

ระดับชาติ

ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ห้องประชุมย่อยที่ 11 ห้อง 311

อาคาร 100 ปี สมเด็จพระพุฒาจารย์ (อาจ อาสภมหาเถร)

National Conference Group 11 :
Humanities and Social Science
» (Room 311) «

ผู้ทรงคุณวุฒิ :

1. รองศาสตราจารย์ ดร.พรอัมรินทร์ พรหมเกิด
: มหาวิทยาลัยขอนแก่น
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาญชัย ชวดศรี
: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย
Development and Promotion of Community Enterprise Potential to
the Creative Economy in Accordance with Sufficiency Economy
Philosophy in KamphaengPhet, Phichit, and Sukhothai

พิชญ์ บุญนิยม และกล้าณรงค์ สุทธิรอด
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ 1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 45 คน 2) ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจจำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สทนากลุ่มโดยใช้เทคนิคการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลตามขอบเขตเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาชีพรองคือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเกิดขึ้นจากการรวมตัวกันแบบไม่เป็นทางการโดยผู้นำและสมาชิก มีการผลิตร่วมกันและแยกกันผลิต เน้นตลาดในชุมชนและขยายตลาดด้านนอก ระดมเงินทุนจากสมาชิก และจากสถาบันทางการเงินมีโครงสร้างการบริหารตามอำนาจหน้าที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เน้นความเรียบง่ายและสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ของท้องถิ่น
2. ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย มีจุดแข็งคือผลิตภัณฑ์มีต้นทุนวัตถุดิบในท้องถิ่นและเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่นการรวมกลุ่มกันโดยความสมัครใจ กำหนดราคาผลิตภัณฑ์ไม่แพง มีทุนทางสังคมซึ่งสามารถนำมาต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัยโดยการพัฒนาด้านการบริหารจัดการ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารการเงิน การตลาดและการจัดการความรู้

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน; เศรษฐกิจสร้างสรรค์; ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

This research used qualitative research methodology. The target groups were: 1) 45 community enterprise members and 2) community leaders, representatives from government agencies, representatives from local administrative organizations, and 4

business experts. The data collection methods were semi-structured interviews, group discussion with brainstorming techniques together with analyzing and synthesizing information based on the content.

The findings were:

1. The operation of community enterprises towards the creative economy in accordance with Sufficiency Economy Philosophy in KamphaengPhet, Phichit, and Sukhothai Provinces was found that most of the members involving agriculture, followed by those working in the community enterprises. This happened because of unofficial gatherings by community leaders and members for both co-production and single production by focusing on community markets and outside markets. The concept and operation were run by raising funds from community members and financial institutions. The organization was structured according to the lines of authority. In addition, product packaging was designed simply and expressed the community symbol-oriented designs.

2. Potential of community enterprises in creative economy according to Sufficiency Economy Philosophy in KamphaengPhet, Phichit, and Sukhothai Provinces showed the strengths of product-based materials gained from local raw materials and local wisdom, voluntary cooperation, fair and reasonable pricing, and social capital that could lead to creative economy.

3. The development and promotion of community enterprise potential to the creative economy in accordance with Sufficiency Economy Philosophy in Kamphaengphet, Phichit, and Sukhothai Provinces were organized by production management, packaging designs, financial management, marketing, and knowledge management.

Keywords: Community Enterprise; Creative Economy; Sufficiency Economy Philosophy

1. บทนำ

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้พระราชทานแนวคิดนี้เพื่อใช้ปรับทิศทางการพัฒนาประเทศไทยเป็นครั้งแรกแก่นิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 โดยมีข้อความสำคัญตอนหนึ่งว่า “...การพัฒนาประเทศจำเป็นต้องทำตามลำดับขั้น ต้องสร้างพื้นฐานคือ ความพอมีพอกินพอใช้ของประชาชนส่วนใหญ่เป็นเบื้องต้นก่อน โดยใช้วิธีการและใช้อุปกรณ์ที่ประหยัด แต่ถูกต้องตามหลักวิชา เมื่อได้พื้นฐานมั่นคงพร้อมพอสมควรและปฏิบัติได้แล้ว จึงค่อยสร้างค่อยเสริมความเจริญและฐานะเศรษฐกิจที่สูงขึ้นโดยลำดับไป...” (อภิชัย พันธเสน และคณะ, 2549 : 39-46) จากพระบรมราโชวาทนี้ชี้ให้เห็นว่าเศรษฐกิจที่สามารถอุ้มชูตัวเองได้ (Self-sufficiency) ให้มีความพอเพียงกันตัวเองให้ดีเสียก่อนคือให้ตนเองสามารถอยู่ได้อย่างพอกินพอใช้ มิได้มุ่งหวังที่จะสร้างความเจริญ ยกเศรษฐกิจให้เจริญอย่างรวดเร็วเพียงอย่างเดียว จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริเป็นเรื่องที่เข้าใจได้ง่าย มีความหมายที่ชัดเจน ไม่ยากแก่การรับรู้และการนำไปปฏิบัติ ดังจะเห็นเป็นรูปธรรมที่ปรากฏชัดเจนในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่เกิดผลสำเร็จแล้วมากมายทฤษฎีใหม่ตามแนว

พระราชดำริอาจเปรียบเทียบกับหลักเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งมีอยู่ 2 แบบ คือ แบบพื้นฐานกับแบบก้าวหน้า (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2541 : 6)

จากความเป็นมาดังกล่าวนี้ วิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจชุมชนหรือแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงมาพัฒนาอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” นั้นสามารถใช้คำว่า “ธุรกิจชุมชน” แทนได้ อันเนื่องจากชุมชนไม่ใช่รัฐ ดังนั้น สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของก็ต้องจัดว่าเป็นของภาคเอกชนเช่นเดียวกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วถ้าหากใช้คำว่าธุรกิจนั้นก็หมายถึงการแสวงหากำไรเป็นที่ตั้ง แต่สถานประกอบการที่ชุมชนเป็นเจ้าของนั้นกลับมีแนวคิดที่เน้นการพึ่งพาอาศัยกันมากกว่าการแสวงหากำไร ดังนั้นจึงควรใช้คำว่า “วิสาหกิจชุมชน” เช่นเดียวกับ “รัฐวิสาหกิจ” ที่หลายคนรู้จัก (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการวิสาหกิจชุมชน, 2548 : 3) จึงได้มีการจัดตั้ง “วิสาหกิจชุมชน” ขึ้นโดยมีการนำเอาแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงที่มีอยู่แล้วมาใช้อย่างต่อเนื่องและเป็นระบบโดยกำหนดให้วิสาหกิจชุมชนจะต้องประกอบด้วยหลายครอบครัวมารวมตัวกัน เพื่อที่ชุมชนจะได้เกิดผู้ผลิตและผู้บริโภคขึ้นโดยเอาของที่ผลิตได้ในพื้นที่มาแปรรูปหรือเอาของที่ผลิตได้ในพื้นที่ไปขายทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ เพื่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและมีการจ้างงานเกิดขึ้น พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 จึงได้เกิดขึ้นโดยกำหนดให้เกษตรกร ประชาชนและผู้สนใจทั่วไปรวมกลุ่มกันอย่างน้อย 7 คน รวมตัวจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้น และกำหนดให้มีการจดทะเบียนจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับการริเริ่มกระบวนการมีส่วนร่วมในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (2545-2549) ยึดคนเป็นศูนย์กลาง พัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็ง ควบคู่กับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (2550-2554) ที่มุ่งให้ “สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน” ภายใต้แนวปฏิบัติของ “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยให้เน้นศักยภาพที่ดีของชุมชนตลอดจนนโยบายโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มุ่งส่งเสริมให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพขึ้นในท้องถิ่น ก่อให้เกิดเป็นแนวคิดในการริเริ่มพระราชบัญญัติวิสาหกิจชุมชน ให้เกิดการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) คือ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง” และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ยึดหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 : 1) มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล โดยมีการดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ อย่างเป็นระบบ มีหลากหลายกิจกรรมเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน ซึ่งมีกระบวนการเรียนรู้เป็นหัวใจ การพึ่งพาตนเองเป็นเป้าหมายสำคัญ แต่เมื่อพิจารณาในระดับหน่วยย่อยของแต่ละวิสาหกิจชุมชน พบว่า ยังประสบปัญหาทั้งในเรื่องคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ อุปสรรคในด้านการตลาดรวมถึงปัญหาการจัดการองค์กร

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของชุมชนนั้น ทางเลือกหนึ่งคือเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเป็นปัจจัยในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนได้ ซึ่งกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน (จักรพล ตั้งสุทธิธรรม, 2554) การดำเนินการวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับบริบทและผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Strategies) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จกลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation Strategy) (Aaker, D. A., 2001) กลยุทธ์การ

เป็นพันธมิตร (Alliances Strategy) (Hill, C. W. L., 2007) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (innovation Strategy) (Bilton, C., 2007) การเรียนรู้นวัตกรรมต้องมีการวิจัยและพัฒนาให้ได้มาซึ่งสิทธิบัตรใหม่ และผู้บริหารองค์กรควรให้พนักงานได้รับการฝึกอบรมเพื่อเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ๆ (Reeve, J. M., Warren, C. S., & Duchac, J. E., 2010) และกลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) (Kotler, P., & Armstrong, G., 2004) จากข้อมูลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนปี 2559 ไตรมาส 3 ในเขตจังหวัดภาคเหนือ จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพิจิตรและจังหวัดสุโขทัย โดยภาพรวมพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพในระดับดีจำนวน 471 แห่ง ระดับปานกลาง 683 แห่ง และระดับที่ต้องปรับปรุง 310 แห่ง (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2560) แต่เมื่อพิจารณาในระดับหน่วยย่อยของแต่ละวิสาหกิจชุมชน พบว่า ยังประสบปัญหาทั้งในเรื่องคุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพการผลิตที่ต่ำ อุปสรรคในด้านการตลาดรวมถึงปัญหาการจัดองค์กร

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นนั้น อาจมีเหตุผลบางประการที่ทำส่งผลต่อศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่างไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจึงมีคำถามการวิจัยว่า วิสาหกิจชุมชนมีสภาพการดำเนินงานอย่างไร มีศักยภาพการอย่างไร และควรมีการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างไรซึ่งผลการวิจัยอันจะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ให้ประสบความสำเร็จ และเป็นต้นแบบให้กับวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่นๆ ทั่วประเทศต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย
3. เพื่อศึกษาการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสนทนากลุ่มโดยใช้เทคนิคการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การกำหนดพื้นที่ศึกษา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ซึ่งเป็นการเลือกพื้นที่แบบเจาะจง (Purposive Sampling) ประกอบด้วยจังหวัดกำแพงเพชรจังหวัดพิจิตร และจังหวัดสุโขทัย

กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย 1)สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชรจังหวัดพิจิตรและจังหวัดสุโขทัยจำนวน 45 คน 2) ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้แทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้เชี่ยวชาญด้านธุรกิจ จำนวน 4 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิจัยเรื่องนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสนทนากลุ่มโดยใช้เทคนิคการระดมความคิดเห็น (Brainstorming) ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ในประเด็นดังต่อไปนี้ (1) ข้อมูลของกลุ่ม (2) การผลิต (3) การตลาด (4) การเงิน (5) การบริหารจัดการ และ (6) การออกแบบบรรจุภัณฑ์
2. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างโดยใช้หลักการวิเคราะห์ของ SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์หา (1) จุดแข็ง (2) จุดอ่อน (3) โอกาส และ (4) อุปสรรค
3. แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. รวบรวมข้อมูลการดำเนินงาน และศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย
2. วิเคราะห์ข้อมูลการดำเนินงาน และศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเพื่อค้นหาและการกำหนดประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
3. นำประเด็นที่วิเคราะห์จากการดำเนินงานและศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน เข้าสู่กระบวนการการสนทนากลุ่มโดยใช้เทคนิคโดยวิธีระดมความคิดเห็น (brainstorming) เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
4. นำประเด็นที่ได้จากเวทีสนทนากลุ่มจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการยกระดับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน รวมทั้งการพัฒนาศักยภาพ ด้านการผลิต การตลาด การเงิน การบริหารจัดการ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4. สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีผลการวิจัยตามลำดับวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่าวิสาหกิจชุมชนเกิดขึ้นจากการรวมกลุ่มกันเองโดยมีผู้นำในชุมชนมีแนวคิดที่สอดคล้องกัน มีความมุ่งมั่นในการสร้างงานของกลุ่ม มีความตระหนักถึงปัญหาในชุมชนและโดยการแนะนำของหน่วยงานภาครัฐที่ต้องการพัฒนาโดยการสร้างรายได้เสริมให้กับประชาชน เมื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งจำนวนสมาชิกจึงมีมากขึ้น เงินลงทุนของสมาชิกในช่วงเริ่มต้นนั้นมาจากการระดมทุนจากสมาชิกกันเองก่อน ต่อมาจึงขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ บางกลุ่มที่ได้รับการแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐจะได้รับการสนับสนุนงบประมาณ หน้าที่หลักในการบริหารจัดการโดยเป็นของประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีกรรมการ และเลขานุการอาชีพ เช่น การผลิต การตลาด การเงิน การบริหารจัดการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน การผลิตมีการจัดตั้งในรูปแบบของคณะกรรมการ กรรมการบริหาร และเลขานุการในการบริหารจัดการ การตลาดดำเนินการโดยไปออกงานแสดงสินค้าในจังหวัด การฝากขายผลิตภัณฑ์ตามหน่วยงานต่างๆ ของรัฐและเอกชน การเงิน (การจัดทำบัญชี) มีสมุดบัญชีแจกจ่ายรายรับ รายจ่ายในแต่ละปี โครงสร้างการบริหารจัดการประกอบด้วยประธาน

รองประธาน กรรมการ และเลขานุการ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดำเนินการโดยคณะกรรมการบริหารกลุ่มและหน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมช่วยสนับสนุนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงาม

2. ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย ผลการวิจัยพบว่า 1) จุดแข็งของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมผลิตภัณฑ์มีต้นทุนที่มีในท้องถิ่น เป็นจุดเด่นของการใช้วัตถุดิบในการผลิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น สมาชิกมีการรวมกลุ่มกันด้วยความสมัครใจ ผลิตภัณฑ์ราคาไม่แพงมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง สินค้าของวิสาหกิจชุมชนได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) กลุ่มมีต้นทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในการดำเนินการของวิสาหกิจชุมชน จึงทำให้สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง 2) จุดอ่อนของวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์บางอย่างที่ต้องซื้อวัตถุดิบจากภายนอกชุมชนมีราคาแพงไม่สามารถควบคุมราคาได้ สมาชิกของกลุ่มประกอบอาชีพหลักของตนเองบางเวลาอาจพังกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไว้ส่งผลกระทบต่อการผลิตตามยอดของการสั่งซื้อผลิตของกลุ่ม 3) โอกาสของวิสาหกิจชุมชน ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐประกอบด้วยศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาค สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร สำนักงานเกษตรอำเภอ และศูนย์การศึกษาจากระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจส่งผลให้มีแหล่งกระจายสินค้าในพื้นที่เพิ่มขึ้นด้วย และ 4) อุปสรรคของวิสาหกิจชุมชน สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ขยายฐานการผลิตไปต่างอำเภอในระยะทางที่ไกลกันทำให้การกระจายวัตถุดิบและการเก็บรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนเพิ่มขึ้นจากค่าขนส่ง เวลาในการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นต้องใช้เวลามากกว่าจะดำเนินการส่งผลิตไปขายนอกชุมชนและต่างจังหวัด นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์บางอย่างมีการผลิตลอกเลียนแบบจากแหล่งผลิตภายนอกแต่คุณภาพแตกต่าง ซึ่งในอนาคตอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนได้

3. การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัยผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

3.1 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารจัดการ โดยการทบทวน ปรับปรุงโครงสร้างองค์กร กฎระเบียบ ข้อบังคับการจัดสรรผลประโยชน์ การจัดระบบข้อมูล การจัดทำบัญชี เน้นการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมโดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ ดำเนินการ และสามารถแสดงบทบาทได้เต็มที่อย่างเสมอภาค

3.2 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการผลิต การปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยการวิเคราะห์ข้อมูลการผลิตและปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อหาแนวทางปรับปรุงพัฒนาการผลิตให้ได้คุณภาพมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุนการผลิตและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเช่นการวิเคราะห์วัตถุดิบ/ปัจจัยการผลิต กระบวนการผลิตต้นทุนการผลิตการวางแผนผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดในด้านปริมาณคุณภาพและเวลา

3.3 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด และคงเอกลักษณ์ของชุมชนไว้ สื่อความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้

3.4 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการบริหารการเงิน โดยการระดมทุน การหาแหล่งเงินทุนจากการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานรัฐ และเงินทุนจากสถาบันการเงิน การบริหาร

ทุนให้จูงใจและการใช้เงินคืน โดยเน้นระดมทุนของสมาชิกในกลุ่มมากกว่าพึ่งแหล่งเงินทุนจากภายนอกชุมชน

3.5 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการตลาดโดยมีการสำรวจข้อมูลการตลาดวิถีตลาดความต้องการของผู้บริโภคแนวโน้มความต้องการคู่แข่งและการทดสอบตลาดการขอรับรองคุณภาพมาตรฐานการสร้างตราสินค้าการประชาสัมพันธ์การตลาดเชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดการขยายตลาดและหาแหล่งจำหน่าย/ผู้แทนจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาดการตั้งราคาส่งเสริมการขายการออกจรรยาบรรณสินค้า

3.6 การพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพด้านการจัดการความรู้ดำเนินการ ดังนี้ 1) การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ค้นหาผู้รู้/ปราชญ์ภูมิปัญญาชาวบ้านศึกษาดูงานในเรื่อง การบริหารจัดการการผลิตการตลาดและเข้ารับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง 2) การจัดการความรู้และใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ภายในและภายนอกชุมชนเพื่อพัฒนาวิสาหกิจชุมชนโดยมีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และ 3) การออกแบบผลิตภัณฑ์ตามรูปแบบสมัยใหม่และการใช้ประโยชน์ได้จริงจากผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชน

5. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีประเด็นที่ค้นพบควรนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร และสุโขทัย โดยภาพรวมวิสาหกิจชุมชนมีจุดแข็งคือสมาชิกกลุ่มมีความสามัคคีช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันภายในกลุ่มสมาชิกมีความซื่อสัตย์เชื่อใจไว้วางใจกันกลุ่มมีความสามารถในการขยายกำลังการผลิตสถานะกลุ่มมีลักษณะเป็นสังคมเครือญาติมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนใช้วัตถุดิบท้องถิ่นผลิตเป็นหลักใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดรักษาสิ่งแวดล้อมและมีการพัฒนาการผลิตอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของตลาดอย่างไรก็ตามผลการวิจัยพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุมากทำให้การขับเคลื่อนในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบ้านที่กไม่มีความรู้/ทักษะในการจัดบันทึกการดำเนินงานพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสมาชิกไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่มีความคิดเห็นคล้ายคลึงกันมีข้อจำกัดของการมีส่วนร่วมช่วงแรกเป็นการรวมตัวกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ ไม่มีการจัดทำแผนพัฒนาและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนการประชาสัมพันธ์ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนและผู้นำเป็นหลักในการดำเนินกิจการการบริหารจัดการขาดการมีส่วนร่วม ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดให้กรมส่งเสริมการเกษตรเป็นแกนกลางในการดำเนินการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน โดยกรมส่งเสริมการเกษตรมีหน้าที่เป็นผู้ให้การรับรองสถานภาพของวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายและเป็นสำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีบทบาทหน้าที่ 3 ส่วน คือ 1) เป็นหน่วยงานในการรับจดทะเบียน/เพิกถอนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเลิกกิจการ 2) เป็นสำนักงานเลขานุการ คณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ 3) ดำเนินการให้เกิดการส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายอย่างครบวงจรและเป็นเอกภาพ โดยแนวทางในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ (กรมส่งเสริมการเกษตร, 2548 : 17) 1) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายจะดำเนินการในลักษณะของการบูรณาการทั้งภายในหน่วยงานและร่วมกับภาคีทุกภาคส่วน 2) การยื่นขอจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย จะเป็นไปได้ด้วยความสมัครใจและความพร้อมของชุมชน โดยไม่ได้ตั้งเป้าหมายจำนวนวิสาหกิจชุมชนที่จะต้องมาขึ้นจดทะเบียนในแต่ละปี 3) เจ้าหน้าที่ในภาครัฐและเอกชนทุกภาคส่วนที่

เกี่ยวข้องกับควรมีบทบาทเป็นผู้เชื่อมประสานกับวิสาหกิจชุมชนในเรื่อง การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ (Facilitator) การเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง (Catalyst) และการเชื่อมประสานเพื่อให้เกิดเครือข่าย (Networker) 4) การส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจะมุ่งเน้นส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของชุมชนในการบริหารจัดการทุนของชุมชน ทั้งที่เป็นเงิน ทรัพยากร ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเพื่อการพึ่งพาตนเอง และเกื้อหนุนกิจการของชุมชนมากกว่าสนับสนุนในรูปแบบของปัจจัยและเงินให้เปล่าแก่ชุมชนและ 5) พัฒนาระบบข้อมูลวิสาหกิจชุมชน และเครือข่าย เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและความรู้ในระหว่างวิสาหกิจชุมชนและเครือข่าย และเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างวิสาหกิจชุมชนกับหน่วยงานสนับสนุนที่เกี่ยวข้อง โดยลักษณะการประกอบการสามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท ดังนี้ (ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์, 2548 : 10) 1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน เป็นการผลิตเพื่อการใช้ในท้องถิ่นเป็นหลัก 2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า เป็นวิสาหกิจชุมชนที่สามารถนำออกสู่ตลาดใหญ่ได้เพราะมีลักษณะเฉพาะตัว มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น บางอย่างอาจมีสูตรเด็ดเคล็ดลับหรือคุณภาพดีในระดับมาตรฐานสามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทั่วไปได้ วิสาหกิจชุมชนแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ (วณิ ปิ่นประทีป, 2548 : 4) 1) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐาน อันได้แก่ การทำเพื่อกินใช้ในชุมชน เพื่อให้ครอบครัวพึ่งตนเองได้ ให้ชุมชนเกิดความพอเพียง เมื่อลดรายจ่ายได้ก็เพิ่ม 2) วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ได้แก่ การนำผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเข้าสู่ตลาดบริโภค และรวมไปถึงผลผลิตทั่วไปที่เหลือใช้ในท้องถิ่นที่นำออกสู่ตลาดบริโภค และรวมไปถึงผลผลิตทั่วไปที่เหลือใช้ในท้องถิ่นที่นำออกสู่ตลาดบริโภค โดยการปรับปรุงคุณภาพผลผลิต ชุมชนต้องไม่กระโดดข้ามขั้น ต้องพัฒนาจากขั้นพื้นฐานไปสู่ขั้นก้าวหน้าทีละขั้น

2. สำหรับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มีสิ่งที่ควรพัฒนาศักยภาพหลายด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่สังคมไทยในระดับฐานราก ซึ่งการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์กับสังคมไทยระดับฐานรากได้ จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนากลไกที่จะช่วยให้การขับเคลื่อนเกิดผลสำเร็จได้ โดยจะต้องใช้กลไกการประสานในลักษณะของเบญจภาคี ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน นอกจากนี้กลยุทธ์ทางธุรกิจจะต้องกำหนดกิจกรรมและพฤติกรรมองค์กรไว้อย่างชัดเจนและต้องสามารถขับเคลื่อนองค์กรธุรกิจได้ ซึ่งจะทำให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จกลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Strategies) กลยุทธ์ที่เกิดจากความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเพื่อนำมาใช้ในการผลิตสินค้าและในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าซึ่งจะส่งผลให้องค์กรธุรกิจประสบความสำเร็จโดยแบ่งเป็น 6 กลยุทธ์ดังนี้ (Finklestien, R, 2006) 1) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (product differentiation strategy) 2) กลยุทธ์การเป็นพันธมิตร (Alliances Strategy) 3) กลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-product Strategy) 4) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation Strategy) 5) กลยุทธ์ด้านพนักงาน (Employee Strategy) ความคิดสร้างสรรค์มาจากกระบวนการคิด 2 แนวคิด คือ Divergent Thinking เป็นการคิดนอกกรอบ และ Convergent Thinking เป็นความสามารถในการค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดคำตอบเดียว และ 6) กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) เป็นการนำเสนอ การแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าเพื่อให้ลูกค้าได้รับผลิตภัณฑ์จากการสร้างสรรค์ต้องมุ่งเน้นความสำคัญที่ลูกค้า (Customer Oriented) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนุนเสริมให้วิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้ กลยุทธ์เป็นสิ่งจำเป็นต่อผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ได้แก่

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์รองลงมากลยุทธ์การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลยุทธ์นวัตกรรมกลยุทธ์การตลาดกลยุทธ์พนักงานและกลยุทธ์การเป็นพันธมิตร ตามลำดับ (สุพาดา สิริกุตตา, 2556 : 428-439) นอกจากนี้ วิสาหกิจชุมชนยังมีปัจจัยที่ก่อให้เกิดระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสังคมจะพบว่า สังคมต้องประกอบด้วยกำลังแรงงาน ชุมชนสร้างสรรค์ และกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งทั้งหมดล้วนต้องเกื้อหนุนและสอดคล้องกันซึ่งเป็นส่วนส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC), 2552 : 122)

6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนด้านทักษะในการจัดทำบัญชีการจัดทำแผนพัฒนาวิสาหกิจชุมชนการบริหารจัดการ การผลิต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การบริหารการเงิน การตลาด และการจัดการความรู้ อย่างต่อเนื่องและมีทิศทางอย่างชัดเจน

1.2 การส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสร้างกระบวนการผลิตที่มีสามารถควบคุมคุณภาพมาตรฐานปริมาณและเวลาตามความต้องการของตลาดได้อย่างสม่ำเสมอและสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเส้นทางการกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนสู่การขยายตลาดรูปแบบ E-commerce เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

2.2 ควรศึกษาบทบาทของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและยกระดับวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชนสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2545). **คู่มือการปฏิบัติงานวิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : กรมการพัฒนาชุมชน.
- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2559). **รายงานภาพรวมผลการประเมินศักยภาพวิสาหกิจชุมชน**. สิ้นไตรมาสที่ 3 ปีงบประมาณ. แหล่งที่มา : <http://www.sceb.doae.go.th> [3 สิงหาคม 2560].
- จักรพล ตั้งสุทธิธรรม. (2554). **การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและบทบาทของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงเดือน สมวัฒน์ศักดิ์. (2548). **วิสาหกิจชุมชน**. ชัยนาท : สำนักส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรเขตที่ 1 กรมส่งเสริมการเกษตร.
- วณิ ปิ่นประทีป. (2548). **ประมวลข้อมูลเบื้องต้นพื้นที่ชุมชนเข้มแข็ง**. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรีนี. (2560). **สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564**.
- สุนทร กุลวัฒน์วรพงศ์. (2544). **ตามรอยพระราชดำริ : เศรษฐกิจพอเพียง ทฤษฎีใหม่**. กรุงเทพมหานคร : สุวีริยาสาส์น.

- สุพาดา สิริกุตตา. (2556). กลยุทธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน. *วิทยาสารเกษตรศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์*, 34(3) (กันยายน-ธันวาคม).
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). (2552). **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมบทความกระตุ่นอะดรีนาลิน โดย 6 นักคิด**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทคอนแทรคท์พับลิชิ่ง จำกัด.
- Aaker, D. A. (2001). **Strategic Market Management**. (6th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Bilton, C. (2007). **Management and Creativity: From Creative Industries to Creative Management**. Oxford: Blackwell.
- Cooper, R. G., Edgett, S. J., & Kleinschmidt, E. J. (1998). **Best practices for managing R & D portfolios**. *Research-Technology. Management*, 41(40), 20-23.
- Hill, C. W. L. (2007). **International Business Competing in the Global Marketplace**. (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Finklestien, R. (2006). **What Successful Businesses have in Common**. Retrieved from www.entrepreneur.com
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). **Principles of marketing**. (10th ed.). New Jersey: Prentice- Hall.
- Reeve, J. M., Warren, C. S., & Duchac, J. E. (2010). **Principles of managerial accounting**. (10th ed.). New York: South-Western.