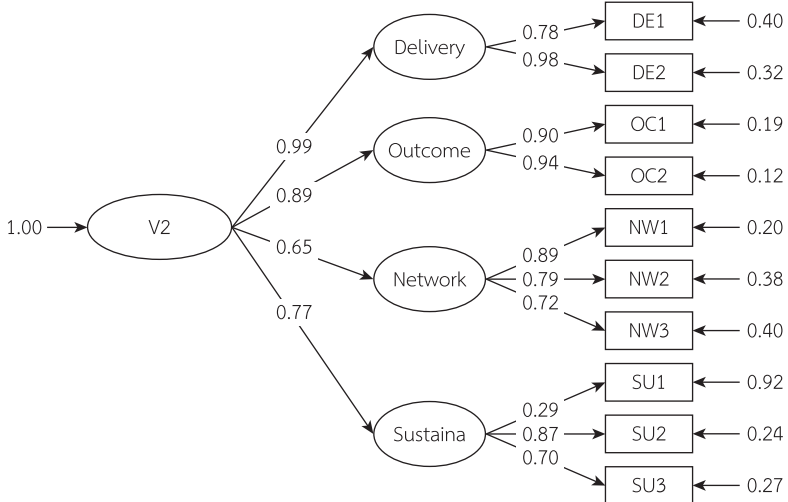
ในขั้นตอนที่ 2 เป็นการศึกษาองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยด้วยวิธีการ EDFR พบว่า ในรอบที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 17 คน มีความเห็นต่อแนวโน้มองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินที่สอดคล้องกัน ทั้งนี้ได้ข้อเสนอแนะว่าโครงสร้างทั้งหมดควรอยู่ภายใต้ 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) ความคุ้มค่า (Valuable) และผลประกอบการ (Volume) ควรเพิ่มองค์ประกอบย่อยด้านเครือข่ายความร่วมมือ (Network) ด้านรายได้ (Income) และปริมาณการขาย (Sales volume) หลังจากนั้นจึงจัดแบบสอบถามแนวโน้มของเกณฑ์ประเมินแก่ผู้ประกอบการจำนวน 560 ราย และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ CFA ผลการวิเคราะห์พบว่า ทุกองค์ประกอบมีความสอดคล้องกลมกลืนกันและผ่านเกณฑ์ทุกองค์ประกอบดังภาพต่อไปนี้



Chi-Square=12.01, df=13, P-value=0.52675, RMSEA=0.000

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	12.01	-
df	-	13	-
p-value	P>0.05	0.52	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.92	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.882	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

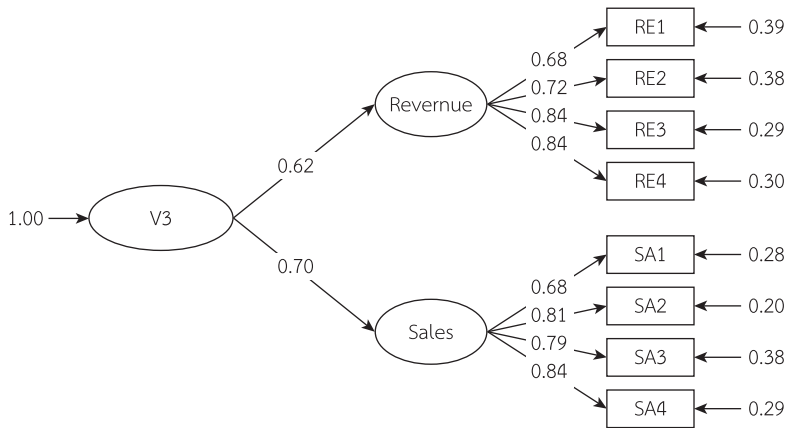
รูปภาพที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมิน ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม



Chi-Square=17.01, df=19, P-value=0.58950, RMSEA=0.000

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	17.01	-
df	-	19	-
p-value	P>0.05	0.58	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.89	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.98	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.872	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

รูปภาพที่ 4 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมินด้านการดำเนินการที่เกิดคุณค่า



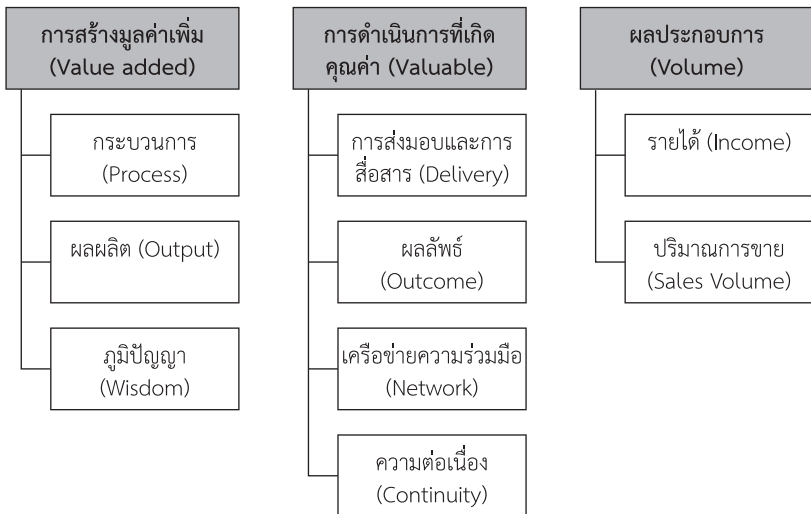
Chi-Square=3.01, df=8, P-value=0.93385, RMSEA=0.000

รายการ	เกณฑ์	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05	3.01	-
df	-	8	-
p-value	P>0.05	0.93	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.37	ผ่านเกณฑ์
CFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
GFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	1.00	ผ่านเกณฑ์
AGFI	ค่าเข้าใกล้ 1.0	0.99	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	ค่าเข้าใกล้ 0.0	0.000	ผ่านเกณฑ์
KMO	มีค่ามากกว่า 0.50	0.896	ผ่านเกณฑ์
Bartlett's Test	มีค่าน้อยกว่า 0.50	0.000	ผ่านเกณฑ์

รูปภาพที่ 5 วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของเกณฑ์ประเมิน ด้านผลประกอบการ

ในขั้นตอนที่ 3 เป็นการนำเกณฑ์ไปประเมินค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ด้านการจัดการ และด้านการพัฒนาเกณฑ์รวม 3 คน ผลการพิจารณาพบว่า มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ทุกรายการประเมิน

ทำให้สรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นที่สอดคล้องกัน จากนั้นจึงนำเกณฑ์ไปทดลองใช้ประเมินกับผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร จำนวน 3 แห่ง จากผลการทดลองใช้พบว่า ธุรกิจชุมชนแห่งที่ 2 มีคะแนนรวมสูงสุด 42 คะแนน อยู่ในระดับดี รองลงมาคือ แห่งที่ 1 ได้ 28 คะแนน อยู่ในระดับพอใช้ และสุดท้ายแห่งที่ 3 ได้ 36 คะแนน ถือเป็นระดับที่ควรปรับปรุง จากผลที่ได้นำมาพิจารณาและสามารถสรุปองค์ประกอบหลักของเกณฑ์การประเมินเป็น 3 องค์ประกอบหลัก (3V) ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value added) 2) การดำเนินการที่เกิดคุณค่า (Valuable) และ 3) ผลประกอบการ (Volume) แยกออกมาเป็น 9 องค์ประกอบย่อย (PODOWN-CIS) ได้แก่ 1) กระบวนการ (Process) 2) ผลผลิต (Output) 3) การส่งมอบผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร (Delivery) 4) ผลลัพธ์ (Outcome) 5) ภูมิปัญญา (Wisdom) 6) เครือข่ายความร่วมมือ (Network) 7) ความต่อเนื่อง (Continuity) 8) รายได้ (Income) 9) ปริมาณการขาย (Sales Volume) ทั้งนี้โครงสร้างองค์ประกอบทั้งหมดสามารถจัดวางได้ดังในรูปภาพที่ 6



รูปภาพที่ 6 โครงสร้างเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์

จากรูปภาพแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบหลักด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม นั้นประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบย่อย คือ กระบวนการ ผลิต และ ภูมิปัญญา ขณะที่องค์ประกอบหลักด้านการดำเนินการที่เกิดคุณค่าแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ การส่งมอบและการสื่อสาร ผลลัพธ์ เครือข่าย ความร่วมมือ และความต่อเนื่อง และสำหรับองค์ประกอบด้านผลประกอบการ นั้น มีอยู่ 2 องค์ประกอบย่อย ได้แก่ รายได้ และปริมาณการขาย ทั้งนี้รายละเอียดขององค์ประกอบย่อยและดัชนีการประเมินแต่ละตัวมีดังต่อไปนี้

1) กระบวนการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน การวางแผนงานและกำหนดนโยบาย การบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลหรือสมาชิกกลุ่ม การจัดหาและคัดเลือกวัตถุดิบที่ใช้ในการดำเนินงาน ตลอดจนกระบวนการผลิต โดยการจัดการธุรกิจเชิงสร้างสรรค์นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ดำเนินงานที่เป็นแบบแผนและวิธีการที่สร้างสรรค์ตั้งแต่ต้นจึงจะมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การวางแผน การจัดการทรัพยากรบุคคล การจัดหาและเลือกใช้วัตถุดิบ และการผลิต

2) ผลผลิต หมายถึง ผลผลิตจากการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน พิจารณาในด้านของลักษณะและความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องมีความแตกต่างเป็นเอกลักษณ์ เมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันในตลาด การที่ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานการรับรองผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 2 ดัชนีประเมิน ได้แก่ ลักษณะความคิดสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ และมาตรฐานรับรองผลิตภัณฑ์

3) การส่งมอบผลิตภัณฑ์และการสื่อสาร หมายถึง การส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้มุ่งพิจารณาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงกับการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การจัดการช่องทางจัดจำหน่าย วิธีการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ และศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด

4) **ผลลัพธ์** หมายถึง ผลประโยชน์และคุณค่าที่เกิดขึ้นจากกระบวนการของธุรกิจชุมชน เกณฑ์การประเมินจะพิจารณาจากประโยชน์ 2 ด้าน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชนและประโยชน์ต่อชุมชน ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจชุมชน และประโยชน์ต่อชุมชน

5) **ภูมิปัญญา** หมายถึง ต้นทุนทางปัญญาของชุมชน มุ่งพิจารณากระบวนการจัดการความรู้ของชุมชนตั้งแต่การแสวงหาความรู้ กระบวนการจัดเก็บองค์ความรู้ ความสามารถในการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงการได้รับลิขสิทธิ์ทางปัญญาจากการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา ประกอบด้วย 2 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การสร้างกระบวนการจัดการความรู้ และลิขสิทธิ์ทางปัญญา

6) **เครือข่ายความร่วมมือ** หมายถึง การมีวิธีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกลุ่มธุรกิจชุมชน ร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า และการให้ความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องที่ก่อให้เกิดประสิทธิผล และเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินการและการตลาด ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ ความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจชุมชน ความร่วมมือกับตัวกลางทางการค้า ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก

7) **ความต่อเนื่อง** หมายถึง การมีวิธีการสร้างความต่อเนื่องหรือพัฒนาการของธุรกิจชุมชนจากการวางแผนและปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ ผู้วิจัยมุ่งพิจารณาถึงด้านการดำเนินงาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความสัมพันธ์กับชุมชนที่มีความต่อเนื่อง ประกอบด้วย 3 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การดำเนินการต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง และความสัมพันธ์กับชุมชนต่อเนื่อง

8) **รายได้** หมายถึง รายได้ในลักษณะของผลประกอบการ โดยพิจารณาระบบวิธีการจัดสรรกับรายได้ที่เกิดขึ้น มี 1 ดัชนีการประเมิน คือ การจัดการกับรายได้

9) ปริมาณการขาย หมายถึง การพิจารณาถึงวิธีการจัดการกับข้อมูลด้านปริมาณการขายว่ามีการจัดบันทึก และนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ประโยชน์ในการผลิต การจัดการทรัพยากรบุคคลหรือการดำเนินงานต่าง ๆ หรือไม่ และอย่างไร มี 1 ดัชนีการประเมิน ได้แก่ การจัดการปริมาณการขาย

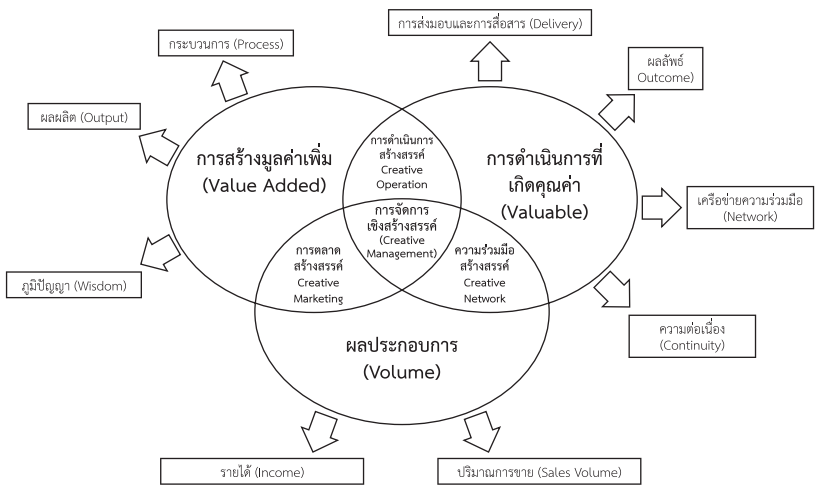
การอภิปรายผล >>>

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในการวัดประสิทธิภาพทางการจัดการโดยรวมของกลุ่มธุรกิจชุมชนตั้งแต่ต้นทาง เริ่มจากการสร้างแรงจูงใจ การวางแผน การผลิต การจัดการภูมิปัญญา การส่งมอบผลิตภัณฑ์ การสร้างความร่วมมือ ไปจนถึงการจัดการด้านการเงิน ซึ่งถือเป็นระบบการจัดการที่เป็นแก่นสำคัญสำหรับธุรกิจชุมชนและต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการหาวิธีการเพื่อแก้ไขปัญหา ปรับตัว และเพิ่มประสิทธิภาพจากทุนที่มีอยู่ ทำให้เกิดแนวทางที่สามารถยกระดับมาตรฐานธุรกิจชุมชนให้ก้าวไปสู่กลุ่มตลาดที่ใหญ่ขึ้นและมีส่วนช่วยในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่เป็นามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ แต่เป็นสิ่งที่มีความค่าและสามารถนำไปสู่วิธีการปฏิบัติที่มีความแตกต่างและเกิดผลสำเร็จในเชิงธุรกิจ ด้วยเหตุนี้เกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของธุรกิจชุมชนจึงอาจมีบทบาทสำคัญในการ ส่งเสริมการมีความคิดสร้างสรรค์ในการดำเนินงานต่าง ๆ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานปกครองท้องถิ่น กรมพัฒนาชุมชน กรมส่งเสริม การเกษตร ยังสามารถพิจารณาถึงผลของการประเมินกลุ่มธุรกิจชุมชนเพื่อพิจารณาให้การส่งเสริมสนับสนุนกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาโดยใช้วิธีการจัดการเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดการเติบโตทางธุรกิจต่อไป

จากการสังเคราะห์ห้วงองค์ประกอบของเกณฑ์การประเมินทั้งหมด พบว่าแนวทางที่จะก่อให้เกิดระบบการจัดการที่มีความสร้างสรรค์ (Creative

Management) ได้นั้น จำเป็นต้องคำนึงถึงหลัก 3 ประการ ที่มีความสอดคล้อง เชื่อมโยงกัน ได้แก่ 1) มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) 2) มีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดคุณค่า (Valuable) และ 3) มีผลประกอบการที่เหมาะสม ซึ่งถ้าหากพิจารณาจากหลักห่วงโซ่ทั้งสามข้อนี้แล้ว พบว่า การที่กลุ่มธุรกิจชุมชน มีวิธีการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทุนต่าง ๆ ที่มีอยู่ บวกกับวิธีการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดคุณค่าต่อธุรกิจแล้วนั้น ก็จะทำให้เกิดการดำเนินการที่มีความสร้างสรรค์ (Creative Operation) ขึ้นมาได้ ในขณะเดียวกัน การดำเนินการที่ก่อให้เกิดคุณค่าได้นั้นก็ต้องอาศัยผลประกอบการที่ดี สร้างผลตอบแทนให้กับกลุ่มธุรกิจชุมชน หรือผู้ที่มีส่วนร่วมอื่น ๆ ในกิจกรรมทางการขาย ก่อให้เกิดเป็นความร่วมมือสร้างสรรค์ (Creative Network) อีกทั้งหากผู้ประกอบการ มีวิธีการวางแผนที่ดี มีการสร้างมูลค่าเพิ่มในทุนและวิธีการผลิต มีผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมาย ก็จะมีผลทำให้เกิดการซื้อ และผลประกอบการที่เพิ่มสูงขึ้น วิธีการนี้จึงเรียกว่าเป็นการตลาดสร้างสรรค์ (Creative Marketing) ดังรายละเอียดที่แสดงในภาพต่อไปนี้



รูปภาพที่ 7 รูปแบบเชิงนโยบายในการจัดการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Management Model) สำหรับกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร

จากข้อสรุปของรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยพบว่า มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของประภัสสร จันทรสถิตย์พร (2554) ที่พบว่า แนวคิดในเรื่องทุนสร้างสรรค์ประกอบด้วย 4 ประการ ได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางโครงสร้าง โดยมุ่งเน้นที่ ความมีเอกลักษณ์เฉพาะของหน่วยงาน นอกจากนี้ องค์ประกอบทั้ง 6 ด้าน ของการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันในตลาด ได้แก่ การเพิ่มการศึกษา จากแรงกระตุ้น (Stimulus) การรับรู้ถึงคุณภาพสินค้า (Perceived Quality) การรับรู้ผ่านช่องทางต่าง ๆ (Awareness) และการได้คุณค่าจากผลิตภัณฑ์ (Equity) ที่กลุ่มธุรกิจชุมชนจะต้องให้ความสำคัญ เนื่องจากเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคนั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธ์ศ ศรีวงค์ (2554) ที่ศึกษาโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ปานศรนารายณ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพงในตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า การผลิตมีวัตถุประสงค์ที่เพียงพอ ต่อการผลิต และมีการพัฒนาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะสามารถตอบสนอง ต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพด้าน กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขายที่ ทันสมัยกว่าคู่แข่ง และการสร้างความแข็งแกร่งทางธุรกิจสามารถก่อให้เกิด การขยายตัวของตลาดและเพิ่มโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยัง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chumkate (2015) ที่ศึกษาศักยภาพทาง การจัดการด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยพบว่า การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในวิธีการการบริหารลูกค้าสัมพันธ์แบบ สองทางช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจและขยายตลาดให้เติบโต

จากผลของการพัฒนาเกณฑ์การประเมิน เห็นได้ว่าองค์ประกอบด้าน ภูมิปัญญาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้นั้นก็มีส่วนช่วยส่งเสริมการจัดการ เชิงสร้างสรรค์ เหมือนดังเช่นที่กล่าวไว้ในงานวิจัยของ Chen (2015) ที่ศึกษา เรื่องการจัดการรูปแบบองค์ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ ความขัดแย้ง

ความสำเร็จของผู้ประกอบการว่า กระบวนการจัดการองค์ความรู้ของผู้ประกอบการนั้นมีผลต่อความสำเร็จเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อการวางแผนการรับมือความขัดแย้งระหว่างบุคคลภายในองค์กร

นอกจากนี้ ผลการศึกษาที่พบว่า องค์ประกอบด้านการนำความรู้สมัยใหม่มาประยุกต์ใช้และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือก็มีส่วนช่วยให้เกิดการจัดการที่มีความสร้างสรรค์และเกิดผลสำเร็จได้นั้นมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chavez (2013) ที่เกี่ยวกับการใช้แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ โดยจากการศึกษาพบว่า การประยุกต์แนวคิดการจัดการเชิงสร้างสรรค์จากเทคโนโลยีมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาด้านการผลิตและการใช้ประโยชน์จากการสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ความสามารถเพื่อพัฒนาและกระจายผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างแนวทางแก้ไขปัญหาลาดสินค้าให้ดีขึ้นได้อย่างสร้างสรรค์

และจากการดำเนินการดังกล่าว เพื่อเป็นการพัฒนาร่างเกณฑ์ประเมินผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลที่ได้ไปสรุปเป็นแนวโน้มหลักและแนวโน้มย่อยเพื่อนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึกในขั้นตอนของการวิจัยโดยประยุกต์ใช้เทคนิคการวิจัยอนาคต (EDFR) ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการดำเนินงานวิจัยของธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดเข้ม (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน เพื่อพัฒนาเกณฑ์การประเมินการจัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชนด้วยเทคนิคการวิจัยอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน เพื่อให้เกิดการพัฒนาเป็นเกณฑ์ และเปรียบเทียบผลของการใช้เกณฑ์ระหว่างวิสาหกิจชุมชนระดับพื้นฐานกับระดับก้าวหน้า

ข้อเสนอแนะ >>>>

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการจัดการกลุ่มธุรกิจชุมชน

1.1 จากผลการศึกษาที่ก่อให้เกิดรูปแบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ทำให้เกิดข้อเสนอแนะว่า การที่ธุรกิจชุมชนเกิดกระบวนการจัดการที่มีความสร้างสรรค์และนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายได้นั้น จำเป็นต้องพิจารณาถึงการสร้างวิธควคุมหรือดำเนินการเริ่มตั้งแต่กระบวนการภายในซึ่งผลจากการดำเนินงานภายในจะส่งผลกระทบต่อกระบวนการภายนอก โดยประเด็นเหล่านี้ควรมีวิธีการปฏิบัติโดยอาศัยความคิด การหาวิธีการปรับตัว และการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าจากการดำเนินงานเหล่านั้น ถ้าหากสามารถดำเนินการได้อย่างเป็นระบบและมีความสร้างสรรค์แล้วนั้น ก็จะทำให้เกิดผลประกอบการที่ดีถึงระดับเป้าหมายที่คาดไว้ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากผลประกอบการควรนำมาพิจารณาควบคู่กับต้นทุนที่ได้เสียไปกับการจัดการเพื่อหาหนทางในการลดปริมาณต้นทุนและหาวิธีการในการเพิ่มศักยภาพทางการจัดการ ทั้งกระบวนการภายในและภายนอก ให้เกิดเป็นระบบทางธุรกิจที่มีการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานของกลุ่มธุรกิจชุมชนให้สูงขึ้นต่อไป

1.2 กลุ่มธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นการวางแผนเป้าหมายการดำเนินงานที่ชัดเจน และการจัดการกับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่อย่างบูรณาการ โดยแสวงหาและเปิดรับองค์ความรู้สมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ร่วมกัน มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบและสามารถค้นหาได้ง่าย ที่สำคัญคือ ต้องสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการผลิต หรือการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้เกิดความแตกต่าง และเกิดคุณค่าที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อนำออกไปสู่ท้องตลาด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 ธุรกิจชุมชนควรมุ่งเน้นการประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยที่พัฒนาขึ้น ไปใช้ในการศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานและปรับปรุงการดำเนินงานตามเกณฑ์ดังกล่าว ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจชุมชน

มีวิธีการจัดการและการดำเนินการที่มีความสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น

2. ผลจากเกณฑ์การประเมินมาตรฐานระบบการจัดการเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนในภูมิภาคตะวันตกของประเทศไทยสามารถสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการของธุรกิจชุมชนหรือการขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจชุมชน

3. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มธุรกิจชุมชนประเภทอื่น ๆ ที่เป็นที่ต้องการของตลาดและมีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ระบบธุรกิจที่สูงขึ้นได้นอกเหนือจากประเภทที่ได้ทำการศึกษาแล้ว เช่น ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ประเภทของใช้และเครื่องแต่งกาย เป็นต้น

3.2 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรนำเกณฑ์ที่พัฒนาขึ้นไปต่อยอดในการพัฒนาเกณฑ์ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นด้วยการพัฒนาในด้านของข้อเสนอแนะในการพัฒนาให้กับธุรกิจชุมชนว่า หากอยู่ในระดับปรับปรุงนั้นควรมีการพัฒนาและปรับปรุงอย่างไรบ้าง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้กับธุรกิจชุมชน



รายการอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2557). *การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2553). *การเป็นสมัยใหม่กับแนวคิดชุมชน*. กรุงเทพฯ: สร้างสรรค์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ และพิทยา ว่องกุล. (2554). *วิสาหกิจชุมชน: กลไก เศรษฐกิจฐานราก* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- ธีระวัฒน์ จันทิก และเสรี ชัดรัมย์. (2557). การพัฒนาเกณฑ์การประเมินการ จัดการคุณภาพของวิสาหกิจชุมชน. *วารสารการเมือง การบริหาร และ กฎหมาย*, 6(1), 99-129.
- ประภัสสร จันทรสถิตพร. (2554). *การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย*. ดุษฎีนิพนธ์นิเทศศาสตร ดุษฎีบัณฑิต, สาขานิเทศศาสตร์, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- พัทธ์ชัย ศิริวงค์ และศตวรรษ ต้อติดวงศ์. (2554). *โอกาสทางการตลาดของ ผลิตภัณฑ์ป่านครนารายณ์ กลุ่มสตรีสหกรณ์การเกษตรหุบกะพง ตำบลเขาใหญ่ อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์.
- รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์. (2549). *สารสนเทศทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ด ยูเคชั่น.
- สมคิด บางโม. (2553). *องค์การและการจัดการ Organization and Management*. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2556). *การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553-2583 Population projections for Thailand 2010-2040*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *การเพิ่มมูลค่าผลผลิตด้วยฐานความรู้*. วันที่ค้นข้อมูล 2 สิงหาคม 2558, เข้าถึงได้จาก www.nesdb.go.th/portals/0/news/annual_meet/48/docu/3.pdf
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2555). *กระตุกต่อมคิด The Creative Economy: สร้างเศรษฐกิจด้วยความคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.
- เสรี พงศ์พิศ. (2548). *ฐานคิด: จากแผนแม่บทสู่วิสาหกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: พลังปัญญา.
- Barro, R. J. (1993). International Comparisons of Educational Attainment. *Journal of Monetary Economics, Elsevier*, 32(3), 363-394.
- Benhabib, J. & Spiegel, M. M. (2005). *Human Capital and Technology Diffusion*, In P' Aghion and S.Durlauf (Eds). *Handbook of Economic Growth*, Amsterdam, Elsevier.
- Charnock, G. (2009). Why do Institutions matter? Global competitiveness and the politics of policies in Latin America. *Capital and Class*, 33(3), 67-100.

- Chavez, V. (2013). Creative Enterprise as a Solution Vector for Twenty First Century Problems. *Technological Forecasting & Social Change*, 80(2), 191-193.
- Chen, M.H., Chang, Y. Y. & Lo, Y. H. (2015). Creativity Cognitive Style, Conflict, and Career Success for Creative Entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 68(4), 906-910.
- Chumkate, J. (2015). A Study on the Management Potential with Creative Economy-Based Concept of Restaurant Entrepreneurs around Seaside Tourist Attractions in Thailand. *Journal of Global Academic Institute Business & Economics*, 1(2), 84-91.
- Deming, W. E. (1981). Improvement of Quality and Productivity through Action by management. *National Productivity Review*, 11(1981), 12-22.
- Hair, J., Blak, W. C., Barbin, B. J., Anderson, R. E. & Tatham, R. L. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Upper Sandle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Howkins, J. (2013). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2nd ed.). UK: Penguin.
- Lussier, R. N. (2006). *Management fundamentals: concepts, applications, skill development* (3rd ed.). Mason, OH: Thomson/ South-Western.

- Macmillan, T. T. (1971). *The Delphi Technique*. Paper Presented at the annual meeting of the California Junior Colleges Associations Committee on Research and Development, Monterey, California. (May 1971), 3-5.
- Schermerhorn, J. R. (2005). *Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Steven A. M. & David R. D. (1996). *Operations Management: a value-driven approach*. Irwin: Pennsylvania State University.
- Turban, E., Leidner, D., Mclean, E. & Wetherbe, J. (2006). *Information Technology for Management: Transforming Organizations in the Digital Economy* (5th ed.). Hoboken, NJ: John Wiley & Sons (Asia).
-