

การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหาร
จัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย
Potential Enhancement According to the Concept of Creative
Economy That is Related to Modern Business Management
of the Lanna Handicraft Group Chiang Rai

สุภมณ ดวงตา¹ กัสมา กาซ้อน² นิสารัตน์ ไชยวงศ์ศักดิ์³

Suphamon Duangta, Kasama Kasorn, Nisarath Chaiwongsakda

บทคัดย่อ (Abstract)

การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มุ่งวิเคราะห์การเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาเชิงคุณภาพ จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารและด้วยแบบสัมภาษณ์จาก 40 กลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การศึกษาเชิงปริมาณ จากการสำรวจด้วยแบบสอบถามจาก 400 กลุ่มตัวอย่างในการดำเนินการ ในการนี้ปัจจัยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย ปัจจัยทุนทางสังคม ปัจจัยการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และปัจจัยกระบวนการพัฒนา สำหรับปัจจัยการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถที่เหมาะสม ซึ่งรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ผู้นำที่เป็นตัวอย่าง โครงสร้างงานที่ชัดเจนและการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน รวมถึงปัจจัยการส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในองค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้เป็นบวก (correlation) โดยมีขนาดความสัมพันธ์ระหว่าง 0.159 ถึง 0.437 ที่ปัจจัยต่างๆ สัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งทุนทางสังคมและกระบวนการพัฒนามีความสัมพันธ์กับการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุดมากที่สุด โดย

Received: 2023-07-02 Revised: 2023-07-24 Accepted: 2023-07-27

¹ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University.
Corresponding Author e-mail: suphamon.pracha@gmail.com

² คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University.
e-mail: kasama_kaw@yahoo.co.th

³ คณะบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย Faculty of Accounting, Chiang Rai Rajabhat University.
e-mail: cnisarath@gmail.com

ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.437, 0.398 ตามลำดับ รองลงมา การตลาดเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับกระบวนการพัฒนามีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.293 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

คำสำคัญ (Keywords): การเพิ่มศักยภาพ; การเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์; การบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่

Abstract

Potential enhancement according to the concept of creative economy that is related to modern business management This study aims to analyze the value enhancement of the creative economy. and modern business management and to study the relationship between the promotion of creative economy and modern business management of the Lanna handicraft group. Chiang Rai Mixed research, data collection methods of qualitative studies. from the analysis and synthesis of documents And with interview forms with 40 target groups who provide important information. quantitative study Based on a questionnaire survey with 400 subjects in action. In this regard, the factors for enhancing the value of the creative economy consist of social capital factors. creative marketing factors Social Network Potential Factors and development process factors For the best work-learning skills-enhancing factor. It is an important factor in creating personnel with appropriate skills and abilities. This includes factors such as exemplary leaders. Clear work structure and clear division of responsibilities Including factors that promote learning and develop skills in the organization. The correlation between the observed variables was positive, with a correlation between 0.159 and 0.437 at various factors. Correlation is consistent with the empirical data with statistical significance at the 0.01 level. and the development process was most closely related to enhancing work learning skills with a correlation of 0.437, 0.398, respectively, and creative marketing was associated with the development process with a correlation of 0.293. Statistically significant at the 0.01 level.

Keywords: Increase in potential; Promotion of creative economy; Modern business management

บทนำ (Introduction)

การทำธุรกิจในยุคศตวรรษที่ 21 ซึ่งต้องเผชิญกับปัจจัยแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ โลกาภิวัตน์ และเทคโนโลยี ทำให้องค์กรธุรกิจไม่ว่าจะมีขนาด ประเภทใด จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดี ที่หลายฝ่ายควรตระหนักถึงความสำคัญ

ของการบริหารและการจัดการขององค์การสมัยใหม่ (Modern organization) ที่คนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งองค์การมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ (1) ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง (2) ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน และ (3) องค์การต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์การ (กนกวรรณ พวงประยงค์, 2561)

องค์การต้องมีการบริหารจัดการที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติที่ทำงานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ (Larraz-Rabanos, Natalia, 2021) นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนา ประกอบด้วย ทูทางสังคม (S=Social Capital) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C=Creative Marketing) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P=Potential of social network) และกระบวนการพัฒนา (D=Development Procedure) ที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จในการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และธีรศักดิ์ อุณารมณเลิศ, 2561)

ทั้งนี้ เป้าหมายการวิจัยได้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ของการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ที่เป็นกลไกในการพัฒนาเน้นความนวัตกรรมและการใช้เทคโนโลยี ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการตลาดสร้างเศรษฐกิจให้กับชุมชน สร้างความเจริญของธุรกิจในระดับท้องถิ่นได้ สร้างฐานรากและพื้นฐานที่สร้างความเข้มแข็งในกลุ่มหัตถกรรมล้านนา สู่การเป็นองค์กรสร้างสรรค์ รวมถึงเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาธุรกิจในระดับภูมิภาค และเป็นแนวทางสำคัญสำหรับการสร้างความเจริญของกลุ่มหัตถกรรมล้านนาในระยะยาวได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์การเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated

Model) ให้ สอดรับกับบริบทการพัฒนาของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ประกอบด้วย ทูทางสังคม (Social Capital) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (Potential of social network) และกระบวนการพัฒนา Development Procedure)

1) ทูทางสังคม ทูทางสังคมคือค่านิยมและความสามัคคีของประชาชนในการเป็นเจ้าของชุมชนเดียวกัน มีความไว้วางใจและค่านิยมที่สนับสนุนกัน เช่น ฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ความเอื้ออาทร และความสามัคคี เพื่อสร้างการเผื่อแผ่และร่วมมือกัน นอกจากนี้ยังมีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ร่วมกันเพื่อเพิ่มพลังความคิดและปรับปรุงสังคมให้ดียิ่งขึ้น (ไมตรี อินทรีย์, 2560)

2) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ นักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Marketing Coaching Guideline) ที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันนั้น จำเป็นต้องมีความเข้าใจและมีทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงมีกระบวนการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์อยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีทักษะสำคัญ 5 ประการ เพื่อก้าวสู่การเป็นนักการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้ ด้านความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) (2) ด้านนวัตกรรม (Innovation) (3) ด้านการออกแบบบริการ (Design Service) (4) ด้านการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) และ (5) ด้านวางแผนกลยุทธ์การตลาด (Strategic Marketing Plan)

3) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคมออนไลน์ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Community Technology หรือ ICT) ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวันและการปฏิบัติงานก่อให้เกิดความสะดวกสบายและรวดเร็ว ป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในชีวิตประจำวันและการทำงาน เพื่อเพิ่มความสะดวกและความรวดเร็ว สังคมออนไลน์เป็นเครือข่ายที่รวมกลุ่มผู้คนในชุมชนหรือกลุ่มที่มีความสนใจเดียวกัน สร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและการแบ่งปันข้อมูล มีบทบาทในการพัฒนานวัตกรรมใหม่ เป็นช่องทางในการสื่อสารและแบ่งปันความรู้ ส่งเสริมทักษะการสื่อสารและเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น (สุรวิทย์ วงษ์ทิพย์, 2551)

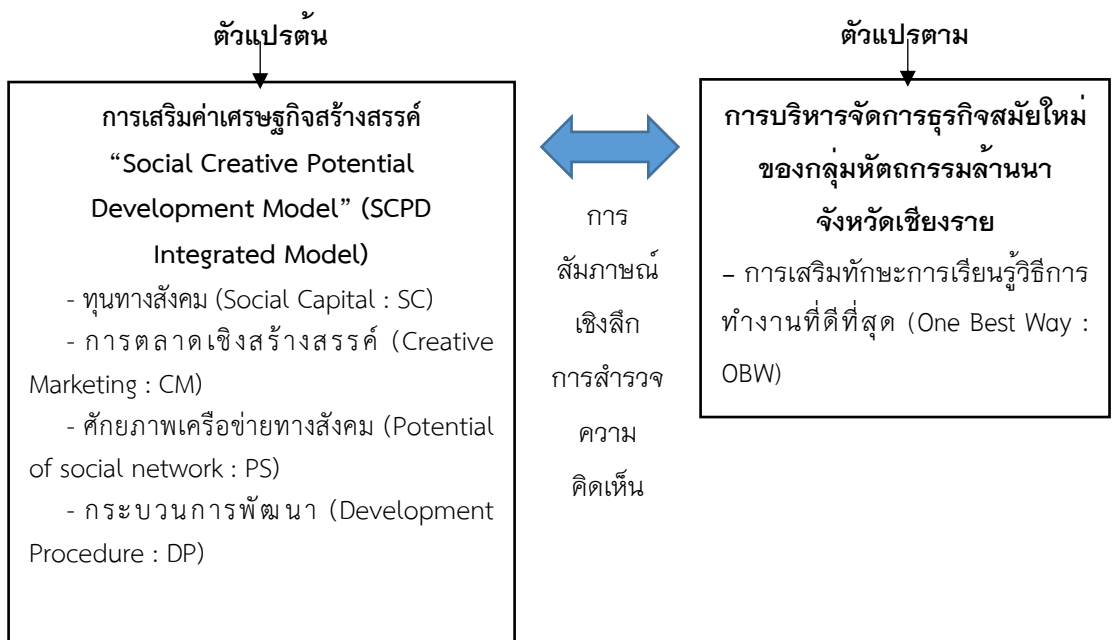
4) กระบวนการพัฒนา กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีแนวโน้มในการปรับเปลี่ยนรูปแบบกระบวนการจากในอดีต ที่มักจะมีลำดับขั้นตอนต่อเนื่องกันชัดเจนแบบตายตัว (Sequential) เป็นลักษณะที่อาจมีการรวมขั้นตอนหรือละเว้นขั้นตอนบางขั้นตอนโดยที่ในแต่ละขั้นตอนก็อาจมีการเพิ่มหน้าที่ต่างๆ เพื่อตอบสนองความเป็นไปทางธุรกิจมากขึ้น โดยกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถแบ่งเป็น 10 ขั้นตอน (ทริกา สระทองคำและคณะ, 2561) คือ การกำเนิดความคิด (Idea Generation) การคัดกรองความคิด (Idea Screening) การพัฒนาและการทดสอบแนวความคิด (Conceptual Development & Testing) การวิเคราะห์ทางธุรกิจ (Business Analysis) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) การทดสอบตลาด (Market Test) การแนะนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (Product Introduction)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่

การจัดการเกิดขึ้นในองค์กร และในมุมมองด้านการจัดการ องค์กรหมายถึง การที่มีคนมาทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งองค์กรมีลักษณะร่วมกันอยู่ 3 ประการ ได้แก่ (1) ทุกองค์การต้องมีวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตนเอง (2) ทุกองค์การต้องมีคนร่วมกันทำงาน และ (3) องค์กรต้องมีการจัดโครงสร้างงานแบ่งงานหน้าที่รับผิดชอบของคนในองค์กร (เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี ฉิริณี, 2564)

องค์กรปัจจุบันต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมอยู่ตลอดเวลา และต้องปรับเปลี่ยนอย่างยืดหยุ่นเพื่อทดลองสอดรับสภาวะเหล่านี้ ในขณะที่องค์กรแบบเดิมมักมีการจัดการแบบคงที่และไม่ยืดหยุ่น องค์กรสมัยใหม่มีลักษณะการจัดการแบบพลวัตร และให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้เป็นหลากหลาย และสามารถปรับเปลี่ยนหน้าที่และกลุ่มงานได้ อีกทั้งองค์กรสมัยใหม่ยังเน้นค่าตอบแทนตามทักษะและส่วนบุคคลของพนักงาน และให้ความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งเรื่องเวลาและสถานที่ เพื่อสอดรับแนวโน้มวิถีการดำเนินชีวิตของพนักงานในยุคปัจจุบัน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานวิธีการวิจัย (Mixed Method Research) ทั้งการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Study) จากการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ส่วนการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Study) จากการสำรวจ (Survey) กับกลุ่มตัวอย่าง (Sample) เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ที่สุด

พื้นที่ศึกษา กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ศึกษา (Landscape Study) คือ กลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย โดยกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย ประธานวิสาหกิจชุมชน กรรมการ สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ได้จากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รวมจำนวน 40 คน โดยกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กรรมการ สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่มหลายชั้น (Multi-stage Cluster Sampling) และการกำหนดขนาดประชากรเพื่อให้ได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สมการ Taro Yamane (1967) สัดส่วน 95% รวมจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ มีเครื่องมือที่ใช้เพื่อการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย (1) แบบสัมภาษณ์การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2) แบบสัมภาษณ์การบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ด้วยการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (One Best Way) ชนิดมีโครงสร้าง (Structure Interview Questionnaire) แบบปลายเปิด (Open) ที่มีค่าความสอดคล้อง (Item of Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 1.00 และ (3) แบบสอบถามการเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงรายชนิดกึ่งมีโครงสร้าง (Semi- structure questionnaire) ที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าระดับ 5 ชั้น (5- Rating scales) ที่มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับจากการนำไปทดลองใช้ (Try Out) เท่ากับ 0.89 ตามลำดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการวิเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (Individual in-depth interview) กับกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนาม เปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ถ่ายทอดความรู้ได้อย่างเต็มที่ครบถ้วนและเป็นจริงมากที่สุด มีการสนทนากลุ่ม เพื่อระดมความคิดหลังจากนั้นนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกมาสังเคราะห์ร่วมกัน การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าเป็นการใช้กระบวนการวิธีทั้งด้านข้อมูลเป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ และดำเนินการสำรวจความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่าง รวบรวมข้อมูลให้ครบตามจำนวน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียงและจำแนกอย่างเป็นระบบ จากนั้นนำมาตีความที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์เชิงทฤษฎีเข้าสู่บทสรุป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยความสัมพันธ์ของการเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าความถี่ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยเกี่ยวกับการเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย มีดังนี้

1. ผลการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา อำเภอพาน จังหวัดเชียงราย

รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ เพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model) ให้สอดคล้องกับบริบทการพัฒนาของแต่ละกลุ่มหัตถกรรมล้านนา ประกอบด้วย ทูทางสังคม (S=Social Capital) การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (C=Creative Marketing) ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (P=Potential of social network) และกระบวนการพัฒนา (D=Development Procedure) ดังนี้

1.1 ทูทางสังคม (social capital)

กลุ่มหัตถกรรมล้านนา มีระบบความสัมพันธ์ของคนในชุมชนแบบครอบครัวเครือญาติ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน เป็นโครงสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในแนวระนาบ เอื้อให้เกิดการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน สร้างการเติบโตเข้มแข็งของเครือข่ายทางสังคม ผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีความเอื้ออาทร มีการพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งวิธีการวัดทูทางสังคม (เกษรศิริ อรุณชัยพร, 2565) ให้พิจารณาจาก (1) ระดับของความไว้วางใจของสมาชิกในชุมชน ว่ามีความไว้วางใจสมาชิกหรือผู้นำมากน้อยเพียงใด (2) ความเป็นสมาชิกที่มีในสังคมนั้น (3) เครือข่ายและสังคมมีการติดต่อใกล้ชิดในชีวิตประจำวันมากเพียงใด จากการกำหนดเกณฑ์ร่วมกันจึงพบว่า กลุ่มส่วนใหญ่มีระดับความไว้วางใจมากที่สุด มีการทำงานร่วมกันเป็นประจำ มีการปรึกษาหารือในเรื่องกระบวนการผลิต การออกแบบ ส่วนประกอบของวัตถุดิบ

1.2 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Marketing)

การเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยสร้างความเป็นเลิศและเพิ่มมูลค่าให้ผู้ประกอบการต้องมีความเข้าใจและทักษะด้านการตลาดสมัยใหม่ รวมถึงมีกระบวนการพัฒนาความคิดเชิง

สร้างสรรค์อยู่เสมอ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นและนวัตกรรมเข้ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสร้างความเป็นเลิศยังเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความสำเร็จในธุรกิจและการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารเพื่อสร้างความรู้จักและเพิ่มโอกาสในการตลาด สามารถช่วยเสริมความสำเร็จในระดับสูงของธุรกิจได้ เช่น กลุ่มทอผ้า มีการพัฒนาลวดลายผ้าให้มีความแตกต่างจากเดิม และพัฒนาวิธีการทอให้รวดเร็วแต่ยังคงคุณภาพและความสวยงาม ซึ่งสร้างความหลากหลายในผลิตภัณฑ์และสร้างความจดจำให้กับลูกค้า กลุ่มทอเสื่อกก มีการนำเอาวัสดุท้องถิ่นมาใช้แทนวัสดุจากภายนอกและสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน ซึ่งช่วยสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ กลุ่มทำดอกไม้พลาสติก นำวัสดุหลายประเภทมาทำผลิตภัณฑ์ให้สวยงามและทันสมัย ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการของตลาดและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า กลุ่มสานยอพื้นเมือง สื่อถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้าและวิถีชีวิตชุมชน โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและนวัตกรรม ซึ่งช่วยสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ และทุกกลุ่มมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น ไลน์และเฟสบุ๊ก เป็นการสื่อสารกับลูกค้าและตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยเสริมโอกาสในการประสบความสำเร็จในระดับสูง

1.3 ศักยภาพเครือข่ายทางสังคม (Potential of social network)

เครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นในชุมชน มีศักยภาพในการขยายตลาด นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกลุ่ม ช่วยเพิ่มศักยภาพและความสามารถในการผลิต และส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด เช่น ทุกกลุ่มมีการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นกลุ่มอาชีพและเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชนที่ดำเนินการโดยคณะบุคคล มีความร่วมมือภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ ทั้งกระบวนการหรือวิธีการผลิต ประกอบกิจการเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและระหว่างชุมชน มีการจัดจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อสินค้าไปจำหน่ายต่อทั้งภายในจังหวัด และจังหวัดใกล้เคียง ส่วนเครือข่ายภายนอกส่วนใหญ่เป็นเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนขึ้นพื้นฐานจากองค์การบริหารส่วนตำบล สำหรับเครือข่ายสถาบันการศึกษาเข้ามาสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความรู้ด้านต่าง ๆ เพื่อให้มีการขยายตลาดให้กว้างมากยิ่งขึ้น ส่วนเครือข่ายระหว่างกลุ่มผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกันยังไม่เป็นระบบ และยังไม่มีการส่งเสริมสนับสนุนให้มีการพัฒนาเครือข่ายและการบูรณาการในการส่งเสริมเครือข่าย

1.4 กระบวนการพัฒนา (Development Procedure)

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีผลต่อเศรษฐกิจในชุมชน โดยสร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาและองค์ความรู้ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดมีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้และเพิ่มโอกาสในชุมชน โดยผู้ประกอบการควรเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และมีส่วนร่วมในการวางแผนและปรับปรุงให้ผลิตภัณฑ์ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ทุกกลุ่ม ได้มีการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการผลิต ตั้งแต่การวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ช่องทางการตลาด การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไร รวมถึงการพัฒนาองค์ความรู้ เป็นการสร้าง

มูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ถือได้ว่าเป็นการทำให้เกิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน มีการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญา องค์ความรู้ และภูมิปัญญาการทอผ้า ทอเสื่อกก ทำดอกไม้จากผ้า และสานยอเพื่อใช้ในการจับปลา มีการนำวัตถุดิบภายในชุมชน มาแปรรูปเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต เพิ่มอายุการใช้งานให้มากขึ้น สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เป็นการนำความรู้จากประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการผลิต สร้างคุณค่าและมูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผู้ประกอบการควรเข้าใจกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นการผลิตและการออกแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ควรมีองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น คุณค่าของคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ กำหนดคุณค่าของรายละเอียดในการออกแบบ หลังจากนั้นควรประเมินความเป็นไปได้ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โอกาสทางการตลาด มีการเตรียมข้อมูล การประมาณการยอดขาย ต้นทุนและกำไรที่สอดคล้องกับเป้าหมายของกลุ่ม

2. ผลความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย

2.1 ผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุดของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย

(1) ปัจจัยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วยปัจจัยทุนทางสังคม ปัจจัยการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และปัจจัยกระบวนการพัฒนา มีรายละเอียดดังนี้

(1.1) ปัจจัยทุนทางสังคม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการส่งเสริมให้ผู้นำในกลุ่มและสมาชิกให้มีความเอื้ออาทร การพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้เกิดการเติบโตที่ยั่งยืน ($\bar{X} = 4.35$) รองลงมา ได้แก่ มีการรับรู้และสนับสนุนกันในการทำงานและพัฒนาทักษะและความสามารถของสมาชิกในกลุ่ม ($\bar{X} = 4.30$) และมีการสร้างระบบการสื่อสารภายในกลุ่มที่มีความสะดวกและทันสมัย แลกเปลี่ยนข้อมูลและข่าวสารที่สำคัญ ($\bar{X} = 4.27$)

(1.2) ปัจจัยการตลาดเชิงสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ สร้างความคิดสร้างสรรค์ และกระตุ้นให้มีความก้าวหน้าและความสามารถในการพัฒนาแนวคิดใหม่ในการตลาด ($\bar{X} = 4.37$) รองลงมา ได้แก่ มีการสร้างความแตกต่างและสร้างความน่าสนใจในตลาด เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.36$) และมีการนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้สร้างแนวคิดและแบรนด์ที่มีความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ($\bar{X} = 4.28$)

(1.3) ปัจจัยศักยภาพเครือข่ายทางสังคม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.26$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการรวมกลุ่มช่วยเสริมสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์ และสร้างโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและระหว่างชุมชน ($\bar{X} = 4.31$) รองลงมา ได้แก่ มีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชน

เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและการส่งเสริมธุรกิจ ($\bar{X} = 4.29$) และมีการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่นเพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการสร้างรายได้ ($\bar{X} = 4.28$)

(1.4) ปัจจัยกระบวนการพัฒนา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการผลิต โดยเริ่มต้นจากการวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการกำหนดช่องทางการตลาด โดยการร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมา ได้แก่ มีกระบวนการพัฒนายังเน้นการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้จากประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการผลิต การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ($\bar{X} = 4.36$) และ มีความสามารถในการประเมินความเป็นไปได้ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โอกาสทางการตลาด และการประมาณการยอดขาย ($\bar{X} = 4.32$)

(2) ปัจจัยการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$) เมื่อพิจารณาแต่ละรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีผู้นำที่เป็นตัวอย่างและปฏิบัติตามหลักการทำงานที่เป็นระบบเพื่อให้สร้างบุคลากรที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.40$) รองลงมา ได้แก่ มีโครงสร้างงานที่ชัดเจนและการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.35$) และมีเป้าหมายที่ชัดเจนและร่วมกันกำหนดเส้นทางการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายที่ถูกต้องและเหมาะสมตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ ($\bar{X} = 4.25$)

2.2. ผลความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา จังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสหสัมพันธ์ของปัจจัยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่

ตัวแปร (Composite Variable)	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วน เบี่ยงเบน มาตรฐาน (Std.)	SC	CM	PS	DP	OBW
SC	4.25	0.440	1				
CM	4.28	0.427	0.260**	1			
PS	4.26	0.471	0.251**	0.159**	1		
DP	4.30	0.496	0.272**	0.293**	0.254**	1	
OBW	4.27	0.493	0.437**	0.279**	0.266**	0.398**	1

**Statistical significant level of 0.01

จากตารางที่ 1 พบว่า ตัวแปรสังเกตได้ส่วนมากมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.25 - 4.30 โดยที่ กระบวนการพัฒนา (DP) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมาได้แก่ การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (CM) ($\bar{X} = 4.28$) และการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (OBW) ($\bar{X} = 4.27$) ตามลำดับ

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สังเกตได้เป็นบวก (correlation) โดยมีขนาดความสัมพันธ์ระหว่าง 0.159 ถึง 0.437 ที่ปัจจัยต่างๆ สัมพันธ์สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งทุนทางสังคม (SC) และกระบวนการพัฒนา (DP) มีความสัมพันธ์กับการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (OBW) มากที่สุดโดยค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.437, 0.398 ตามลำดับ รองลงมา การตลาดเชิงสร้างสรรค์ (CM) มีความสัมพันธ์กับกระบวนการพัฒนา (DP) มีค่าความสัมพันธ์เท่ากับ 0.293

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผล ใน 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ปัจจัยการเสริมค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ปัจจัยทุนทางสังคม ปัจจัยการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยศักยภาพเครือข่ายทางสังคม และปัจจัยกระบวนการพัฒนาสามารถอภิปรายผลการวิจัย ได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยทุนทางสังคมของกลุ่มหัตถกรรมล้านนา มีการส่งเสริมให้ผู้นำในกลุ่มและสมาชิกให้มีความเอื้ออาทร การพึ่งพาอาศัยและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ให้เกิดการเติบโตที่ยั่งยืน มีการรับรู้สนับสนุนกันในการทำงานและพัฒนาทักษะ และมีการสร้างระบบการสื่อสารภายในกลุ่มที่มีความสะดวกและทันสมัย แลกเปลี่ยนข้อมูลและข่าวสารที่สำคัญ สอดคล้องกับไมตรี อินทรีย์ (2560) ที่ได้กล่าวว่า ทุนทางสังคม มีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและมิตรภาพที่ดีต่อกันและกัน สมาชิกมีการติดต่อสัมพันธ์อันญาติและเพื่อนบ้านในชีวิตประจำวัน ชุมชนได้รับประโยชน์จากความร่วมมือของสมาชิกทุกคน และสมาชิกก็ได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกัน นั้นเป็นเส้นทางที่นำมาสู่มิตรภาพ ความช่วยเหลือเกื้อกูล และความเห็นอกเห็นใจในสังคม และยังสอดคล้องกับ ทิบัติ ทัทพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ที่พบว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ต้องมีความเอื้ออาทรในกลุ่มและการสนับสนุนในการพัฒนาทักษะและความสามารถของสมาชิกในกลุ่มอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีการสร้างระบบการสื่อสารที่สะดวกสมัยเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข่าวสารที่สำคัญ

1.2 การตลาดเชิงสร้างสรรค์ มีปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ การอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถในการพัฒนาแนวคิดใหม่ในการตลาด นอกจากนี้ยังมีการสร้างความแตกต่างและสร้างความน่าสนใจในตลาด เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และการนำความคิดสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้สร้างแนวคิดและแบรนด์ที่มีความแปลกใหม่เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า สอดคล้องกับ ทิบัติ ทัทพกรณ์ และธีระวัฒน์ จันทิก (2561) ที่พบว่า ผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ควรมีความชัดเจนใน

วิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจที่ต้องการสร้างสรรค์ รวมถึงมีความมุ่งมั่นและความตั้งใจที่แข็งแกร่งในการต่อสู้และพัฒนาธุรกิจของตนเอง การใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาและความรู้ในการนำเสนอและสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่าสูง คิดสร้างสรรค์และนำเสนอนวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างในตลาด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ หรือนำเสนอกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพสูงกว่าเดิม

1.3 การสร้างเครือข่ายทางสังคม มีศักยภาพที่สำคัญ ได้แก่ การรวมกลุ่มช่วยเสริมสร้างความร่วมมือภายในกลุ่มผลิตภัณฑ์และสร้างโอกาสในการสร้างงาน สร้างรายได้และพึ่งพาตนเองของครอบครัวและระหว่างชุมชน นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายในชุมชน เพื่อเชื่อมโยงกับกลุ่มผลิตภัณฑ์อื่น ๆ และเพิ่มโอกาสในการขยายตลาดและการส่งเสริมธุรกิจ และมีการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมและมีความยืดหยุ่น เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงตลาดและการสร้างรายได้ สอดคล้องกับ กัมพล เพ็ชรล้อมทอง และคณะ (2564) ที่พบว่า การสร้างเครือข่ายทางสังคมเน้นการสร้างการเชื่อมต่อระหว่างบุคคลและองค์กรภายในชุมชนเพื่อสนับสนุนและช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี การพัฒนาและใช้ทรัพยากรภายในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืน การสร้างความร่วมมือและสนับสนุนภายในชุมชนเพื่อสร้างสัมพันธภาพที่ดีและการเติบโตที่ยั่งยืนเน้นการพัฒนาความสามารถในการรับมือกับภัยคุกคามและการป้องกันตนเอง เน้นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมและการพัฒนาทักษะในการรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นได้ในชุมชน

1.4 กระบวนการพัฒนา มีความสำคัญเพื่อให้เกิดการเติบโตและความสำเร็จ ซึ่งรวมถึงการระดมความคิดเห็นในการพัฒนากระบวนการผลิต การวางแผนการผลิต การจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และการกำหนดช่องทางการตลาด อีกทั้งการร่วมมือกันในการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการ เน้นการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ การสร้างคุณค่าและมูลค่า เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และมีความสามารถในการประเมินความเป็นไปได้ของการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โอกาสทางการตลาด และการประมาณการยอดขาย สอดคล้องกับ หทัยชนก คะตะสมบูรณ์ (2563) พบว่า การสร้างองค์กรภายในชุมชนและการสร้างความร่วมมือระหว่างสมาชิกในการพัฒนาเศรษฐกิจฐาน การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เพื่อสร้างรายได้และการเติบโตทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการศึกษาและการพัฒนาทักษะของประชากรในชุมชนมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพและสร้างโอกาสในการทำงานและรายได้ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดสินค้าท้องถิ่น

1.5 การเสริมทักษะการเรียนรู้และวิธีการทำงานที่ดีที่สุด ผู้นำที่เป็นตัวอย่างและปฏิบัติตามหลักการทำงานที่เป็นระบบ โครงสร้างงานที่ชัดเจนและการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบที่ชัดเจน เป้าหมายที่ชัดเจนและร่วมกันกำหนดเส้นทางการพัฒนาธุรกิจ การเรียนรู้และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีทักษะในการสื่อสารและทักษะในการนำเสนอ และสร้างกลยุทธ์เพื่อให้สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายที่ถูกต้องและเหมาะสม ตามแผนการดำเนินงานที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ พัสกร อุ่นกาศ (2565) ที่พบว่า ผู้นำควรมีทักษะในการปรับตัวและรับมือ

กับการเปลี่ยนแปลงและสถานการณ์ที่ซับซ้อนได้ มีทักษะในการสื่อสารอย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ การสื่อสารที่ดีจะช่วยให้ผู้นำสามารถสื่อสารและสร้างความเข้าใจกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีทักษะในการนำเสนอและสร้างกลยุทธ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางและวิธีการที่เหมาะสมในการพัฒนาองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ทักษะทางสังคม (SC) และกระบวนการพัฒนา (DP) มีความสัมพันธ์กับการเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด (OBW) มากที่สุด ซึ่งความสัมพันธ์ที่สูงที่สุดอยู่ระหว่างปัจจัยทุนทางสังคม และกระบวนการพัฒนา กับ การเสริมทักษะการเรียนรู้วิธีการทำงานที่ดีที่สุด มาจากความสัมพันธ์ที่มีความเข้มแข็งทางสังคม และมีการสนับสนุนกันในการพัฒนาทักษะและความสามารถ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการทราบวิธีการทำงานที่ดีที่สุดอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้การมีกระบวนการพัฒนาที่เน้นการตลาดเชิงสร้างสรรค์ จะส่งผลให้กระบวนการพัฒนามีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับ อาทิตย์ บุตดาตวง และสุพรรณิ ไชยอำพร (2555) ที่พบว่า ทุนทางสังคมเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นในการสร้างสังคมที่ยั่งยืนและมั่นคง เน้นการนำทุนทางสังคมมาใช้ในการพัฒนาชุมชน สามารถช่วยเพิ่มโอกาสในการศึกษาและการพัฒนาทักษะของประชากรในชุมชน และมีการบริหารจัดการที่ดีสามารถสร้างความสำเร็จและเปลี่ยนแปลงในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสร้างความเชื่อมั่นและสัมพันธภาพในชุมชนที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

กลุ่มหัตถกรรมล้านนา สามารถนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการบริหารงานภายในกลุ่ม ผ่านกระบวนการวิเคราะห์และการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์และความต้องการของกลุ่ม เช่น (1) สร้างสถานะที่ส่งเสริมให้กลุ่มหัตถกรรมล้านนา สามารถสร้างผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าและตอบสนองต่อตลาด (2) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะและความรู้ของกลุ่มหัตถกรรมสนับสนุนการฝึกอบรม การส่งเสริมการเรียนรู้ และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการ (3) สนับสนุนการนวัตกรรมและการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มหัตถกรรมล้านนา (4) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มหัตถกรรมล้านนากับองค์กรหรือสถาบันที่มีความเชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ มีการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ และ (5) ส่งเสริมและพัฒนากลยุทธ์การตลาดและการขายผลิตภัณฑ์และบริการ โดยเน้นการสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์ เพื่อเข้าถึงตลาดที่กว้างขึ้นและเพิ่มโอกาสในการขายผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นในกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาในครั้งนี้การเพิ่มศักยภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการบริหารจัดการธุรกิจสมัยใหม่ ซึ่งไม่ได้ครอบคลุมถึงการพัฒนากระบวนการผลิต และกระบวนการทางการ

ตลาด ในการศึกษาครั้งถัดไป อาจนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปศึกษาต่อยอดด้านการพัฒนากระบวนการผลิตและกระบวนการทางการตลาด

2.2 การศึกษาครั้งนี้มีกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มหัตถกรรมล้านนา ในจังหวัดเชียงราย ซึ่งยังไม่ได้รวมถึงกลุ่มอื่นในพื้นที่อื่น ในการศึกษาครั้งถัดไป อาจขยายผลทำการศึกษาในพื้นที่อื่นและกลุ่มเป้าหมายอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกวรรณ พวงประยงค์. (2561). บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาระดับวิสาหกิจชุมชนไทย. *วารสารพัฒนศาสตร์*, 1(1), 220-252.
- กัมพล เพ็ชรล้อมทองและคณะ. (2564). กระบวนการสร้างชุมชนเข้มแข็งอย่างยั่งยืนแบบพึ่งพาตน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(12), 354 - 368.
- เกษม แก้วสนั่น และเพ็ญศรี นิธิ์นง. (2564). การจัดการองค์กรไปสู่ความสำเร็จ. *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*, 6(4), 88-108.
- ทาริกา สระทองคำและคณะ. (2561). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 8(1), 239-250.
- ทิปดี ทัพพรรณ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2561). ปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11(1), 396-410.
- พัสกร อุ่นกาศ. (2565). ทักษะความเป็นผู้นำแห่งอนาคต. *Journal of Modern Learning Development*, 7(2), 455-466.
- ไมตรี อินทร์ริยะ. (2560).ทุนทางสังคม. *Social Capital*, 9(2), 14-25.
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์ และธีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ. (2561). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 10(1), 131-144.
- สุรริรักษ์ วงษ์ทิพย์. (2561). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์เพื่อดึงดูดผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 15(1), 21-36.
- หทัยชนก คะตะสมบุรณ์. (2563). การพัฒนาศักยภาพของชุมชนเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 8(2), 474-488.
- อาทิตย์ บุตดาตวง และสุพรรณิ ไชยอำพร. (2555). ความสามารถในการนำทุนทางสังคมออกมาใช้ของชุมชนบ้านบางไพร อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 17(1), 29-41.

Larraz-Rabanos, Natalia. (2021). *Development of Creative Thinking Skills in the Teaching-Learning Process*. Retrieved November 25, 2021. form <https://www.intechopen.com/chapters/76737>.