

ทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

Innovative and Creative Human Capital of Community Enterprise Entrepreneurs

อภิลักษณ์ ธรรมวิมุตติ (Apiluck Thammawimutti)*

ธีระวัฒน์ จันทิก (Thirawat Chuntuk)**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาและทบทวนข้อมูลพื้นฐาน ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ทุนมนุษย์ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจความสำคัญของการเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างผลิตภัณฑ์อย่างสร้างสรรค์ สร้างความยั่งยืนให้แก่ชุมชน และ 2) นำเสนอกรอบแนวคิด เพื่อศึกษาองค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน จากการสังเคราะห์แนวความคิดทุนมนุษย์ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน และการนำเสนอแนวทางการศึกษามิติและองค์ประกอบต่าง ๆ ของกรอบแนวคิด เพื่อเป็นแนวทางซึ่งนำไปสู่การศึกษาเพื่อสร้างการพึ่งพาตนเองของชุมชนได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ : ทุนมนุษย์, นวัตกรรม, ความคิดสร้างสรรค์, วิสาหกิจชุมชน

* อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง,
e-mail: apiluckt.mns@gmail.com

Lecturer of General Management Program, Faculty of Management Science, Muban Chombueng Rajabhat
University

** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assistant Professor Doctor, Faculty of Management Science, Silpakorn University

Abstract

The purposes of this paper aimed to 1) study and review the basic knowledge theories and related researches of human capital, innovation, and creativity in order to understand the importance of the additional value creations, creative products for community sustainable. And 2) propose a conceptual framework for factors and indicators of innovative and creative human capital of community enterprise entrepreneurs. Hopefully, this paper can be a guide to enlighten the study of creating sustainable self-reliance on local communities in the future.

Keywords: Human Capital, Innovation, Creativity, Community Enterprise

บทนำ

จากอดีตที่ผ่านมาประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้ประชาชาติและผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ โดยเร่งรัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากการมุ่งสร้างปัจจัยพื้นฐานทางอุตสาหกรรมโดยการสนับสนุนการลงทุนจากต่างประเทศ การเพิ่มประสิทธิภาพจากการผลิต เพิ่มผลผลิตทางเกษตร ส่งเสริมความสามารถในการส่งออก แต่ในปัจจุบันประเทศไทยได้ปรับปรุงการพัฒนาทางเศรษฐกิจในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) สู่การขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพและนวัตกรรม การใช้จุดแข็งจากหลากหลายทางชีวภาพ เอกลักษณะความเป็นไทยเพื่อปรับโครงสร้างสู่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการบนฐานของนวัตกรรม ขณะที่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ในแผนพัฒนาสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้เสนอแนวคิดเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์ที่มีฐานภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมในการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่ม (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2558)

วิสาหกิจชุมชน เป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานจากการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง การจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนเป็นการจัดตั้งโดยรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อประกอบกิจการโดยใช้ทุนในชุมชน มีลักษณะการบริหารจัดการเชิงธุรกิจ สร้างระบบสวัสดิการให้สมาชิกในชุมชน พัฒนาส่งเสริมความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้พร้อมสำหรับการแข่งขันทางการค้าในอนาคต (ชญาภัทร์ ก่ออารีโย และคณะ, 2559) และจากการที่โลกเข้าสู่ยุคสังคมแห่งความรู้ (Knowledge Based Society) จึงจำเป็นต้องมีระบบการบริหารความรู้ความรู้เพื่อนำพาองค์กรบรรลุเป้าหมายขององค์กร (กัญญาภักษ์ พระระนะพันธ์ และสมบุญ ศิริสรหิรัญ, 2556) การลงทุนในทรัพยากรบุคคลจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของบุคลากร ทุนมนุษย์เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างมูลค่าและนวัตกรรมในการเรียนรู้ขององค์กร (Wang et al., 2010) ทุนมนุษย์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยด้านบุคคลในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ประสบการณ์ กระบวนการคิดและจินตนาการ ประสบการณ์ของผู้นำกลุ่ม การมีส่วนร่วม (บำเพ็ญ เมืองมูล, 2551)

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการทบทวน แนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์ นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ และนำเสนอกรอบแนวคิดในการศึกษา องค์ประกอบ ตัวบ่งชี้ทุนมนุษย์เชิง นวัตกรรมและสร้างสรรค์ สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในอนาคต

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์

สำหรับการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทุนมนุษย์ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผู้เขียนได้ รวบรวม และทบทวนทฤษฎีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) และพฤติกรรม องค์กร (organizational behavior) เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาบุคคลในธุรกิจและการสร้าง เสริมประสิทธิภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ขององค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการ ซึ่งองค์การหรือบุคคลพยายามเพิ่มพูน ปรับปรุงทรัพยากรมนุษย์ให้ดีขึ้น (McLean, 2005) ทรัพยากรบุคคลถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นจึงมีความสำคัญมากสำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาทรัพยากรบุคคลโดยมองคนเป็นทรัพยากรที่ลงทุนแล้วเกิดผลทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญตั้งแต่แนวคิดของ อาดัม สมิธ (Adam Smith) เรื่อยมาจนถึงยุคนีโอคลาสสิก (neo-classic) จนปัจจุบันพัฒนาเป็นทฤษฎีทุนมนุษย์ (human capital) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นั้นสามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าและบริการทางสังคมในระดับบริษัท จนถึง เศรษฐกิจระดับประเทศ (Tomé, 2009) เอดราลิน (Edralin, 2007) ได้สร้างกรอบแนวคิดการพัฒนาทุนมนุษย์ เพื่อนวัตกรรมเชิงระบบ โดยกำหนดให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยนำเข้าร่วมกันกับโครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม ผ่านกระบวนการสร้างนวัตกรรม และกลายเป็นผลผลิตซึ่งทำให้องค์การเติบโตอย่างยั่งยืน สำหรับกิจการขนาดเล็กและย่อม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มักจะเป็นแบบไม่เป็นทางการ มีลักษณะเชิงรับ และมีมุมมองในระยะสั้น และสะท้อนถึงบุคลิกลักษณะของผู้ประกอบการ (Hill and steward, 2000) ดังนั้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างเสริมประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับองค์การตลอดจนการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ (Sheehan, Garavan, and Carbery, 2013) และส่งผลต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์การ (Hassan, 2007) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ยังเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญของการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชน (จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา, 2558)

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมองค์กรและทุนมนุษย์ นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ทฤษฎีพฤติกรรมองค์กรที่แบ่งเป็น 3 ระดับได้แก่ ระดับบุคคล ระดับกลุ่ม ระดับองค์กร ซึ่งการใช้นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของเริ่มต้นจากระดับบุคคลซึ่งประกอบด้วยบุคลิก ลักษณะ 3 ประการได้แก่ ความสามารถทางปัญญา บุคลิกภาพส่วนบุคคล และแรงจูงใจภายใน เกิดการถ่ายทอดไปยังระดับกลุ่ม และระดับองค์กรจนเกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมใหม่ ๆ (Kreitner and Kinicki, 2001) ขณะที่ทฤษฎีการสร้างสรรค์ขององค์กร (theory of organizational creativity) ได้กล่าวว่าการสร้างสรรค์ในองค์กรเริ่มจากบุคลิกลักษณะของบุคคล ประกอบด้วย ความสามารถและรูปแบบทางความคิด บุคลิกภาพ แรงจูงใจภายในตนเอง และความรู้ถ่ายทอดซึ่งกันและกันไปยังระดับกลุ่มและระดับองค์กร ก่อให้เกิดพฤติกรรมการสร้างสรรค์ในองค์กร (Woodman, Sawyer, and Griffin, 1993)

วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่มีพื้นฐานจากเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการรวมกลุ่มของคนในชุมชนจัดตั้งขึ้นเพื่อประกอบการโดยอาศัยพื้นฐานเศรษฐกิจชุมชน เช่นการจัดการทุนของชุมชน มีโครงสร้างการบริหารงานลักษณะเดียวกับองค์การธุรกิจ ใช้ประโยชน์จากทุนและทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุด สามารถพัฒนาส่งเสริมความรู้ภูมิปัญญาในท้องถิ่น นำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ (ชญาภัทร์ กี่อารีโย และคณะ, 2559) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2554-2559) ได้เสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บนฐานความรู้และความคิดสร้างสรรค์ การนำทุนของประเทศที่มีศักยภาพมาใช้ประโยชน์อย่างเกื้อกูลกัน และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับทุนทางสังคม ประกอบด้วย ทุนมนุษย์ ทุนสังคม และทุนทางวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการเสริมสร้างทุนทางเศรษฐกิจที่มุ่งเน้นเสริมสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ซึ่งแนวทางดังกล่าวทำให้ประเทศไทยจำเป็นต้องดึงศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของไทยโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในการสร้างนวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มจากความคิดของมนุษย์ ด้วยการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (creative product) ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

(ศศิพร ต่ายคำและนรินทร์สังข์ รักษา, 2558) ปัจจุบันมีจำนวนวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศจำนวน 79,718 แห่ง จำนวนสมาชิก 1,374,503 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2559) (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2559)

ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจชุมชนคือ การผลิตที่ไม่ตรงตามความต้องการของตลาด อีกทั้งไม่รู้วิธีการนำทุนภูมิปัญญาและทุนต่างๆ ในชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง การสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าโดยใช้เอกลักษณ์ไทยหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นของสินค้าไทยยังมีน้อยและมีเฉพาะผู้ผลิตในวงจำกัด ขาดการออกแบบและการมีตราสินค้าที่เป็นของไทย ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนบางส่วนยังขาดความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนและการสร้างนวัตกรรม ดังนั้นจึงควรมีการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนให้ได้รับความรู้ และส่งเสริมด้านความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสร้างเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันอันเป็นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนซึ่งส่งผลต่อเศรษฐกิจชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2558) นอกจากนี้ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนไทยประสบกับการเปลี่ยนแปลงการแข่งขันในยุคความรู้ที่ต้องอาศัยทุนทางปัญญาและศักยภาพที่มีอยู่ในตัวคนหรือทุนมนุษย์ออกมาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ดังนั้นจึงต้องมีการเตรียมความพร้อมในการใช้ความรู้หรือทุนทางปัญญาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการทำกำไรให้กับวิสาหกิจชุมชนไทยต่อไป (อรพินท์ บุญสิน, 2557)

ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ทุนมนุษย์เริ่มเป็นที่รู้จักในแง่มุมมองทางเศรษฐศาสตร์ เกี่ยวกับการลงทุนในทุนมนุษย์ การฝึกอบรมทำให้พนักงานในองค์กรมีความสามารถสูงขึ้น ส่งผลถึงประสิทธิภาพที่สูงขึ้นขององค์กร (Mincer, 1958) การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จากการฝึกฝนโดยปฏิบัติงานจริง (on-the-job training) สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดต้นทุน เพิ่มรายได้ให้กับองค์กร (Becker, 1962) นอกจากนี้ ทุนมนุษย์มีพื้นฐานจากทฤษฎีฐานทรัพยากรของกิจการ (Resource-Based View Theory) ซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัทจะเกิดขึ้นได้จากการเชื่อมต่อกันระหว่างทรัพยากรของบริษัทในแง่ของ การสร้างมูลค่า หาได้ยาก และมีต้นทุนสูงเพื่อจะเลียนแบบ (Barney, 1991) หรืออาจกล่าวได้ว่ากิจการนั้นมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทุนมนุษย์คือลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งของทรัพยากรของกิจการนั้น (Onkelinx, Manolova, and Edelman, 2016) ทุนมนุษย์เป็นการรวมกันระหว่างการศึกษาและประสบการณ์ของบุคลากร โดยเป็นพื้นฐานเพื่อพัฒนาทักษะและความสามารถเพิ่มเติมจากการฝึกอบรมโดยปฏิบัติงานจริง (Polyhart, Van Iddekinge, and Mackenzie Jr., 2011) เมื่อความรู้เฉพาะด้าน ทักษะ และระดับแรงจูงใจที่สูงขึ้นของพนักงาน จะกลายเป็นทรัพยากรที่มีมูลค่าและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Collins, 2001) การลงทุนในทุนมนุษย์สามารถสร้างนวัตกรรมและส่งผลต่อการเติบโตของบริษัท (Carillo and Zazzaro, 2000) ดังนั้นทุนมนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตของกิจการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนในทุนมนุษย์และการฝึกอบรมจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้สำหรับทุกธุรกิจ

แนวคิดทุนมนุษย์ (Human Capital) เป็นการเปรียบเทียบหรือมองมนุษย์หรือบุคลากรในองค์กรเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ ไม่มีค่าเสื่อมเหมือนสินทรัพย์อื่นและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้เสมอ (ซัชจรียา ไบลี, ประกอบ ผลงาม และอรทัย จิตโรสง, 2558) เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดขององค์กร (Subramanian, 2012) เป็นทักษะและความรู้ของบุคคลที่ก่อตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Ruzzier et al., 2007) ทุนมนุษย์คือความสามารถพิเศษของพนักงาน ประกอบด้วยระดับความสามารถและแรงจูงใจที่ต้องใช้เพื่อทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน (Mahsud, Yukl, and Prussia, 2011) เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงถึงความรู้และทักษะที่มีอยู่ในตัวบุคคล (Hatch and Dyer, 2004) ทุนมนุษย์นั้นเปรียบเสมือนกับการศึกษา ที่สร้างความสามารถขั้นสูงให้เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล สามารถแสวงหาโอกาสและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้น (Urbano, Alvarez, and Turró, 2013) ทุนมนุษย์ยังรวมถึงบุคลิกลักษณะของบุคคล เช่น ความคงที่ของอารมณ์ ความคิดอย่างมีวิจารณญาณ ความประนีประนอม และความเปิดเผย (Polyhart, Weekley, and Baughman, 2006) ในระดับองค์กร ทุนมนุษย์หมายถึง ระดับการศึกษา การฝึกอบรม ประสบการณ์ของการทำงานและทักษะของทั้งองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการสร้างนวัตกรรมและสมรรถนะขององค์กร (Yen, 2014) นอกจากนี้ทุนมนุษย์ส่งผลต่อการตัดสินใจในจากเจ้าของกิจการในการดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Jansen et al., 2011) รวมทั้งส่งผลต่อการตัดสินใจและการให้คำปรึกษาจากคณะกรรมการบริหารบริษัททำให้การดำเนินงานของกิจการมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างได้เปรียบในการแข่งขันได้ (Khanna, Jones, and Boivie, 2014) ทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนเนื่องจากกิจการวิสาหกิจชุมชนนอกเหนือจากการมุ่งเน้นกำไรแล้ว ยังส่งเสริมวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นซึ่งผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนต้องใช้ความรู้และทักษะในการบริหารจัดการและจูงใจสมาชิกใน

ชุมชนซึ่งยังขาดความรู้และทักษะในการดำเนินกิจการ (Naipinit, Promsaka Na Nakorn, and Kroeksakul, 2016)

จากความหมายของผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการที่ให้ความหมายกับทุนมนุษย์สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า ทุนมนุษย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนหมายถึง ความรู้ ความสามารถ ทักษะ ประสิทธิภาพ บุคลิกภาพ ระดับการศึกษาของบุคลากรในองค์กรที่สั่งสมมาขึ้นและสามารถเพิ่มพูนได้อย่างต่อเนื่อง เป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุดขององค์กรซึ่งนำไปสู่ความมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลของ รวมถึงส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ยั่งยืนสืบไป

นวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

นวัตกรรม (innovation) หมายถึงการสร้างหรือการนำมาใช้ การผสมกลมกลืน และการแสวงหาประโยชน์จากการมูลค่าที่เพิ่มขึ้นจากสิ่งสิ่งๆ ที่คิดค้นขึ้นมาใหม่ (Crossan and Apaydin, 2010) นวัตกรรมหมายถึงการทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ ๆ และยังสามารถหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางความคิด การผลิต กระบวนการหรือองค์การ ไม่ว่าการเปลี่ยนนั้นจะเกิดขึ้นจากการปฏิบัติ การเปลี่ยนอย่างถอนรากถอนโคน หรือการพัฒนาต่อยอด ทั้งนี้ก็มีการแยกแยะความแตกต่างอย่างชัดเจน ระหว่างการประดิษฐ์คิดค้น ความคิดริเริ่ม และนวัตกรรม ซึ่งหมายถึงความคิดริเริ่มที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างสัมฤทธิ์ผล (McKeown, 2008) ความแตกต่างระหว่างการประดิษฐ์ (invention) และนวัตกรรมคือ การประดิษฐ์เป็นการคิดค้นผลิตภัณฑ์และกระบวนการใหม่ ๆ โดยใช้ความรู้แบบใหม่หรือผสมผสานกับความรู้ดั้งเดิม ขณะที่นวัตกรรมคือการพัฒนาสินค้าและบริการในทางการค้า จากความคิดสร้างสรรค์ (Artz et al., 2010) นวัตกรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Damapour and Schineder, 2006) กระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Lee, Florida, and Gates, 2010) ส่งผลเชิงบวกต่อการปฏิบัติงานขององค์กร การสร้างเครือข่าย ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Yen, 2014) นวัตกรรมแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (Edison, Ali, and Torkar, 2013) ได้แก่ 1) นวัตกรรมด้านการผลิต (production innovation) คือ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ในด้านโครงสร้าง รูปร่างลักษณะ การใช้งาน สมรรถนะที่ดีขึ้น 2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (process innovation) หมายถึง การใช้กระบวนการหรือวิธีการใหม่ ในการสร้างและผลิตสินค้า 3) นวัตกรรมด้านการตลาด (market innovation) หมายถึง การนำแนวคิด กลยุทธ์มาใช้กับวิธีการทางการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การส่งเสริมการขายและการตั้งราคา รวมไปถึงการแสวงหาลูกค้าในตลาดใหม่ และ 4) นวัตกรรมด้านองค์การ (organization innovation) หมายถึง การใช้วิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจ การสร้างเครือข่าย การจัดการโครงสร้างองค์การ ทรัพยากรบุคคล ระบบการจ่ายค่าตอบแทนขององค์การ

นวัตกรรมก่อให้เกิด การพัฒนาสินค้าและบริการ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมไปถึง การนำเสนอสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีใครทำมาก่อน (Edison, Ali, and Torkar, 2013) เปรียบได้ดังอาวุธที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Cheng and Shiu, 2008) นวัตกรรม ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจทั้งที่เป็นด้านการเงินและไม่ใช่การเงินของธุรกิจ (ญาณัญญา ศิริภักธธาดา, 2556) ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์การที่สามารถสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจได้ (Tidd, 2001) นวัตกรรมสามารถ

สร้างคุณภาพของสินค้า สร้างความพึงพอใจและลดข้อร้องเรียนจากลูกค้า (Sadikoglu and Zehir, 2010) นอกจากนี้นวัตกรรมยังเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการศึกษา ซึ่งนวัตกรรมสามารถยกระดับคุณภาพการศึกษาและศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศ (วสันต์ สุทธาวาส และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) ความสามารถของธุรกิจในการสร้างนวัตกรรมอย่างต่อเนื่องนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะดำรงความได้เปรียบในการแข่งขันเนื่องจากนวัตกรรมสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและลดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ได้ อันเป็นผลมาจากการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จะมีคู่แข่งจำนวนน้อยรายทำให้กิจการนั้นได้ผลกำไรอย่างมากในช่วงต้นของผลิตภัณฑ์ ก็ตามเมื่อเวลาผ่านไปทำให้เกิดคู่แข่งมากขึ้นทำให้กำไรที่เคยได้ลดลง แต่กิจการนั้นอาจทำกำไรในระดับสูงได้ต่อไป หากมีการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างต่อเนื่อง (Artz et al., 2010) นวัตกรรมมีความสำคัญต่อวิสาหกิจชุมชนโดยชุมชนที่มีความเข้มแข็งต้องสามารถนำเทคโนโลยีเข้าไปผสมกับการดำเนินงาน ตลอดจนพัฒนานวัตกรรมที่เหมาะสมสำหรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการตลาด การประชาสัมพันธ์สินค้าโดยผ่านสื่อออนไลน์ (สัญญา เคนาภูมิ, 2558)

ในมุมมองด้านพฤติกรรมองค์กรเพื่ออธิบายการพัฒนานวัตกรรมให้เกิดขึ้นในระดับบุคคลและองค์การเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน การสร้างนวัตกรรมต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญหลายประการ ซึ่ง Crossan and Apaydin (2010) ศึกษาถึงสิ่งที่กำหนดนวัตกรรมในองค์การโดยแบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำด้านนวัตกรรม (innovation leadership) โดยผู้บริหารระดับสูงนั้นมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดการสร้างนวัตกรรมในช่วงแรก 2) การยกระดับทางการจัดการ (managerial leveraging) สัมพันธ์กับภาวะผู้นำโดยเป็นการตัดสินใจและลงมือปฏิบัติเกี่ยวกับกลยุทธ์หรือแนวคิด การจัดการโครงสร้างและระบบ การจัดสรรทรัพยากร และวัฒนธรรมองค์การที่ก่อให้เกิดนวัตกรรม และ 3) กระบวนการทางธุรกิจ (business process) ที่เกี่ยวข้องกระบวนการเปลี่ยนแปลงปัจจัยนำเข้าให้กลายเป็นนวัตกรรม รวมถึงการทำให้นวัตกรรมที่สร้างขึ้นเป็นธุรกิจได้ สำหรับในระดับองค์การ

การพัฒนานวัตกรรมยังต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลซึ่งเปรียบเสมือนทรัพยากรสำคัญในองค์การที่สามารถพัฒนาเพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพ ประสิทธิผล นวัตกรรม มูลค่าเพิ่มให้กับองค์การ โดยพัต วุฒิรงค์ (2557) สรุปปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการสร้างสรรคนวัตกรรมซึ่งได้มาจากการบูรณาการทฤษฎีทรัพยากรพื้นฐานขององค์การ และองค์การแห่งการเรียนรู้ ประกอบด้วย ลักษณะสภาพแวดล้อมขององค์การ การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การเรียนรู้และแลกเปลี่ยนความรู้ในองค์การ เอ็ดิสัน อาลี และทอร์การ์ (Edison, Ali, and Torkar, 2013) สรุปปัจจัยที่ก่อให้เกิดนวัตกรรมจากทั้งภายในและภายนอกองค์การ ซึ่งปัจจัยภายนอกองค์การได้แก่สิ่งที่มีผลต่อนวัตกรรมและองค์การไม่สามารถควบคุมได้ เช่น นโยบายการลดหย่อนภาษีสำหรับบริษัทที่กำลังก่อตั้ง (start-up) หรือเงินอุดหนุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลางและย่อม เป็นต้น ขณะที่ปัจจัยภายในองค์การคือสิ่งที่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาในระดับความสามารถในการสร้างนวัตกรรมขององค์การ เช่น ความพร้อมในการใช้กลยุทธ์สร้างนวัตกรรม บรรยากาศแห่งการสร้างสรรค การมีส่วนร่วม การวิจัยและพัฒนา วัฒนธรรมองค์การ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น การศึกษาของ อักมาน และยิลมาซ (Akman and Yilmaz, 2008) พบว่าการมุ่งเน้นลูกค้า (customer-orientation) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการสร้างนวัตกรรม รวมไปถึงพฤติกรรมประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภายในองค์การช่วยให้การแลกเปลี่ยนความรู้และนวัตกรรมทั่ว

ทั้งองค์การ คุณลักษณะเฉพาะขององค์การและทัศนคติของผู้บริหารระดับสูงมีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมขององค์การ (Damapour and Schineder, 2006) ขณะที่การพัฒนาและบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการสร้างนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชน (ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ และคณะ, 2558)

จากการรวบรวมความหมายและแนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรม สามารถสรุปได้ว่า นวัตกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน หมายถึงแนวคิด วิธีการ ผลิตภัณฑ์ บริการแบบใหม่ อันเกิดจากความรู้นี้ใหม่ หรือประยุกต์จากความรู้ดั้งเดิม โดยการสร้างนวัตกรรมเกิดจากภาวะผู้นำของเจ้าของกิจการการร่วมมือร่วมใจของบุคคลในทุกระดับขององค์การ สภาพแวดล้อมในองค์การ การแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมองค์การ การบริหาร และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อันจะนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

ความคิดสร้างสรรค์หมายถึงการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีประโยชน์ (Mumford, 2003) กระบวนการสร้างสิ่งที่เป็นแบบฉบับและมีมูลค่า ซึ่ง “สิ่ง” นั้น อาจหมายถึงทฤษฎี กระบวนการ วิธีการ หรือสิ่งอื่นใด (Stenberg and Stenberg, 2012) เป็นความตั้งใจประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ (Weisberg, 1993) ความคิดสร้างสรรค์ประกอบด้วย ความมีประสิทธิภาพและความเป็นต้นแบบ (Runco and Jaeger, 2012) ความแปลกใหม่ ความมีประโยชน์ใช้สอยได้ สุนทรียศาสตร์ และความเป็นต้นฉบับ (Kharkhurin, 2014) ความหมายของความคิดสร้างสรรค์อาจรวมไปถึงกระบวนการ ทรัพยากรและผลลัพธ์ที่ได้จากความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้น (Coraza, 2016) ความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดผลิตภาพ การประดิษฐ์คิดค้น การค้นพบสิ่งใหม่ งานศิลปะ กระบวนการทัศน์ใหม่ (Stenberg and Stenberg, 2012) ส่งผลบวกต่อวิจารณ์ญาณและการตัดสินใจ (Winkielman, et al., 2007) ส่งผลให้เกิดความคิดใหม่ ๆ แรงจูงใจในการประสบความสำเร็จ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Batey et al., 2010) ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากการลองผิดลองถูก การแลกเปลี่ยนความรู้ จนเกิดความรู้ใหม่ทั้งในระดับบุคคลและระดับกลุ่ม (Surjit Kumar Kar, 2012) นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ทักษะ แรงจูงใจ และทัศนคติของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย (Naipinit, Promsaka Na Nakorn, and Kroeksakul, 2016) ซึ่งในปัจจุบันผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนยังขาดการสนับสนุนจากรัฐบาลในด้านทุนมนุษย์ การเสริมสร้างความรู้และทักษะ แรงงานและการตลาด (Sakolnakorn, 2010) ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (Purateera et al., 2009)

จากการรวบรวมความหมายและแนวคิดความคิดสร้างสรรค์จึงกล่าวสรุปได้ว่า ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนคือการสร้างสิ่งใหม่ ด้วยความเป็นต้นแบบก่อให้เกิดประโยชน์และสร้างผลิตภาพ รวมไปถึงความสำเร็จในการทำงาน ซึ่งเกิดจากการลองผิดลองถูกและการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารจากภายนอก

ทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

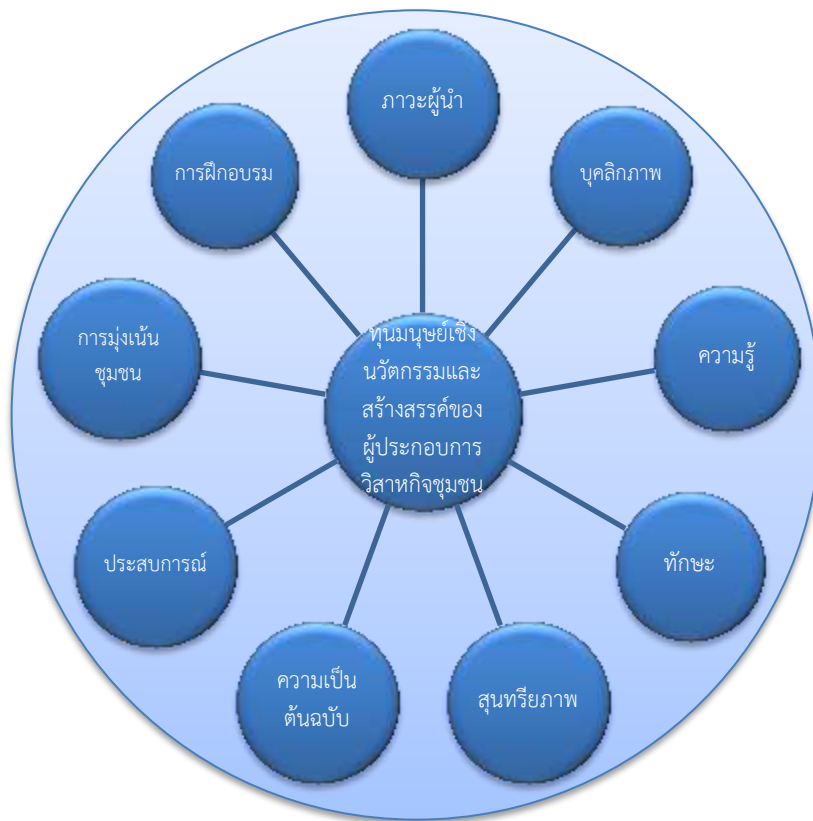
โลกในยุคปัจจุบันถือว่าเป็นสังคมแห่งของความรู้ (Knowledge Based Society) องค์การจำเป็นต้องมีระบบการบริหารความรู้ความรู้อื่นๆ เพื่ออนาคตการบรรลุเป้าหมายขององค์การ (กัญยาภักดิ์ พระระพันธ์ และสมบุญ คิริสรธริรัญ, 2556) ความสำคัญของยุคแห่งความรู้นั้นจะมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์กันมากขึ้น มีการลงทุนไปที่ตัวบุคคล มองคนเป็นทุนมนุษย์ที่องค์การต้องให้ความสำคัญและมีการลงทุนเพื่อเพิ่มพูนความสามารถของบุคลากร ทุนมนุษย์เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างมูลค่าและนวัตกรรมในการเรียนรู้ขององค์การ (Organization Learning) (Wang et al., 2010) สำหรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ในองค์การ ทุนมนุษย์หมายถึงการใช้ประโยชน์จาก ความรู้ ทักษะ ความสามารถ ความคิดใหม่ ๆ ของบุคลากร และจากการสนับสนุนจากองค์การ รวมไปถึงการจัดสภาพแวดล้อม เงื่อนไข การจูงใจ ที่เหมาะสมก่อให้เกิดผลลัพธ์ร่วมกันจากสิ่งเหล่านั้น (Orchard, 2015) เมื่อมองทุนมนุษย์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ปัจจัยด้านบุคคลในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล ประสบการณ์ กระบวนการคิดและจินตนาการ ประสบการณ์ของผู้ในกลุ่ม การมีส่วนร่วม (บำเพ็ญ เมืองมูล, 2551) การเรียนรู้ในองค์การของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดจากการแลกเปลี่ยนการพูดคุย การนำเสนอความคิดเห็นของสมาชิก มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล การสร้างนวัตกรรมของชุมชน ช่วยถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานจนสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต นอกจากนี้ยังการเรียนรู้ในองค์การเมื่อรวบรวมองค์ความรู้ในการผลิต จากเอกสารผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ พัฒนาให้เป็นระบบให้วิสาหกิจชุมชนได้เรียนรู้และสามารถนำความรู้มาพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างศักยภาพการแข่งขันให้กับวิสาหกิจชุมชน (ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา, 2558)

ถึงแม้ว่าทุนมนุษย์จะเป็นทรัพยากรสำคัญขององค์การที่สามารถมูลค่าเพิ่มให้กับองค์การได้ การพัฒนาทุนมนุษย์ที่สำคัญอยู่ที่การฝึกฝน การฝึกอบรม เพื่อให้ทรัพยากรบุคคลสามารถหาโอกาสและใช้ประโยชน์จากโอกาสนั้นได้ (Urbano, Alvarez, and Turró, 2013) แต่หากองค์การมีบุคลากรซึ่งประกอบด้วยปัจจัยอื่น ๆ ย่อมจะทำให้ทุนมนุษย์นั้นเป็นสินทรัพย์ที่ยิ่งมีมูลค่าขึ้นอีกมากมาย นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทุนมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน (Glaeser, Shleifer, and Scheinkman, 1995) พื้นที่ใดที่มีนวัตกรรม ทุนมนุษย์ และความคิดสร้างสรรค์ในระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น สร้างแรงดึงดูดให้ผู้คนที่มีความสามารถเข้ามาทำงานด้วย โดยนวัตกรรมถือเป็นผลผลิตรวมกันของทุนมนุษย์และความคิดสร้างสรรค์ (Lee, Florida, and Gates, 2010) ขณะที่ความหลากหลายทางเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของพื้นที่นั้น เนื่องจากผู้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์จากหลากหลายอาชีพเมื่อรวมกัน สามารถสร้างนวัตกรรมโดยต่อยอดจากความรู้และเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว (Desrochers, 2001) นอกจากนี้ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยที่กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในความเชื่อมโยงกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดผู้คนที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาทำงานร่วมกันจนสามารถสร้างนวัตกรรมได้ (Florida, 2002)

ดังนั้นการพิจารณาทุนมนุษย์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนจึงต้องผสมผสานปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดทุนมนุษย์ที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและการเจริญเติบโตของวิสาหกิจชุมชนได้

นอกเหนือจากปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์แล้ว ในการศึกษาทุนมนุษย์สามารถวัดได้จากทักษะความสามารถ ประสบการณ์ รวมไปถึงการศึกษา ซึ่งระดับการศึกษามีผลต่อรายได้ของประชากรและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Glaeser, Shleifer, and Scheinkman, 1995) ผู้คนที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มที่จะสร้างนวัตกรรมได้มากกว่า ส่งผลถึงการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (Feldman, 2000) การสร้างนวัตกรรมในบริษัทขนาดเล็กประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญคือ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยหรือสถาบันการวิจัยเพื่อฝึกฝน อบรมพนักงาน และการจัดหาเงินทุนเพื่อดำรงรักษานวัตกรรม (Romijin and Albaladejo, 2002) ในปัจจุบันเกิดการร่วมกลุ่มทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศสมาชิกโดยเฉพาะการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) สำหรับผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมรวมไปถึงวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการสู่ตลาดต่างประเทศเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรของกิจการดังนั้นทักษะของบุคลากรจึงเป็นพื้นฐานในการพัฒนากิจการ และการลงทุนในทุนมนุษย์ก่อให้เกิดความได้เปรียบในการสร้างบุคลากรให้มีความสามารถและประสบความสำเร็จในการก้าวสู่ตลาดต่างประเทศ (Mefford, 2009) โดยทุนมนุษย์ที่สำคัญในก้าวสู่ธุรกิจระหว่างประเทศคือได้แก่ทักษะด้านธุรกิจระหว่างประเทศ การมุ่งมั่นสู่ต่างประเทศ ทักษะการรับรู้ความเสี่ยงจากสภาพแวดล้อม และทักษะการบริหารจัดการ (Ruzzier et al., 2007)

อย่างไรก็ตามการศึกษาที่ผ่านมายังไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันของทุนมนุษย์ นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างเพียงพอ (Lee, Florida, and Gates, 2010) นอกจากนี้ยังไม่มีกรอบอธิบายตัวบ่งชี้ทุนมนุษย์ นวัตกรรมที่ชัดเจนและสามารถใช้ได้กับทุกองค์การ (Mahsud, Yukl, and Prussia, 2011) โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชน การศึกษาวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยเป็นการศึกษาเชิงยุทธศาสตร์ (Naipinit, Promsaka Na Nakorn, and Kroeksakul, 2016) การพึ่งตนเองเนื่องจากขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ (สัญญา เคนาภูมิ, 2558) รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน (ชญาภัทร์ ก่ออารีโย และคณะ, 2559) การสร้างนวัตกรรมจากภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียง (ธีรศักดิ์ อุ่นอารมย์เลิศ, 2558) ซึ่งการศึกษาข้างต้นมุ่งเน้นการสร้างรูปแบบ ยุทธศาสตร์ แผนการจัดการที่มุ่งเน้นการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในภาพรวมระดับองค์การ ยังไม่พบการศึกษาที่มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมและสร้างสรรค์ในระดับบุคคลหรือผู้ประกอบการ ซึ่งมีความสำคัญต่อผู้ประกอบการโดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันขาดการช่วยเหลือ อุดหนุนจากภาครัฐอย่างทั่วถึงในวิสาหกิจชุมชนดังที่กล่าวมาแล้ว ดังนั้นคุณลักษณะของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนซึ่งประกอบกันเป็นทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างสรรคผลผลิตสินค้าและบริการที่สามารถนำไปใช้ได้เชิงธุรกิจและสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ สร้างความยั่งยืนให้กับวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นให้ยั่งยืน ดังนั้นผู้เขียนจึงขอเสนอกรอบแนวคิดเพื่อศึกษาลักษณะทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน

การศึกษาองค์ประกอบของทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน อาจเป็นการศึกษามิติต่าง ๆ ของแต่ละองค์ประกอบที่รวมกันเป็นทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ กล่าวคือนวัตกรรมคือการสร้างสินค้าและบริการ วิธีการคิด แบบใหม่จากการสร้างสรรค์ ซึ่งสามารถวัดนวัตกรรมในบุคคล ได้จากระดับการศึกษา การฝึกอบรม ความพึงพอใจในการทำงาน ความเต็มใจในการเปลี่ยนแปลง (McGuirk, Lenihan, and Hart, 2015) โดยการศึกษาในระดับสูงสามารถกำหนดระดับนวัตกรรมในวิสาหกิจขนาดย่อมได้ (De Winne, Sels, 2010) ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (Guo, Zhao, and Tang, 2013) การบริหารเชิงรุก บุคลิกภาพ (Samagaio, and Rodrigues, 2016) ความสามารถในการประยุกต์ การเปิดใจยอมรับ ความเป็นมืออาชีพ (Yen, 2014)

ความคิดสร้างสรรค์กำหนดโดย ความแปลกใหม่ การนำไปใช้ประโยชน์ สุนทรียศาสตร์ และความเป็นต้นฉบับ (Kharkhurin, 2014) นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดความคิดสร้างสรรค์ได้จากอาชีพของผู้คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ได้แก่ นักประพันธ์ นักออกแบบ นักดนตรี นักแสดง นักแต่งเพลง ผู้กำกับ ช่างศิลปะ ช่างภาพ ช่างพิมพ์ รวมไปถึงความเปิดใจยอมรับการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (Lee, Florida, and Gates, 2010)

อย่างไรก็ตามจากการทบทวนการศึกษาองค์ประกอบของทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ข้างต้น เป็นการศึกษาจากงานวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักซึ่งมุ่งเน้นการวัดองค์ประกอบทุนมนุษย์ นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ด้านต่าง ๆ ผ่านการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและจากข้อมูลทุติยภูมิ ซึ่งเมื่อนำมาศึกษาในบริบทประเทศไทยควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมิติและตัวชี้วัดของแต่ละองค์ประกอบในกรอบแนวคิดโดยการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการสังเกต สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนรวมถึงการวิจัยแบบผสม (mixed method research) เพื่อใช้ในการศึกษาต่อไปในอนาคต

บทสรุป

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2554-2559) ได้มุ่งเน้นจากใช้ทุนและทรัพยากรในท้องถิ่น เพื่อสร้างเข้มแข็งของชุมชนและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญของชุมชนในการขับเคลื่อนแนวทางนี้ ประกอบกับการที่โลกเข้าสู่ยุคสังคมแห่งความรู้ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยทักษะความรู้ ความสามารถของบุคคลและการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ โดยทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญที่มุ่งสามารถเสริมสร้างศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการของไทยโดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในการสร้างนวัตกรรม และมูลค่าเพิ่มจากความคิดของผู้คนในท้องถิ่น เสริมสร้างด้วยการแลกเปลี่ยนความรู้ในชุมชน การตั้งปณิธานในการชวนช่วยความรู้เพิ่มเติม การทำงานเป็นทีม การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ในชุมชน จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีความสร้างสรรค์ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ บทความนี้ได้นำเสนอกรอบแนวคิดทุนมนุษย์เชิงนวัตกรรมและสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ทุนมนุษย์ นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ในองค์การของวิสาหกิจชุมชน โดยผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความนี้จะเป็นแนวทางซึ่งนำไปสู่การศึกษาเพื่อสร้างการพึ่งพาตนเองของชุมชนได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัญญาภักษ์ณ์ พระระนะพันธ์ และ สมบูรณ์ ศิริสรธีรชัย. (2556). “การเป็นองค์กรแห่งความสุขกับการจัดการความรู้และการมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหิดล.” *วารสารบริหารการศึกษา* 3, 2 (มกราคม-มิถุนายน): 117-127.
- จันทนา พงศ์สิทธิกาญจนา. (2558). “แนวทางการจัดการที่มีคุณภาพ ของวิสาหกิจชุมชน เพื่อการบรรลุยุทธศาสตร์ด้านการอยู่ดีมีสุข ในจังหวัดนครปฐม.” *Veridian E-Journal* 8, 2 (พฤษภาคม – สิงหาคม): 2039-2053.
- ชญาภัทร์ ก่อาริโย และคณะ. (2559). “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคกลาง.” *วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ* 26, 1 (มกราคม-เมษายน): 141-152.

- ซัชจิริยา ใบสี, ประกอบ ผลงาม และอรัญญิ์ จิตไธสง. (2558). “การสร้างความเข้มแข็งของทุนมนุษย์ในการจัดการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวประชานิยมเศรษฐกิจอาเซียน.” วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 9, 3 (กันยายน-ธันวาคม). 147-159.
- ญาณัญญา ศิริภักดิ์ธาดา. (2556). “ความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.” วารสารจันทร์เกษมสาร 19, 37 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 85-95.
- ธีรศักดิ์ อุณารมย์เลิศ และคณะ (2558). “การพัฒนาแบบแผนการสร้างนวัตกรรมภูมิปัญญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง.” วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย 7, 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม): 79-92.
- บำเพ็ญ เมืองมูล. (2551). “กระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านต้นผึ้ง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน”. การค้นคว้าแบบอิสระ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พยัคฆ์ วุฒิรงค์. (2557). “กรอบแนวคิดการพัฒนาความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมองค์การ: การบูรณาการแนวคิดทรัพยากรที่มีคุณค่าเฉพาะขององค์การและองค์การแห่งการเรียนรู้.” วารสารพัฒนบริหารศาสตร์ 54, 1: 22-48.
- วันดี สุทธาวาศ และ ธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). “ศักยภาพความเป็นนวัตกรรมการศึกษา.” Veridian E-Journal 9, 1 (มกราคม-เมษายน): 949-968.
- ศศิพร ต่ายคำ และ นรินทร์ สังข์รักษา. (2558). “การพัฒนาแบบแผนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี.” Veridian E-Journal 8, 1 (มกราคม-เมษายน): 606-632.
- สัญญา เคนาภูมิ. (2558). “ปัจจัยการพึ่งตนเองและปัจจัยการจัดการเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม.” วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) 9, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 53-66.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙. เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก <http://artculture.cmu.ac.th/images/uploadfile/depfile-150910140608.%E0%B8%A8>.
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, (2556). รายงานสรุปงานรวบรวมนโยบายวิสาหกิจชุมชน จำแนกตามลักษณะการประกอบการ. เข้าถึงเมื่อ 31 สิงหาคม. เข้าถึงได้จาก http://smce.doae.go.th/snce1/report/select_report_smce_member.php?report_id=1.
- อรพินท์ บุญสิน. (2557). “แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม.” วารสารการจัดการ 3, 3 (กันยายน-ธันวาคม): 22-31.

ภาษาต่างประเทศ

- Akman, GÜlşen, and Cengiz Yilmaz. (2008). "Innovative capability, innovation strategy and market orientation: an empirical analysis in Turkish software industry." **International Journal of Innovation Management** 12, 1: 69–111.
- Artz, Kendall W., and others. (2010). "A longitudinal study of the impact of R&D, patents, and product innovation on firm performance." **Journal of Product Innovation Management** 27, 6 (November): 725-740.
- Barney, Jay. (1991). "Firm Resource and Sustained Competitive Advantage." **Journal of Management** 17, 1 (March): 99-120.
- Batey, Mark. (2010). "General Factors of Personality and Motivation." Poster session presented at **15th European Conference on Personality**, Brno, Czech Republic.
- Becker, Gary S., (1962). "Investment in human capital: A theoretical analysis." **Journal of Political Economy** 70, 5 (October): 9-49.
- Carillo, Maria R., and Alberto Zazzaro. (2000). "Innovation, human capital destruction and firms' investment in training." **The Manchester School** 68, 3: 331-348.
- Collins, Jim C. (2001). **Good to great: Why some companies make the leap and other don't**. New York: Harper Collins.
- Corazza, Giovanni E. (2016). "Potential originality and effectiveness: The dynamic definition of creativity." **Creativity Research Journal** 28, 3 (July): 258-267.
- Crossan, Mary M., and Marina Apaydin. (2010). "A multi-dimensional framework of organizational innovation: A systematic review of the literature." **Journal of Management Studies** 47, 6 (September): 1154-1191.
- Damapour, Fariborz, and Marguerite Schneider. (2006). Phases of the adoption of innovation in organizations: Effects of environment, organization and top managers. **British Journal of Management** 17, 3: 215-236.
- De Winne, Sophie, and Luc Sels. (2010). "Interrelationship between human capital, HRM and innovation in Belgian start-ups aiming at an innovation strategy." The **International Journal of Human Resource Management** 21, 11: 1863-1883.
- Desrochers, Pierre. (2001). "Local diversity, human creativity, and technological innovation." **Growth and Change** 32, 3: 305-443.
- Edison, Henry, Nauman bin Ali, and Richard Torkar. (2013). "Toward innovation measurement in the software industry." **The Journal of Systems Software** 86, 5 (May): 1390-1407.

- Edralin, Divina M. (2007). "Human capital development for innovation in Asia: Training and development practice and experiences of large Philippine companies." **Asian Journal of Technology Innovation** 15, 1: 133-147.
- Feldman, Maryann. (2000). "Location and innovation: The new economic geography of innovation, spillovers, and agglomeration." in Clark, G., Feldman, M. and Gertler, M. (Eds.), **The Oxford Handbook of Economic Geography**. New York: Oxford University Press.
- Florida, Richard. (2002). **The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life**. New York: Basic Books.
- Glaeser, Edward L., Andrei Shleifer, and Jose A. Scheinkman. (1995). "Economic growth in a cross-section of cities." **Journal of Monetary Economics** 36, (August): 117-144.
- Guo, Hai, Jing Zhao, and Jinton Tang. (2013). "The role of top managers' human and social capital in business model innovation." **Chinese Management Studies** 7, 3: 447-469.
- Hassan, Arif. (2007). "Human resource development and organizational values." **Journal of European Industrial Training** 31,6: 435-448.
- Hatch, Nile W., and Jeffery H. Dyer. (2004). "Human capital and learning as a source of sustainable competitive advantage." **Strategic Management Journal** 25, 12 (December): 1155-1178.
- Hill, Rosemary, and Jim Stewart. (2000). "Human resource development in small organizations." **Journal of European Industrial Training** 24, 2/3/4: 105-107.
- Jansen, Rob J. G., and others. (2011). "Information processing and strategic decision-making in small and medium-sized enterprises: The role of human and social capital in attaining decision effectiveness." **International Small Business Journal** 31, 2: 192-216.
- Khanna, Poonam, Carla D. Jones, and Steve Boivie. (2014). "Director human capital, information processing demands, and board effectiveness." **Journal of Management** 40, 2 (February): 557-585.
- Kharkhurin, Anatoliy, V. (2014). "Creativity.4in1: Four-criterion construct of creativity." **Creativity Research Journal** 26, 3 (August): 338-352.
- Kreitner, Robert, and Angelo Kinicki. (2001). **Organizational Behavior** (5th ed). New York: McGraw-Hill.
- Lee, Sam Youl, Richard Florida, and Gary Gates. (2010). "Innovation, human capital, and creativity." **International Review of Public Administration** 14, 3: 13-24.

- Mahsud, Rubina, Gary Yukl, and Gregory E. Prussia. (2011). Human capital, efficiency, and innovative adaptation as strategic determinants of firm performance.” **Journal of Leadership & Organization** 18, 2: 229-246.
- McGuirk, Helen, Helena Lenihan, and Mark Hart. (2015). “Measuring the impact of innovative human capital on small firms’ propensity to innovate.” *Research Policy* 44, 4 (May): 965-976.
- McKeown, Max. (2008). **The truth about innovation**. London: Prentice Hall.
- McLean, Gary N. (2005), “Examining approaches to HR evaluation.” **Strategic Human Resources** 4, 2: 24-27.
- Mefford, Robert N. (2009). “Increasing productivity in global firms: the CEO challenge.” **Journal of International Management** 15, 3 (September): 262–272.
- Mincer, Jacob. (1958). “Investment in human capital and personal income distribution.” **The Journal of Political Economy** 66, 4 (August): 281-302.
- Mumford, Michael D. (2003). “Where have we been, where are we going? Taking stock in creativity research.” **Creativity Research Journal** 15:107-120.
- Naipinit, Aree, Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn, and Patarapong Kroeksakul. (2016). “Strategic management of community enterprises in the upper northeast region of Thailand.” **Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy** 10, 4: 346-362.
- Onkelinx, Jonas, Tatiana S. Mnalova, and Linda F. Edelman. (2016). “The human factor: Investments in employee human capital, productivity, and SME Internationalization.” **Journal of International Management**. Available on line 18 June 2016.
- Orchard, Sharn. (2015). “Entrepreneurship and the human capital of organization innovation: the intrapreneur.” In **The Entrepreneur rise in Southeast Asia: The Quadruple helix influence on technological innovation**, 111-138. Edited by Stavros Sindakis and Christian Walter. London: Palgrave Macmillan.
- Pattaratanakun, Suppakron. (2012). “Toward diffusion of innovations: Conceptual commonalities and contradictions.” **Chulalongkorn Business Review** 34, 132 (April-June): 68-84.
- Ployhart, Robert E., Chad H. Van Iddekinge, and William I. Mackenzie Jr. (2011). “Acquiring and developing human capital in service contexts: the interconnectedness of human capital resources.” **Academy of Management Journal** 54, 2 (April): 353-368.

- Polyhart, Robert E., Jeff A. Weekley, and Kathryn Baughman. (2006). "The structure and function of human capital emergence: A multilevel examination of the attraction selection-attrition model." **The Academy of Management Journal** 49, 4 (August): 661-677.
- Purateera, Teerawat, et al. (2009), "Influence factors affecting management of small enterprises in Northeast Thailand", **International Business & Economic Research Journal** 8, 2: 41-46.
- Romijn, Henry, and Manuel Albaladejo. (2002). "Determinants of innovation capability in small electronics and software firms in southeast England." **Research Policy** 31, 7 (September): 1053-1067.
- Runco, Mark A., and Garrett J. Jaeger. (2012). "The standard definition of creativity." **Creativity Research Journal** 24, 1 (February): 92-96.
- Ruzzier, and others. (2007). "Human capital and SME internationalization: A structural equation model." **Canadian Journal of Administrative Sciences** 24, 1: 15-29.
- Sadikoglu, Esin, and Cemal Zehir. (2010). "Investigating the effects of innovation and employee performance on the relationship between total quality management practices and firm performance: An empirical study of Turkish firms." **International Journal of Production Economics** 127, 1 (September): 13-26.
- Samagaio, Antonio, and Ricardo Rodrigues. (2016). "Human capital and performance in young audit firms." **Journal of Business Research**, in press, Available on line 24 May 2016.
- Sheehan, Maura, Thomas N. Garavan, and Ronan Carbery. (2013). "Innovation and human resource development (HRD)." **European Journal of Training and Development** 38, 1/2: 2-14.
- Stenberg, Robert J., and Karin Stenberg. (2012). **Cognitive Psychology** (6th ed). Belmont: Cengage Learning.
- Subramanian, Annapoornima M. (2012). "A longitudinal study of the influence of intellectual human capital on firm exploratory innovation." **IEEE Transactions on Engineering Management** 59, 4 (November): 540-550.
- Surjib Kumar Kar. (2012). "Knowledge process of rural handloom community enterprise: A narrative study of Sambalpur Bastralaya in India." **Society and Business Review** 7, 2: 114-133.

- Tidd, Joe. (2001). "Innovation management in context: Environment, organization and performance." **International Journal of Management Reviews** 3, 3 (September): 169-183.
- Tomé, Eduardo. (2009). "The evaluation of HRD: a critical study with applications." **Journal of European Industrial Training** 33, 6: 513-538).
- Urbano, David, Claudia Alvarez, and Andreu Turró. (2013). "Organizational resources and intrapreneurial activities: An international study." **Management Decision** 51, 4: 854-870.
- Wang, Yu-Lin, Yau-De Wang, and Ruey-Yun Horng. (2010). "Learning and innovation in small and medium enterprises." **Industrial Management and Data Systems** 110, 2: 175-192.
- Weisberg, Robert W. (1993). **Creativity: Beyond the myth of genius**. New York: Freeman.
- Winkielman, Piotr, Brian Knutson, Marin Paulus, and Jennifer L. Trujillo. (2007). "Affective influence on judgment and decisions: Moving towards core mechanisms." **Review of General Psychology** 11, 2 (June): 179-192.
- Woodman, Richard W., John E. Sawyer, and Ricky W. Griffin. (1993). "Toward a theory of organizational creativity." **Academy of Management Review** 18, 2: 293-321.
- Yu-Fang Yen. (2014). "The impact of bank's human capital on organizational performance: How innovation influences performance." **Innovation: Management, Policy & Practice** 15, 1: 112-128.