

การสังเคราะห์แนวคิดและกรอบวิจัยด้านอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ
นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนไทย
Intellectual Identity, Entrepreneurial Competency, Supply Chain Management
Innovation, and Economic Sustainability of Thai Community Enterprises: A
Synthesized Conceptual Research Framework

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์,^{1*} นิพนธ์ สุวรรณกฎ,¹ อาภาภรณ์ หาโสีะ¹ และอรรณัฐ อธิรญาวัฒน์²
Jakkrapan Kitinorarat,^{1*} Nipphon Suwannakut,¹ Apaporn Hasoh¹
and Orranarth Acherayawathana²

Received 27 January 2026, Revised 4 February 2026, Accepted 5 February 2026

ABSTRACT

This article aims to synthesize the literature and propose an integrative conceptual framework explaining the structural relationships among intellectual identity, entrepreneurial competency, supply chain management innovation, value creation, and the economic sustainability of Thai community enterprises. Based on a narrative conceptual review of academic databases between 2017 and 2026, the study analyzes theoretical and empirical works on intangible assets, entrepreneurial capabilities, innovative supply chain management, and sustainable performance in the context of community enterprises. The framework adopts the Resource-Based View to position intellectual identity as a strategic resource, the Dynamic Capabilities Theory to conceptualize entrepreneurial competency as a resource-transforming mechanism, and stakeholder-oriented value creation theories to explain how value is co-created with multiple stakeholders and translated into economic sustainability outcomes. The findings highlight value creation as a mediating mechanism that links the three input factors intellectual identity, entrepreneurial competency, and supply chain management innovation to the economic sustainability of Thai community enterprises, rather than assuming a simple direct effect. The framework contributes to organizing fragmented knowledge on community enterprise development, clarifies the role of value creation as a linking mechanism between intangible resources and sustainable economic outcomes, and provides a theoretical foundation for developing structural equation models in future empirical research.

Keywords: intellectual identity, entrepreneurial competency, supply chain management innovation, value creation, economic sustainability, community enterprise

^{1*} หลักสูตรเศรษฐศาสตร์ธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน จ.กรุงเทพฯ 10220

Digital Business Economics Program, Phranakhon Rajabhat University Anusawari, Bang Khen, Bangkok 10220, Thailand.

² นักวิชาการอิสระ

Independent Academic

* Corresponding author: Tel.06-1636-5416, E-mail address: jakkrapan@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์วรรณกรรมและนำเสนอกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนไทย การทบทวนวรรณกรรมเชิงบรรยายเชิงแนวคิดจากฐานข้อมูลวิชาการระหว่างปี พ.ศ. 2560–2569 วิเคราะห์งานเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ไม่มีตัวตน สมรรถนะเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน และผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนในบริบทวิสาหกิจชุมชน กรอบแนวคิดที่นำเสนอใช้อธิบายว่าอัตลักษณ์ทางปัญญาเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ความสามารถเชิงผู้ประกอบการเป็นกลไกการแปลงทรัพยากรตามทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต และนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นช่องทางส่งมอบคุณค่าอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการสังเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านที่เชื่อมโยงปัจจัยนำเข้าทั้งสามกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน มากกว่าที่จะเป็นเพียงความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง กรอบแนวคิดนี้ช่วยจัดระบบองค์ความรู้ที่กระจัดกระจายและเป็นฐานสำหรับการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างในการวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต

คำสำคัญ: อัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชน

บทนำ

วิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ภูมิภาคของประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 วิสาหกิจชุมชนหมายถึงกิจการของชุมชนที่ดำเนินการโดยกลุ่มบุคคลในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสร้างรายได้และพึ่งพาตนเองบนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น ข้อมูล ณ วันที่ 30 มิถุนายน 2568 ระบุว่ามีวิสาหกิจชุมชนที่จดทะเบียนกับกรมส่งเสริมการเกษตรจำนวน 68,916 แห่ง มีสมาชิกรวม 1,231,257 ราย และมีเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน 576 เครือข่ายทั่วประเทศ (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร, ม.ป.ป.) ในด้านโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) รายงานของกรมการพัฒนาชุมชนระบุว่าในปี 2566 ประเทศไทยมีผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 99,336 กลุ่ม/ราย และมีผลิตภัณฑ์ที่ลงทะเบียนทั้งสิ้น 225,986 ผลิตภัณฑ์ ครอบคลุมหมวดอาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย ของใช้ของที่ระลึก และสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (Community Development Department, 2023)

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมด้านความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของธุรกิจขนาดเล็กวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP ยังสะท้อนความเปราะบางอย่างมีนัยสำคัญ รายงานของ ttb analytics ชี้ว่า SME รายเล็กที่มีรายได้ต่ำกว่า 30 ล้านบาทต่อปีมีกำไรจากการดำเนินธุรกิจเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.15 ของรายได้ มีต้นทุนในการขายและบริหารสูงถึงร้อยละ 25.3 ของรายได้ และต้องสำรองเงินทุนหมุนเวียนเฉลี่ยเทียบเท่ายอดขายถึง 169 วัน (ttb analytics, 2024) กล่าวโดยสรุป แม้วิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการ OTOP จะมีจำนวนมาก แต่สัดส่วนที่สามารถรักษาการดำเนินงานและเติบโตอย่างยั่งยืนยังไม่สูงนัก สะท้อนถึงความท้าทายด้านความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจในระยะยาว

ในกรณีของโครงการ OTOP แม้จะช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดและสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น แต่ก็มีข้อจำกัดที่ถูกกล่าวถึงอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ การพึ่งพาโครงการภาครัฐในลักษณะระยะสั้น การขาดการพัฒนาวัตกรรมการผลิตอย่างต่อเนื่อง และการขาด “อัตลักษณ์ที่ชัดเจน” ที่สะท้อนทุนทางวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นอย่างแท้จริง (Natsuda, Igusa, Wiboonpongse, & Thoburn, 2012; Community Development Department, 2023) ผลคือกลุ่มผู้ผลิตจำนวนมากไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเรื่องราว ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชุมชนได้เต็มศักยภาพ และมีความเสี่ยงที่จะกลายเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตในห่วงโซ่มูลค่าที่ควบคุมโดยผู้เล่นรายใหญ่ มากกว่าจะเป็นผู้สร้างคุณค่าที่มีอำนาจต่อรองในตลาดของตนเอง

ความท้าทายดังกล่าวสะท้อนว่าการผลักดันให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตอย่างยั่งยืนไม่อาจอาศัยการสนับสนุนด้านเงินทุนหรือมาตรการลดต้นทุนเพียงอย่างเดียว หากแต่ต้องอาศัยการพัฒนา “สินทรัพย์ไม่มีตัวตน” (intangible assets) และ “ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ” (entrepreneurial competency) อย่างบูรณาการ สินทรัพย์การเชิงนามธรรมที่สำคัญประกอบด้วยทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางปัญญา และทุนทางสังคม ขณะที่ความสามารถเชิงผู้ประกอบการครอบคลุมทักษะด้านการมองเห็นและฉวยโอกาส การบริหารจัดการทรัพยากร การสร้างนวัตกรรม และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ซึ่งล้วนเป็นกลไกสำคัญในการแปลงทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กลายเป็นคุณค่าที่ตอบโจทย์ตลาดร่วมสมัย (Akintayo, 2024; Mokbel Al Koliby, Abdullah, & Mohd Suki, 2022; Poowadin, Ekkaphol, Thongchan, Chayprapak, & Kunakornpaiboonsiri, 2024)

ในเชิงทฤษฎี บทความนี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดหลักสามประการ ประการแรก ทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร (Resource-Based View: RBV) ซึ่งชี้ว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนเกิดจากทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก เลียนแบบได้ยาก และไม่สามารถทดแทนได้ โดยในบริบทวิสาหกิจชุมชน ทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความรู้ที่สั่งสมในตัวบุคคล ระบบและกระบวนการในองค์กร และความสัมพันธ์กับเครือข่ายภายนอกสามารถถูกยกระดับให้กลายเป็น “อัตลักษณ์ทางปัญญา” (intellectual identity) ที่เป็นฐานรากของความแตกต่างเชิงกลยุทธ์ (Poowadin *et al.*, 2024; Somwethee, Aujirapongpan, & Ru-Zhue, 2025) ประการที่สอง ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต (Dynamic Capabilities Theory) เน้นบทบาทของความสามารถเชิงผู้ประกอบการในการรับรู้โอกาส ฉวยโอกาส และปรับเปลี่ยนทรัพยากรและรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะความสามารถในการผสานทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยีและช่องทางตลาดใหม่ (Teece, 2007; Mokbel Al Koliby, Abdullah, & Mohd Suki, 2022) ประการที่สาม แนวคิดการสร้างคุณค่าและการสร้างคุณค่าร่วมจากมุมมองทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและ Service-Dominant Logic ซึ่งมองว่าคุณค่าไม่ได้ถูกสร้างโดยผู้ผลิตฝ่ายเดียว หากแต่เกิดจากกระบวนการร่วมสร้างคุณค่าระหว่างผู้ประกอบการ สมาชิกชุมชน ลูกค้า หน่วยงานรัฐ และภาคีเครือข่าย ผ่านประสบการณ์ เรื่องเล่า และการมีปฏิสัมพันธ์ที่ตอบสนองทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม (Vargo & Lusch, 2004; Freudenreich, Lüdeke-Freund, & Schaltegger, 2020)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยจำนวนมากเน้นศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญากับผลการดำเนินงาน ความสามารถเชิงผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจ หรือแนวปฏิบัติด้านห่วงโซ่อุปทานกับประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจในมิติแยกส่วน (Poowadin *et al.*, 2024; Akintayo, 2024; Aladaileh, Aladayleh, Alhawamdeh, & Al-Hawary, 2024) แม้งานเหล่านี้มีคุณูปการต่อความเข้าใจในแต่ละด้าน แต่อย่างไรก็ตาม ยังขาดงานสังเคราะห์เชิงแนวคิดที่บูรณาการอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกันในกรอบเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยังขาดการอธิบายอย่างชัดเจนถึงบทบาทของ “การสร้างคุณค่า” (value creation) ในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างทรัพยากรและสมรรถนะเชิงนามธรรมเหล่านี้กับ “ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ” (economic sustainability) ของวิสาหกิจชุมชนไทย (Amit & Zott, 2001; Freudenreich *et al.*, 2020; Somwethee *et al.*, 2025; Zioto, Bak, & Spoz, 2023) ช่องว่างดังกล่าวเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการพัฒนาแนวคิดเชิงบูรณาการในบทความฉบับนี้

ดังนั้น บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์สองประการ ได้แก่ (1) สังเคราะห์วรรณกรรมเกี่ยวกับแนวคิดหลักด้านอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนไทย และ (2) นำเสนอกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่อธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรเหล่านี้ โดยกำหนดให้ “การสร้างคุณค่า” ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างปัจจัยนำเข้า ได้แก่ อัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน กับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน (Somwethee *et al.*, 2025; Ruanggoon, Tongkachok, Kaewnaknaew, & Phonwichai, 2024)

วิธีการสังเคราะห์วรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในบทความนี้เป็นการทบทวนเชิงบรรยายเชิงแนวคิด (narrative conceptual review) ซึ่งเหมาะสำหรับการสังเคราะห์องค์ความรู้จากหลายสาขาเพื่อนำไปสู่การพัฒนารอบแนวคิดเชิงทฤษฎีแบบบูรณาการ (Ferrari, 2015; Zioto *et al.*, 2023) ผู้เขียนดำเนินการค้นหาเอกสารจากฐานข้อมูลวิชาการหลัก ได้แก่ Google Scholar, Scopus, Web of Science และ ScienceDirect โดยใช้คำสำคัญทั้งภาษาไทยและอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับทุนทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และวิสาหกิจชุมชน

ขั้นตอนการสังเคราะห์แบ่งออกเป็นสามขั้นตอนหลัก ขั้นตอนแรก เป็นการทบทวนแนวคิดและนิยามของตัวแปรหลักทั้งห้าด้านจากวารสารวิชาการ หนังสือ และรายงานวิจัย เพื่อสกัดองค์ประกอบสำคัญและจุดร่วมของนิยามในแต่ละแนวคิด (Poowadin *et al.*, 2024; Freudenreich *et al.*, 2020; Zioto *et al.*, 2023) ขั้นตอนที่สอง เป็นการวิเคราะห์หลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างทุนทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และผลการดำเนินงานหรือความยั่งยืนขององค์กร โดยให้ความสำคัญกับงานที่ศึกษาในบริบทวิสาหกิจชุมชนหรือธุรกิจในประเทศกำลังพัฒนา (Somwethee *et al.*, 2025; Ruanggoon *et al.*, 2024; Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022; Aladaileh *et al.*, 2024) ขั้นตอนที่สาม เป็นการสังเคราะห์ผลการทบทวนเชิงแนวคิดและหลักฐานเชิงประจักษ์เพื่อพัฒนารอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่อธิบายบทบาทของการสร้างคุณค่าในฐานะตัวแปรส่งผ่านระหว่างปัจจัยนำเข้ากับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

อัตลักษณ์ทางปัญญา (Intellectual Identity)

อัตลักษณ์ทางปัญญา (intellectual identity) ในบทความนี้พัฒนามาจากแนวคิดทุนทางปัญญา (intellectual capital) แต่ขยายจากการมอง “สินทรัพย์ไม่มีตัวตน” ไปสู่การเน้น “ตัวตนทางปัญญา” ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของแต่ละชุมชนมากกว่าการมองในเชิงปริมาณของสินทรัพย์ที่ไม่มีตัวตนเพียงอย่างเดียว แนวคิดนี้ครอบคลุมองค์ประกอบด้านความรู้ ทักษะ ระบบ กระบวนการ เครือข่าย และทุนทางวัฒนธรรมที่หลอมรวมเป็นชุดของคุณค่าที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนหนึ่งแตกต่างจากอีกวิสาหกิจหนึ่ง (Poowadin *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025) เมื่อพิจารณาจากมุมมอง RBV อัตลักษณ์ทางปัญญาจึงถูกมองว่าเป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่า หายาก เลียนแบบได้ยาก และไม่สามารถทดแทนได้

จากการสังเคราะห์วรรณกรรม ทุนทางปัญญามักแบ่งออกเป็นสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง และทุนความสัมพันธ์ (Poowadin *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025) ในบริบทวิสาหกิจชุมชนไทย บทความนี้เสนอให้นำทุนทางวัฒนธรรมและเรื่องเล่าที่สะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนเข้ามาพิจารณาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม ดังนั้น อัตลักษณ์ทางปัญญาของวิสาหกิจชุมชนสามารถจัดองค์ประกอบได้อย่างน้อย 4 ด้าน ได้แก่ (1) ทุนมนุษย์ ที่สะท้อนความรู้ ทักษะ และภูมิปัญญาท้องถิ่นของสมาชิก (2) ทุนโครงสร้าง ที่สะท้อนระบบ กระบวนการ และมาตรฐานการผลิตที่พัฒนาขึ้นในชุมชน (3) ทุนความสัมพันธ์ ที่เกิดจากเครือข่ายกับลูกค้า คู่ค้า หน่วยงานรัฐ และภาคีต่าง ๆ และ (4) ทุนทางวัฒนธรรมและเรื่องเล่า ที่สะท้อนประวัติศาสตร์ ประเพณี ความเชื่อ และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน (Poowadin *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025)

องค์ประกอบทั้งสี่ด้านนี้ร่วมกันกำหนด “ตัวตนทางปัญญา” ของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสามารถนำไปใช้สร้างความแตกต่างในตลาด เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชน การใช้วัตถุดิบเฉพาะถิ่นที่มีความหมายเชิงวัฒนธรรม หรือการจัดประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงชุมชนที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์กับวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ ในเชิงทฤษฎี อัตลักษณ์ทางปัญญาจึงทำหน้าที่เป็นฐานทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่รองรับการสร้างคุณค่าและความได้เปรียบทางการแข่งขันของวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว (Poowadin *et al.*, 2024; Zioto *et al.*, 2023)

ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ (Entrepreneurial Competency)

ความสามารถเชิงผู้ประกอบการเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงทรัพยากรเชิงนามธรรมกับผลลัพธ์ทางธุรกิจที่จับต้องได้ในมุมมองของทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต ความสามารถเชิงผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นกลไกการแปลงทรัพยากร โดยช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้และฉวยโอกาส และปรับเปลี่ยนทรัพยากรและรูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Teece, 2007; Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022) งานวิจัยเชิงประจักษ์ยืนยันว่าความสามารถเชิงผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานและความยั่งยืนของธุรกิจ ทั้งในบริบท SME ทั่วไปและวิสาหกิจชุมชน (Akintayo, 2024; Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022; Ruanggoon *et al.*, 2024)

ในบริบทวิสาหกิจชุมชนไทย ความสามารถเชิงผู้ประกอบการสามารถมองได้ว่าเป็นชุดสมรรถนะที่ประกอบด้วยหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน เช่น ความสามารถในการแสวงหาและประเมินโอกาสทางธุรกิจ ความสามารถด้านการจัดการทรัพยากรบุคคล การเงิน และวัตถุดิบ ความสามารถด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ความสามารถด้านการตลาด และการสร้างแบรนด์ และความสามารถในการสร้างและบริหารเครือข่ายความร่วมมือ (Akintayo, 2024; Ruanggoon *et al.*, 2024) Ruanggoon *et al.* (2024) พบว่าความสามารถเชิงผู้ประกอบการและการบูรณาการภายในองค์กรมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน และมีนัยสำคัญต่อการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้านงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ

บทบาทสำคัญประการหนึ่งของความสามารถเชิงผู้ประกอบการคือการทำหน้าที่เป็น “ตัวกลาง” ระหว่างอัตลักษณ์ทางปัญญากับการสร้างคุณค่า วิสาหกิจชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า แต่ขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การเล่าเรื่อง การสร้างแบรนด์ และการใช้ประโยชน์จากช่องทางตลาดใหม่ ๆ อาจไม่สามารถแปลงทุนดังกล่าวให้กลายเป็นผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจได้อย่างเต็มศักยภาพ ในทางกลับกัน เมื่อผู้ประกอบการมีความสามารถเชิงผู้ประกอบการในระดับสูง ก็สามารถใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์ทางปัญญาได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในการสร้างคุณค่าและขยายตลาด (Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022; Somwethee *et al.*, 2025)

นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Innovative Supply Chain Management)

นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงทรัพยากรและสมรรถนะภายในองค์กรกับตลาดภายนอก โดยครอบคลุมตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ การผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง ไปจนถึงการจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับและการบริการหลังการขาย ในบริบทเศรษฐกิจยุคดิจิทัลและเศรษฐกิจหมุนเวียน องค์กรธุรกิจ วิสาหกิจชุมชน ถูกคาดหวังให้สามารถบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในลักษณะที่มีความยืดหยุ่น รวดเร็ว โปร่งใส และคำนึงถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมไปพร้อมกัน

Aladaileh *et al.* (2024) พบว่าการบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล แนวทางการจัดการสีเขียว และแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนในห่วงโซ่อุปทานช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุน เพิ่มความโปร่งใส และบริหารจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมและกฎระเบียบได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ในทำนองเดียวกัน Quintana, Rivo-López, & Villanueva-Villar (2024) เน้นย้ำบทบาทของโลจิสติกส์ย้อนกลับในฐานะองค์ประกอบสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและเศรษฐกิจหมุนเวียน

สำหรับวิสาหกิจชุมชนไทย นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานอาจปรากฏในรูปแบบที่สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของชุมชน เช่น การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลท้องถิ่นในการเชื่อมโยงคำสั่งซื้อกับกลุ่มผลิต การรวบรวมข้อมูลการผลิตและสต็อกสินค้าผ่านระบบออนไลน์ การใช้ระบบติดตามย้อนกลับ (traceability) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านคุณภาพและแหล่งที่มาของวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ การจัดการการผลิตรวมและการขนส่งร่วมกันระหว่างหลายกลุ่มในชุมชนเพื่อลดต้นทุนต่อหน่วย และการออกแบบช่องทางโลจิสติกส์ย้อนกลับเพื่อรับคืนบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือรีไซเคิลได้ (MIT Center for Transportation & Logistics, 2022; Aladaileh *et al.*, 2024; Quintana *et al.*, 2024) ตัวอย่างเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในภาพกว้างเท่านั้น หากแต่รวมถึงการออกแบบกระบวนการ รูปแบบความร่วมมือ และโครงสร้างเครือข่ายที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชนโดยเฉพาะ

การสร้างคุณค่า (Value Creation)

การสร้างคุณค่าเป็นกลไกกลางที่เชื่อมโยงทรัพยากรและสมรรถนะของวิสาหกิจชุมชนเข้ากับผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน ในมุมมองของทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและโมเดลธุรกิจ แนวคิดการสร้างคุณค่าชี้ว่าคุณค่าไม่ได้ถูกสร้างเพื่อองค์กรฝ่ายเดียว แต่ต้องสร้างคุณค่าร่วมให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ทั้งลูกค้า พนักงาน ผู้ถือหุ้น ชุมชน และสิ่งแวดล้อม (Freudenreich *et al.*, 2020; Zioto *et al.*, 2023) สำหรับวิสาหกิจชุมชน การสร้างคุณค่ามักรวมทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจ (รายได้ กำไร ความสามารถในการลงทุน) และคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม (การสืบทอดภูมิปัญญา ความภาคภูมิใจในชุมชน ความเข้มแข็งของทุนทางสังคม) (Ruanggoon *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025)

แนวคิดร่วมสมัยเน้นว่า การสร้างคุณค่าที่แท้จริงมักเกิดขึ้นในลักษณะ “การสร้างคุณค่าร่วม” (value co-creation) มากกว่าการสร้างโดยองค์กรฝ่ายเดียว ในบริบทวิสาหกิจชุมชน การสร้างคุณค่าร่วมหมายถึงกระบวนการที่ผู้ประกอบการ สมาชิกชุมชน ลูกค้า หน่วยงานรัฐ และภาคีอื่น ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในบทบาทที่แตกต่างกัน ทั้งในฐานะผู้ให้ข้อมูลภูมิปัญญา ผู้ร่วมออกแบบผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ ผู้ร่วมลงทุนทรัพยากร และผู้สนับสนุนตลาด (Ruanggoon *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025) การมีส่วนร่วมดังกล่าวทำให้การสร้างคุณค่ามีลักษณะเป็นความสัมพันธ์แบบต่างตอบแทนที่ผสมผสานทั้งคุณค่าทางเศรษฐกิจกับคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม (Freudenreich *et al.*, 2020; Zioto *et al.*, 2023)

ในกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการของบทความนี้ การสร้างคุณค่าถูกกำหนดให้ทำหน้าที่เป็น “ตัวแปรส่งผ่าน” ที่แปลงทรัพยากรและสมรรถนะเชิงนามธรรม (อัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทาน) ให้กลายเป็นผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชน (Amit & Zott, 2001; Somwethee *et al.*, 2025) กล่าวคือ ทรัพยากรและสมรรถนะจะส่งผลต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจก็ต่อเมื่อถูกแปลงเป็นคุณค่าที่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้และยินดีสนับสนุน

ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Economic Sustainability)

ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายปลายทางของกรอบแนวคิดที่นำเสนอ โดยเชื่อมโยงกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 1 ว่าด้วยการขจัดความยากจน เป้าหมายที่ 8 ว่าด้วยงานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และเป้าหมายที่ 12 ว่าด้วยการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (United Nations, 2015; Zioto *et al.*, 2023) แนวคิดนี้มุ่งอธิบายว่าธุรกิจสามารถรักษาและเพิ่มขีดความสามารถในการสร้างรายได้ ลดต้นทุน บริหารความเสี่ยง และลงทุนเพื่ออนาคตได้อย่างไร โดยไม่ขัดต่อเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อม

ในบริบทวิสาหกิจชุมชนไทย Ruanggoon *et al.* (2024) และ Somwethee *et al.* (2025) พบว่าการเสริมสร้างความสามารถเชิงผู้ประกอบการ ทุนทางปัญญา และการสร้างคุณค่าร่วมในงานวิจัยของตนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน ทั้งในมิติของผลลัพธ์ทางธุรกิจและผลกระทบต่อชุมชน เพื่อรองรับการวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนอาจวัดได้ผ่านหลายมิติ เช่น (1) ความสามารถในการสร้างรายได้และกำไรอย่างต่อเนื่อง (2) เสถียรภาพทางการเงินและความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนและกระแสเงินสด (3) ความสามารถในการลงทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจในระยะยาว และ (4) ผลกระทบต่อการจ้างงานและรายได้ของสมาชิกในชุมชน (Zioto *et al.*, 2023; Ruanggoon *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025) มิติเหล่านี้สามารถพัฒนาเป็นตัวชี้วัดเชิงปริมาณที่สอดคล้องกับกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน

ความสัมพันธ์เชิงแนวคิดและกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการ

การทบทวนวรรณกรรมชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นปัจจัยนำเข้าที่เชื่อมโยงกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนผ่านกระบวนการสร้างคุณค่า อัตลักษณ์ทางปัญญาทำหน้าที่เป็นฐานทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่สะท้อนทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์ และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน (Poowadin *et al.*, 2024; Somwethee *et al.*, 2025) ความสามารถเชิงผู้ประกอบการเป็นกลไกการแปลงทรัพยากรที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถรับรู้และฉวยโอกาสจากอัตลักษณ์ทางปัญญา และปรับเปลี่ยนรูปแบบ

ธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง (Akintayo, 2024; Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022; Ruanggoon *et al.*, 2024) นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยส่งมอบคุณค่าที่สร้างขึ้นไปยังตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน (Aladaileh *et al.*, 2024)

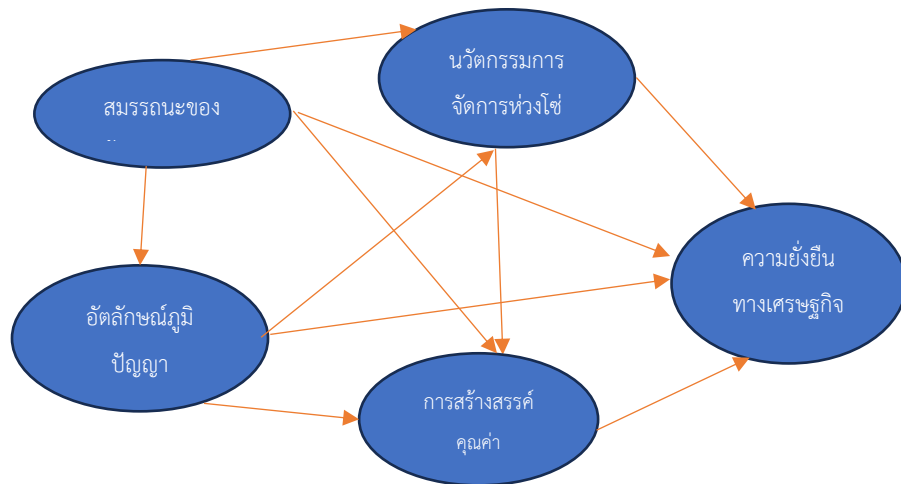
ภายใต้กรอบแนวคิดนี้ การสร้างคุณค่าทำหน้าที่เป็นตัวแปรส่งผ่านที่เชื่อมโยงทรัพยากรและสมรรถนะเชิงนามธรรมกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ทรัพยากรและสมรรถนะจะส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจก็ต่อเมื่อถูกแปลงเป็นคุณค่าที่ลูกค้าและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรับรู้และยินดีสนับสนุน (Amit & Zott, 2001; Freudenreich *et al.*, 2020; Somwethee *et al.*, 2025) นอกจากนี้ ยังมีความเป็นไปได้ว่าตัวแปรต้นทั้งสามมีความสัมพันธ์เชิงเสริมกันเอง เช่น อัตลักษณ์ทางปัญญาที่เข้มแข็งอาจสนับสนุนการพัฒนาความสามารถเชิงผู้ประกอบการ ขณะที่ความสามารถเชิงผู้ประกอบการที่สูงอาจเอื้อต่อการริเริ่มนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน (Mokbel Al Koliby *et al.*, 2022; Ruanggoon *et al.*, 2024)

กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่นำเสนอสามารถแสดงในรูปแผนภาพกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแสดงให้เห็นว่า (1) อัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน มีลูกศรชี้ไปยังการสร้างคุณค่า (2) การสร้างคุณค่ามีลูกศรชี้ไปยังความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และ (3) อาจมีลูกศรเชื่อมระหว่างตัวแปรต้นบางคู่ เพื่อเปิดโอกาสให้ตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเสริมในงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต

กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการ

กรอบแนวคิดที่นำเสนอในบทความนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนไทย โดยกำหนดให้อัตลักษณ์ทางปัญญาในฐานะชุดทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ตามทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากรเป็นจุดตั้งต้นของการสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขันผ่านทุนมนุษย์ ทุนโครงสร้าง ทุนความสัมพันธ์ และทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ส่วนความสามารถเชิงผู้ประกอบการและนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานถูกกำหนดให้เป็นสมรรถนะเชิงพลวัตที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการมองเห็นและฉวยโอกาส การออกแบบข้อเสนอคุณค่าที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน และการจัดระบบการผลิตและโลจิสติกส์ให้ตอบสนองต่อข้อจำกัดและโอกาสของตลาดและพื้นที่

ขณะเดียวกัน การสร้างคุณค่าถูกวางบทบาทเป็นตัวแปรส่งผ่านที่แปลงทรัพยากรและสมรรถนะให้กลายเป็นผลลัพธ์ด้านความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ทั้งในมิติรายได้ กำไร เสถียรภาพทางการเงิน ความสามารถในการลงทุนพัฒนาในระยะยาว และผลกระทบต่อการจ้างงานและรายได้ของสมาชิกในชุมชน โดยกรอบแนวคิดนี้เสนอให้ตรวจสอบทั้งอิทธิพลทางตรงจากอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานต่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ และอิทธิพลทางอ้อมผ่านการสร้างคุณค่า ตลอดจนเปิดโอกาสให้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงเสริมระหว่างตัวแปรต้นบางคู่ในงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอนาคต ดังแสดงในภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยของบทความนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

ที่มา: จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (2569)

บทสรุป

บทความวิชาการเชิงวรรณกรรมปริทัศน์ฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระบบองค์ความรู้และสังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงบูรณาการว่าด้วยบทบาทของอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ที่เชื่อมโยงกับการสร้างคุณค่าและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของวิสาหกิจชุมชนไทย โดยตั้งอยู่บนกรอบทฤษฎีมุมมองฐานทรัพยากร ทฤษฎีความสามารถเชิงพลวัต และแนวคิดการสร้างคุณค่าร่วมจากมุมมองผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่ออธิบายกลไกการเชื่อมโยงระหว่างทรัพยากรเชิงนามธรรม สมรรถนะเชิงพลวัต โครงสร้างห่วงโซ่อุปทาน และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจในลักษณะองค์รวม

ผลการสังเคราะห์วรรณกรรมทำให้เห็นภาพของ ระบบคุณค่า ของวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจน โดยอัตลักษณ์ทางปัญญา (intellectual identity) ซึ่งพัฒนามาจากแนวคิดทุนทางปัญญา (intellectual capital) ทำหน้าที่เป็นฐานรากของต้นทุนทางวัฒนธรรมและตัวตนของวิสาหกิจชุมชน ความสามารถเชิงผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงพลวัตที่แปลงทุนดังกล่าวให้กลายเป็นกลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบธุรกิจที่ตอบสนองต่อโอกาสและข้อจำกัดของตลาด ส่วน นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานทำหน้าที่เป็นโครงสร้างพื้นฐานในการบูรณาการกระบวนการผลิต การกระจายสินค้า และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งมอบคุณค่าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวาง “การสร้างคุณค่า” เป็นกลไกเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบทั้งสามกับความยั่งยืนทางเศรษฐกิจช่วยให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากร สมรรถนะ และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจในลักษณะระบบคุณค่าที่ผสานทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชนไทย

ในเชิงคุณูปการทางวิชาการ บทความนี้มีส่วนช่วยขยายกรอบแนวคิดทุนทางปัญญาโดยเสนอ “อัตลักษณ์ทางปัญญา” (intellectual identity) เป็นตัวแปรเชิงแนวคิดที่พัฒนามาจากแนวคิดทุนทางปัญญา (intellectual capital) โดยเน้นมิติของตัวตนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นมากกว่าการมองเพียงมูลค่าของสินทรัพย์ไม่มีตัวตน อีกทั้งจัดระเบียบความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์ทางปัญญา ความสามารถเชิงผู้ประกอบการ นวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทาน การสร้างคุณค่า และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจเข้าไว้ในกรอบเดียวกัน ทำให้เห็นอย่างเป็นระบบว่าความยั่งยืนทางเศรษฐกิจไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง หากแต่เป็นผลลัพธ์ของการทำงานร่วมกันของทรัพยากรเชิงวัฒนธรรม สมรรถนะเชิงผู้ประกอบการ และนวัตกรรมห่วงโซ่อุปทานผ่านกลไกการสร้างคุณค่า

แม้บทความนี้จะมีคุณูปการในการจัดระบบองค์ความรู้และเสนอกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการ แต่ก็มีข้อจำกัดสำคัญคือข้อสรุปที่นำเสนออาศัยการตีความและสังเคราะห์จากวรรณกรรมที่คัดเลือกมาเป็นหลัก จึงยังไม่สามารถยืนยันความสัมพันธ์เชิงสาเหตุได้อย่างมั่นใจโดยปราศจากการทดสอบเชิงประจักษ์เพิ่มเติมด้วยข้อมูลภาคสนามและแบบจำลอง

สมการโครงสร้าง นอกจากนี้ กรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมุ่งเน้นตัวแปรหลักห้าด้านเป็นสำคัญ จึงอาจยังไม่ครอบคลุมตัวแปรเชิงบริบทอื่น ๆ ที่อาจมีความสำคัญในวิสาหกิจชุมชนประเภทเฉพาะหรือพื้นที่เฉพาะ

ในเชิงข้อเสนอเชิงนโยบาย บทความนี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนควรดำเนินไปในลักษณะบูรณาการ โดยเชื่อมโยงการอนุรักษ์และพัฒนาอัตลักษณ์ทางปัญญา การเสริมสร้างความสามารถเชิงผู้ประกอบการ และการยกระดับนวัตกรรมจัดการห่วงโซ่อุปทานเข้าด้วยกัน แทนการมุ่งเน้นเพียงมาตรการด้านเงินทุนหรือการฝึกอบรมเฉพาะด้าน โปรแกรมการพัฒนาควรครอบคลุมการออกแบบคุณค่า (value proposition) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน การบริหารจัดการธุรกิจเชิงกลยุทธ์ การพัฒนาช่องทางการตลาด และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพห่วงโซ่อุปทาน พร้อมทั้งสร้างเวทีความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจชุมชน หน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาในการร่วมกันพัฒนานวัตกรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน

สำหรับข้อเสนอการวิจัยในอนาคตในเชิงข้อเสนอเชิงนโยบาย กรอบแนวคิดที่เสนอสามารถนำไปใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่อทดสอบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทต่าง ๆ ตลอดจนทดสอบบทบาทส่งผ่านของการสร้างคุณค่าอย่างเป็นระบบ การศึกษากรณีเชิงลึกทั้งในวิสาหกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในการสร้างคุณค่าเชิงวัฒนธรรมจะช่วยเติมเต็มความเข้าใจเชิงคุณภาพเกี่ยวกับกลไกภายในของระบบคุณค่าที่กรอบแนวคิดนี้เสนอ และเปิดโอกาสให้ปรับปรุงหรือขยายตัวแปรเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ ประเภทผลิตภัณฑ์ และตลาดเป้าหมายที่แตกต่างกัน รวมทั้งรองรับการพัฒนารอบทฤษฎีระดับกลางเกี่ยวกับความยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชนในบริบทเศรษฐกิจเกิดใหม่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กรมส่งเสริมการเกษตร. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน รายไตรมาส*. สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2568, จาก <https://sceb.doae.go.th/ข้อมูลการจดทะเบียนวิสาห/>
- Akintayo, A., Ibrahim, K., Oni, M., & Jamui, R. (2024). Entrepreneurial competencies as drivers of small and medium enterprises' performance in Osun state, Nigeria. *Kampala International University Interdisciplinary Journal of Humanities and Social Sciences*, 5(2), 94–110. <https://doi.org/10.59568/KIJHUS-2024-5-2-08>
- Aladaileh, M. J., Lahuerta-Otero, E., & Aladayleh, K. J. (2024). Mapping sustainable supply chain innovation: A comprehensive bibliometric analysis. *Heliyon*, 10(7), e29157. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29157>
- Amit, R., & Zott, C. (2001). Value creation in e-business. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 493–520.
- Ferrari, R. (2015). Writing narrative style literature reviews. *Medical Writing*, 24(4), 230–235.
- Freudenreich, B., Lüdeke-Freund, F., & Schaltegger, S. (2020). A stakeholder theory perspective on business models: Value creation for sustainability. *Journal of Business Ethics*, 166(1), 3–18.
- MIT Center for Transportation & Logistics. (2022). *State of supply chain sustainability 2022*. Massachusetts Institute of Technology.
- Mokbel Al Koliby, I. S., Abdullah, H. H., & Mohd Suki, N. (2022). Linking entrepreneurial competencies, innovation and sustainable performance of manufacturing SMEs. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 16(1), 21–40. <https://doi.org/10.1108/apjba-09-2021-0480>

- Natsuda, K., Igusa, K., Wiboonpongse, A., & Thoburn, J. (2012). One Village One Product – Rural development strategy in Asia: The case of OTOP in Thailand. *Canadian Journal of Development Studies*, 33(3), 369–385.
- Poowadin, P., Ekkaphol, S., Thongchan, S., Chayprapak, S., & Kunakornpaiboonsiri, K. (2024). The relationship between intellectual capital, firm performance, and sustainable growth in companies listed on the Thai Stock Exchange. *Journal of Accounting Profession*, 20(66), 103–120.
- Quintana, R. A., Donoso, M. R., Quintana, C. A., & Zambrano Farías, F. J. (2024). Barriers to Reverse Logistics and the Circular Economy in Supply Chain Arrangements: A Qualitative Study in Ecuador. *Revista Galega de Economía*, 33(2), 1–18. <https://doi.org/10.15304/rge.33.2.9228>
- Ruanggoon, J., Wisedsind, N., & Opasvitayarux, P. (2024). A Successful Model of Community Enterprise Entrepreneurship: Strengthening the Wang Doem Community in the New Normal of the Covid-19 Pandemic for Sustainable Development Goals. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e02871. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe02871>
- Somwethee, P., Ru-Zhue, J., Aujirapongpan, S., Chanthawong, A., & Usman, B. (2025). Developing social entrepreneurial capability in Thai community enterprises: The roles of intellectual capital, creating shared value, and organizational agility on sustainability. *Social Sciences and Humanities Open*, 11(1). 101269. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101269>
- Teece, D. J. (2007). Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance. *Strategic Management Journal*, 28(13), 1319–1350.
- ttb analytics. (2567). 3 ประเด็นสะท้อนความเปราะบางของ SMEs ไทย. ที่เอ็มบีธนาคาร. <https://www.ttbbank.com/th/newsroom/detail/ttba-thai-sme-2024>
- United Nations Development Programme. (2015, October 21). Transforming our world: The 2030 agenda for sustainable development. UNDP. <https://www.undp.org/kyrgyzstan/publications/transforming-our-world-2030-agenda-sustainable-development>
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17.
- Zioło, M., Bak, I., & Spoz, A. (2023). Theoretical framework of sustainable value creation by companies: What do we know so far? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(5), 2344–2361.