

โครงการพัฒนาแผนที่ทางวัฒนธรรม ของงานออกแบบโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน
เพื่อจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
สังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

The Project for Cultural Mapping Development of Metal Product Design for Local
Responsiveness in the Successful Creativity Index of Creative Economy to Strengthen
Creative Societies Stability.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมประสงค์ รุ่งเรือง
กลุ่มวิชาการออกแบบอุตสาหกรรม สาขาวิชาการออกแบบ
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

บทคัดย่อ

โครงการพัฒนาแผนที่ทางวัฒนธรรม ของงานออกแบบโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน เพื่อจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน มีวัตถุประสงค์ เพื่อกำหนดดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Successful Creativity Index) ของโลหะภัณฑ์ โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นสังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โลหะภัณฑ์ของชุมชนคงภูมิปัญญาท้องถิ่น (Endowment) ตามรากฐานความเป็นมาของชุมชน โดยพัฒนาเป็นฐานข้อมูลในเครือข่ายอินเทอร์เน็ตของโลหะภัณฑ์แสดงเป็นแผนที่ทางวัฒนธรรม วิธีการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงเหตุผล (Causal research) โดยเก็บข้อมูลจากวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตโลหะภัณฑ์ จำแนก 4 ประเภท ดังนี้ 1) เครื่องประดับ (ศิราภรณ์และถนิมพิมพาภรณ์) 2) เครื่องมือเพื่อการใช้งาน 3) ภาชนะบนโต๊ะอาหารและครัว 4) ของตกแต่งและอื่นๆ 313 ตัวอย่าง แบ่งเป็นพื้นที่ตามภูมิศาสตร์ กำหนดวิสาหกิจชุมชนเป้าหมาย และกลุ่มตัวอย่าง การพัฒนาและจัดทำเครือข่าย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผล และอภิปรายผลเพื่อแสดง ระดับดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (SCI) ประกอบข้อมูลระดับพหุมิติศาสตร์ ผลการวิจัยทางสถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (ข้อมูล) กับตัวแปรตาม (ข้อมูลช่วง) ใช้การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Analysis of Correlation) ด้วยวิธี Pearson Product Moment โดยวิธี Forward Stepwise พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตโลหะภัณฑ์มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สังคมสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์ความยั่งยืนของชุมชนนั้นๆ จากสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้แทนส่วนราชการ ผู้นำชุมชน และผู้รู้ในท้องถิ่น เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าปัจจัยที่เป็นระดับดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (SCI) ทั้งผลการศึกษาเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มีความสอดคล้องกัน สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามผลเป็น 5 ระดับดัชนีสู่ความยั่งยืน ดังนี้ ระดับดัชนีที่ 1 วิสาหกิจชุมชนที่ผลประกอบการมีกำไรในทางบัญชีจำนวน 53 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 2 วิสาหกิจมีความเข้มแข็งของชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ มีความสมดุลของวิสาหกิจชุมชนจำนวน 34 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 3 วิสาหกิจชุมชนมีความโปร่งใสเป็นธรรมาภิบาลจำนวน 78 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 4 วิสาหกิจชุมชนมีความปรองดองสมานฉันท์แนวทางปฏิบัติที่ดี รับผิดชอบสังคม และสิ่งแวดล้อมจำนวน 47 ตัวอย่างระดับดัชนีที่ 5 วิสาหกิจชุมชนนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ในภาคธุรกิจเกิดผลกำไรทางสังคมจำนวน 101 ตัวอย่าง จากผลการศึกษา สามารถอธิบายว่า วิสาหกิจโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน ที่เป็นชุมชนเข้มแข็ง และเป็นสังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนนั้นวิสาหกิจชุมชนต้องมีการนำเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ มีความรับผิดชอบต่อสังคม คงอยู่อย่างสมานฉันท์ ให้ความสำคัญต่อคุณค่า คู่แข่งการค้า ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม จนก่อให้เกิดกำไรทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Profit) ที่ส่งผลให้สังคมอยู่อย่างร่มเย็นเป็นสุขอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แผนที่ทางวัฒนธรรม การสร้างสรรคงานให้เกิดมูลค่า



Abstract

The project for cultural mapping development of metal product design for local responsiveness in the successful creativity index of creative economy to strengthen creative societies stability. Purpose. Indicators of success for the creative economy (SCI.) of metal products. The concept of sufficiency economy. To create a sustainable society. Metal products of the Endowment as the foundation of the community. By developing a database on the Internet for metal products is a cultural map . Learn how to Causal research were collected from the community that produced by four types of metal products. 1) The jewelry. 2) The tool to use. 3) Tableware and kitchen utensils. 4) The decorative item. On 313 samples of another geographical areas. The target community. And samples Development and networking. The qualitative and quantitative data collection. Data analysis process and discusses the results to show. The index is a successful creative economy (SCI) the information specified geographic coordinates. The results of statistical correlation between independent variables on the dependent variable for the analysis of linear Multiple Regression Analysis and Analysis of Correlation with the ways Pearson Product Moment. Forward Stepwise method that produces metal product community has created. Social work for the creative economy. Concordant Sustainability of that community. In-depth interviews. Government representatives, community leaders and local scholar. The qualitative data. Found that the index is a successful creative economy (SCI).The quantitative results of the study. And qualitative. Consistent. Can prioritize according to 5 levels . The level 1st is an index for community that results in a Business Profit of 53 samples. The level 2nd enterprises are a strong indicator of community, social and economic needs of the community of 34 samples. The level 3rd for community Enterprise is a good and transparent governance of the 78 samples. The level 4th the index is a harmonious community that practices reconciliation. Social responsibility and environmental samples were 47 samples .The 5th the index is the philosophy of Sufficiency Economy Community Enterprise application in the social sector, the profit of 101 samples. The results of the study. Able to explain. Metal product enterprise in the village. A strong community. The creation of sustainable social and community enterprises that require the application of sufficiency economy. With social responsibility. Their partners. Community, social and Competitive trading Environment. The realization of Economic Profit that results in a peaceful and sustainable society.

Keywords: Successful Creativity Index Cultural Mapping Value Creation

1. ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ภาวะเศรษฐกิจผันผวนทำให้กำลังซื้อ (Demand Side) ลดน้อยลง ส่งผลถึงอุตสาหกรรมการผลิต (Supply Side) ในประเทศลดลง ความต้องการของตลาด การกีดกันทางการค้าที่แอบแฝงในรูปของมาตรฐานการผลิตที่ไม่กระทบกับสภาวะแวดล้อมระหว่างประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการภายในประเทศ โดยเฉพาะพื้นฐานชุมชน คือ สินค้าในระดับหมู่บ้าน ต้องใช้เวลาในการปรับตัว ซึ่งเป็นผลมาจากต้นทุนการผลิต และโครงสร้างการผลิตที่ต้องใช้ต้นทุนที่สูงขึ้น ในสภาวะเศรษฐกิจไทยที่เป็นอุตสาหกรรมชุมชนหรือสินค้าในระดับหมู่บ้าน มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก และการพัฒนาอุตสาหกรรมเดิมมีข้อจำกัด ทำให้ต้องใช้เวลาในการปรับตัวต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในอนาคตที่กระทบต่อการพัฒนามากขึ้น การนำแนวความคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เข้ามาช่วยปรับโครงสร้างการผลิตของประเทศ เพื่อพัฒนาสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ คือ ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม สินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อนโดยมุ่งเน้นคุณค่า สร้างมูลค่าเพิ่ม จนสามารถเพิ่มขีดความสามารถของประเทศไทย (สมประสงค์, 2550) มูลค่าของการส่งออก

สินค้าสร้างสรรค์กว่า $4,323 \times 10^6$ \$ ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 17 ของโลก และมีส่วนแบ่งในตลาดโลกประมาณ ร้อยละ 1.3 (UNCTAD, 2545) มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP.) หรือประมาณร้อยละ 14-17 ของรายได้ประชาชาติ (สำนักบัญชีประชาชาติ สคช., 2550)

แนวคิดนี้สามารถทำให้ชุมชน สังคมสร้างสรรค์ (Creative Society) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) สู้ความยั่งยืน หรือ การประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยหาเครื่องมือในการจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จของสังคมสร้างสรรค์ (Successful Creativity Index : SCI) ซึ่งสามารถกำหนดได้ว่า เมื่อกลไกการเพิ่มมูลค่าของสินค้า (Value Creation) ของสินค้าชุมชนที่เป็นผลิตภัณฑ์โลหะ มาใช้เพื่อสร้างความมั่งคั่ง หรือผลกำไรในช่วงเวลาสั้นๆ เท่านั้น การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวทางพระราชดำริ หมายถึง ความพอประมาณ คือการพิจารณาผลตอบแทน(ผลกำไร) ด้วยความมีเหตุผลที่จะอธิบายความคุ้มค่าได้ และยังมีภูมิคุ้มกันได้ ความไม่แน่นอน และมีการสร้างแผนรองรับความเสี่ยง (Contingency Plan) ทั้งนี้ด้วยเงื่อนไขความรอบรู้ ความเพียร และความมีคุณธรรม การพัฒนางานออกแบบโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน เพื่อมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ โดยนำแนวคิดของสมดุลของชุมชน (Balanced Scorecard, BSC) โดยนำแนวคิด (กลยุทธ์) ไปสู่การปฏิบัติจริง มีการประเมินและวัดผล เพื่อให้เกิดผลสอดคล้องของทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการเงิน เพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่าย เพื่อให้ได้กำไร มากที่สุด 2) ด้านลูกค้า แรงส่วนแบ่งการตลาด รักษาลูกค้าเก่า เพิ่มลูกค้ารายใหม่ ด้วยราคาที่สามารถแข่งขันได้ มุ่งความพอใจของลูกค้าต่อสินค้าและบริการ 3) กระบวนการจัดการภายใน การผลิต การออกแบบ ที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ บริหารวัตถุดิบได้อย่างดี การจัดส่งรวดเร็ว 4) ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร เทคโนโลยีทันสมัย เพื่อพัฒนาทักษะของคนในชุมชน

การนำจุดเด่นของสมดุลของชุมชน (BSC) สะท้อนการนำแนวคิด (กลยุทธ์) จากบนลงล่าง และเน้นความสามารถในการแข่งขัน เพื่อการเติบโต (Growth) อีกทั้งเป็นการชี้วัดเพื่อประเมินความคืบหน้าและความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การทำงานอย่างโปร่งใสเป็นธรรมาภิบาล (Corporate Governance) ให้เกิดความเชื่อถือ มีภาพลักษณ์ที่ดี มีคนอยากคบค้า และร่วมดำเนินธุรกิจ ได้กรอบการทำธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยมีแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practice) ในกระบวนการทำธุรกิจที่ไม่เอาเปรียบหรือทำความเสียหายต่อลูกค้า คู่ค้า คู่แข่ง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม กรอบใหญ่สุดและเป็นวงนอกสุด จะถูกควบคุมโดยหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและมีความสมดุลเกิดขึ้น เมื่อจัดทำกระบวนการวิธีสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) จนได้รูปแบบของสินค้าโลหะภัณฑ์ของชุมชน แล้วนำมารวบรวม เพื่อจัดทำเป็นพิกัดทางภูมิศาสตร์ ประกอบด้วย ดัชนีสู่ความสำเร็จสังคมสร้างสรรค์ (Successful Creativity Index: SCI) เพื่อระบุประเภทของผลิตภัณฑ์โลหะ ความคู่กับดัชนีสู่ความยั่งยืนของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนางานออกแบบโลหะภัณฑ์ของสินค้าในระดับชุมชนนั้น เป็นการรวบรวมความสามารถในการผลิตสินค้า (Endowment) ของแต่ละชุมชนในเรื่องการผลิตสินค้าจากงานโลหะ และเป็นการจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนของสังคมสร้างสรรค์ โดยการให้ความรู้ควบคู่การติดตามผลมาช่วงระยะเวลาหนึ่ง ในการดำเนินงานตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยเจาะจงเฉพาะชุมชนที่มีการผลิตสินค้าโลหะ โดยจัดทำเป็นสื่อที่เป็นรูปธรรม ทั้งแผนที่ทางวัฒนธรรม (Culture Map) สื่อผสม (Multimedia) และฐานข้อมูล (Database) เพื่อให้เกิดเป็นชุมชนในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Communication Hub) เพื่อให้ชุมชน สังคมสร้างสรรค์อยู่ด้วยกันครองความผาสุกอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. กำหนดรายละเอียดของดัชนีสู่ความสำเร็จ (Successful Creativity Index : SCI) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน

2. เพื่อจัดทำงานโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้านเพื่อมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคม และเศรษฐกิจตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อให้สินค้าของชุมชนนั้นคงอยู่เป็นภูมิปัญญาของชุมชน (Endowment) โดยสอดคล้องกับรากฐานความเป็นมาของชุมชนนั้นๆ



3. โครงการวิจัยเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านทำการค้าขาย โดยสร้างความหลากหลายของงานออกแบบโลหะของสินค้า ทำให้เศรษฐกิจภาคครัวเรือนมีความมั่นคงมากขึ้น จนสามารถพัฒนาชุมชน สังคมสร้างสรรค์ ไปสู่การอยู่อย่างมีความผาสุก

4. เพื่อจัดทำชุมชนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (Communication Hub) เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนกรรมวิธีเฉพาะหรือความคิดเห็นในด้านการพัฒนาการออกแบบสินค้าโลหะ (Metal Design Forum)

5. เป็นโครงการวิจัยเพื่อการจัดทำและพัฒนาฐานข้อมูล (Web Based) ในด้านการพัฒนาการออกแบบสินค้าโลหะ ทั้งเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลของผลิตภัณฑ์โลหะและเป็นข้อมูลที่กำหนดทิศทางภูมิศาสตร์ เป็นแผนที่ทางวัฒนธรรม (Cultural Mapping) เพื่อช่วยในการสืบค้นผลิตภัณฑ์โลหะและประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์โลหะนั้นๆ ในประเทศไทย

3. นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

- เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์ (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Wisdom) และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation)

- แผนที่วัฒนธรรม (Cultural Mapping) หมายถึง การนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้กับงานวัฒนธรรม อาทิ เทคนิคการถ่ายภาพจากดาวเทียม เพื่อมาใช้ในการบอกพิกัดและสถานที่ตั้งของผลิตภัณฑ์โลหะในชุมชนนั้นๆ พร้อมกับรายละเอียดของดัชนีสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น หากต้องการทราบข้อมูลของประวัติศาสตร์ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์โลหะ หรือภาพถ่ายผลิตภัณฑ์โลหะรูปแบบดั้งเดิม พร้อมดัชนีสู่ความสำเร็จของสังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน สามารถค้นหาได้จากแผนที่ดังกล่าวได้ทันที ซึ่งอยู่ในเว็บไซต์ที่ถูกจัดตั้งขึ้น

- การพัฒนางานออกแบบโลหะของสินค้าในระดับชุมชน หมายถึง เป็นการนำแนวความคิด การจัดการยุคใหม่ ผสานกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์โลหะในชุมชน โดยนำมาจัดทำอย่างเป็นรูปธรรม บนพิกัดทางภูมิศาสตร์

- การเพิ่มมูลค่าสินค้า (Value Creation) เป็นการสร้างสรรค์งานให้เกิดมูลค่ามากขึ้น โดยมีผลต่อความรู้สึกในทางบวกกับชุมชนทั้งเรื่องเศรษฐกิจและผลงานที่เชิดหน้าชูตาของชุมชน

- ความสามารถในการผลิตสินค้าของชุมชน (Endowment) หมายถึง ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีลักษณะเฉพาะของแต่ละชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของการสร้างงานทางด้านศิลปะ

- หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy) หมายถึง ความพอประมาณ คือการพิจารณาผลตอบแทน (ผลกำไร) ด้วยความมีเหตุมีผล ที่จะอธิบายความคุ้มค่าได้ และยังมีภูมิคุ้มกัน ความไม่แน่นอน หรือ สร้างแผนรองรับความเสี่ยงทั้งนี้ด้วยเงื่อนไข ความรอบรู้ความเพียร และ ความมีคุณธรรม

- โลหะภัณฑ์ในชุมชน หมายถึง ผลิตภัณฑ์ ที่ส่วนประกอบจากโลหะเป็นหลัก โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ เครื่องประดับ (ศิราภรณ์ และถนิมพิมพาภรณ์) เครื่องมือเพื่อการใช้งาน ภาชนะบนโต๊ะอาหาร ของตกแต่งเพื่อความสวยงามต่างๆ

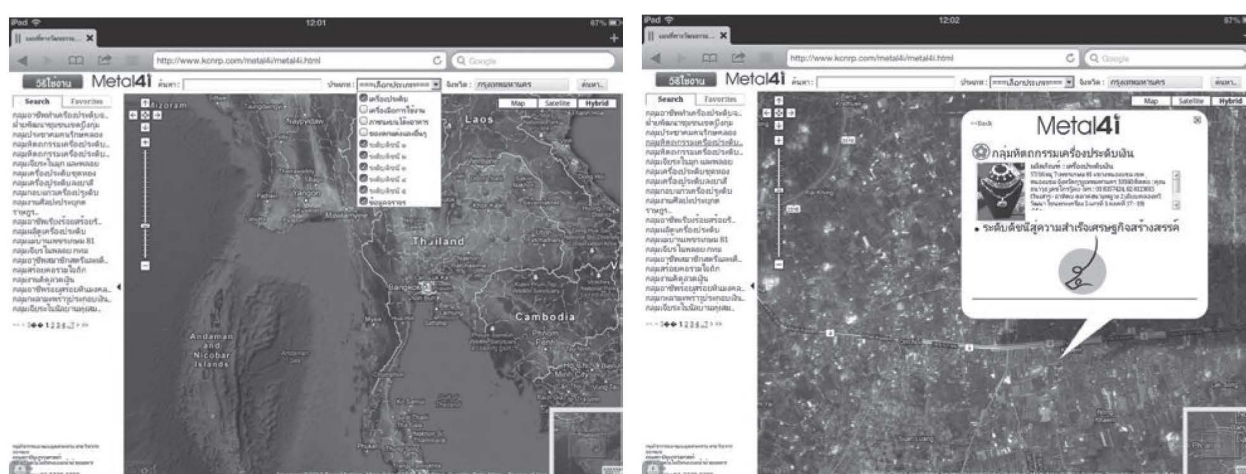
กรอบแนวความคิดในการวิจัย และวรรณกรรมสนับสนุนกรอบแนวคิด



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดสู่ความยั่งยืนของงานโลหะภัณฑ์
ที่มา: ดัชนีความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สกอ., 2554



รูปที่ 2 แสดงการนำเสนอแนวคิดโลหะภัณฑ์สู่ความยั่งยืนบนเว็บไซต์
ที่มา: บนเว็บไซต์ www.metal4i.com, 2557



รูปที่ 3 แสดงการนำเสนอในรูปแผนที่ทางวัฒนธรรม(Culture Map)
ที่มา: บนเว็บไซต์ www.metal4i.com, 2557

4. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

Hallen Ross (1987) การออกแบบเพื่อการดำรงอยู่อย่างยั่งยืน ต้องคำนึงถึง 3 องค์ประกอบ ดังนี้ เศรษฐกิจ (Economic) สังคม (Social) และเงื่อนไขทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) โดยต้องใช้วัตถุดิบและพลังงาน (Energy) อย่างคุ้มค่า

Masaro. (1995) ได้ทำการวิจัยเรื่องโปรแกรมมัลติมีเดีย วิชาธรณีวิทยาสำหรับการเรียนรู้ทางไกลของนักศึกษาที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์ โดยมีการออกแบบบทเรียนใหม่สำหรับนักศึกษากลุ่มนี้ ในบทเรียนออกแบบให้มีการใช้เครื่องมือทางวิทยาศาสตร์หลายอย่าง และใช้ทฤษฎีปัญญาคognitive) ที่เขียนโดยกลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาที่ไม่ใช่สาขาวิทยาศาสตร์ จำนวน 396 คน ในมหาวิทยาลัยอาร์ครอน (The University of Akron) โดยมีการตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นด้านปัญญา และพื้นฐานความรู้เดิมของนักศึกษาก่อนการทดลองการวิจัยตั้งสมมุติฐาน 14 ข้อ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบมีข้อสรุปดังนี้ 1) นักศึกษามีผลสำเร็จในการเรียนสูงขึ้น 2) มีการพัฒนาทางปัญญาดีขึ้น

Allan Afuah (2000) แนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า (Value Creation) โดยหาผลลัพธ์ระหว่างกระบวนการทำงาน (Process) ผสานกับความคิดสร้างสรรค์งานออกแบบ (Idea Design) ในช่วงเวลา (Time) ที่ต้องการ โดยชุมชน (People) เข้ามามีส่วนร่วม สามารถให้ความคิดสร้างสรรค์ (Idea) ที่นำมาสู่การปฏิบัติให้เกิดมูลค่า (Value)

John Howkins (2005) ทุกคนสามารถมีความคิดสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ต้องการอิสรภาพ อิสรภาพของความคิดสร้างสรรค์ต้องการตลาด

5. วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

- รวบรวมข้อมูลจากเอกสารอ้างอิงวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลจริงตามท้องถิ่น ที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์จากงานโลหะซึ่งเป็นภูมิปัญญาช่างพื้นบ้านของไทยระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการงานโลหะ ภัณฑ์ดังต่อไปนี้ รายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

	กลุ่มเป้าหมาย	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน)	ภาคตะวันตก	ภาคกลาง	ภาคตะวันออก	ภาคใต้	รวม
คุณภาพ	- ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง - ผู้นำชุมชน - ผู้รู้ในท้องถิ่น	8	8	5	8	3	5	37
ปริมาณ	- ประชาชน/วิสาหกิจชุมชนในพื้นที่	83	77	28	87	12	26	313
รวม								350

โครงการพัฒนาแผนที่ทางวัฒนธรรม ของงานออกแบบโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน เพื่อจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนโดยศึกษากลุ่มงานโลหะภัณฑ์ เก็บตัวอย่าง 350 ชุด จาก 6 พื้นที่ ดังต่อไปนี้

กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคเหนือ	- 91 ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	- 85 ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคตะวันตก	- 33 ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคกลาง	- 95 ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคตะวันออก	- 15 ตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่าง ชุมชนภาคใต้	- 31 ตัวอย่าง

- จัดทำดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (The Successful Creativity Index: SCI) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเกิดสังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและรายการตรวจสอบ (Check list) สร้างแบบสอบถาม เพื่อการสำรวจ
- สืบค้นและเก็บรวบรวมข้อมูล ตามพื้นที่เป้าหมาย
- รวบรวมข้อมูลมาจัดทำเป็นแผนที่ทางวัฒนธรรม (Culture Map) โดยระบุพิกัดทางภูมิศาสตร์พร้อมระดับดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (The Successful Creativity Index: SCI) เศรษฐกิจสร้างสรรค์
- วิเคราะห์และนำข้อมูลมาประเมินผล (Analysis and Evaluation)

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยของโครงการประกอบด้วย 2 ช่วงดังต่อไปนี้ผลการวิจัยจากข้อมูลเชิงปริมาณมาวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ (Analysis of Correlation) ด้วยวิธี Pearson Product Moment โดยวิธี Forward Stepwise พบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตโลหะภัณฑ์มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ สังคมสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความสัมพันธ์ ต่อความยั่งยืนของชุมชนโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ยกกำลังสอง (R^2) สมการสามารถอธิบายความสัมพันธ์ 87.2% สำหรับผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้แทนส่วนราชการ ผู้นำชุมชน และผู้รู้ในท้องถิ่น เป็นผลการวิจัยจากข้อมูลเชิงคุณภาพ พบว่าปัจจัยที่เป็นระดับดัชนีชี้วัดความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (SCI) ทั้งผลการศึกษาเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มีความสอดคล้องกันโดยนำมาประกอบกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 350 ตัวอย่าง สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามผลเป็น 5 ระดับดัชนีชี้วัดความยั่งยืนของ 313 วิสาหกิจชุมชน ดังนี้ ระดับดัชนีที่ 1 วิสาหกิจชุมชนที่ผลประกอบการมีกำไรในทางบัญชีจำนวน 53 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 2 วิสาหกิจมีความเข้มแข็งของชุมชน สังคม และเศรษฐกิจ มีความสมดุลของวิสาหกิจชุมชนจำนวน 34 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 3 วิสาหกิจชุมชนมีความโปร่งใสเป็นธรรมาภิบาลจำนวน 78 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 4 วิสาหกิจชุมชนมีความปรองดองสมานฉันท์แนวทางปฏิบัติที่ดี รับผิดชอบสังคม และสิ่งแวดล้อมจำนวน 47 ตัวอย่าง ระดับดัชนีที่ 5 วิสาหกิจชุมชนนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ในภาคธุรกิจเกิดผลกำไรทางสังคมจำนวน 101 ตัวอย่าง

7. การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่าวิสาหกิจชุมชนที่ผลิตโลหะภัณฑ์ที่ประกอบธุรกิจ โดยนำข้อมูลโครงการเศรษฐกิจพอเพียง หมู่บ้านร่มเย็นเป็นสุข กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2553) จับคู่กับข้อมูลวิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี พบว่ามีหลายชุมชนยังคงดำเนินธุรกิจจนถึงปัจจุบัน โดยใช้ระดับดัชนีชี้วัดความยั่งยืน (SCI) มาเพื่อแบ่งแยกวิสาหกิจได้ดังต่อไปนี้ ระดับดัชนีที่ 1 มีจำนวน 53 ตัวอย่าง คิดเป็น 17% ระดับดัชนีที่ 2 มีจำนวน 34 ตัวอย่าง คิดเป็น 11% ระดับดัชนีที่ 3 มีจำนวน 78 ตัวอย่าง คิดเป็น 25% ระดับดัชนีที่ 4 มีจำนวน 47 ตัวอย่าง คิดเป็น 15% และระดับดัชนีที่ 5 มีจำนวน 101 ตัวอย่าง คิดเป็น 32% เมื่อพิจารณาเป็นรายภูมิภาค พบว่า ระดับดัชนีที่ 5 ภาคกลางมีจำนวนสูงที่สุด คิดเป็น 15% ระดับดัชนีที่ 4 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนสูงที่สุด คิดเป็น 5% ระดับดัชนีที่ 3 ภาคเหนือ มีจำนวนสูงที่สุด คิดเป็น 10% ระดับดัชนีที่ 2 ภาคเหนือมีจำนวนสูงที่สุด คิดเป็น 4% และระดับดัชนีที่ 1 ภาคกลางมีจำนวนสูงที่สุด

คิดเป็น 6% จะพบว่า วิสาหกิจชุมชนที่ผลิตโลหะภัณฑ์มีแนวโน้มจะพัฒนาไปสู่สังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน แต่ยังมีกลุ่มวิสาหกิจในระดับดัชนีที่ 3 เป็นกลุ่มที่มีธรรมชาติ ยังต้องได้รับการพัฒนาให้เลื่อนระดับดัชนีไปที่ระดับ 4 เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังจากผลของข้อมูลที่ได้เก็บมา

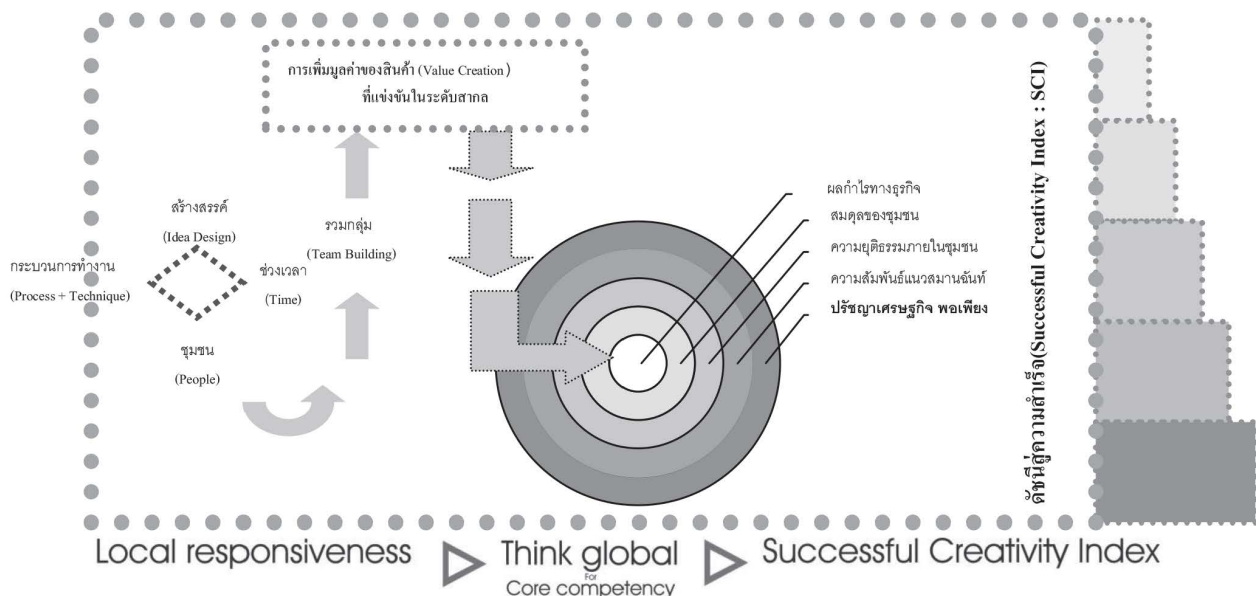
8. สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยอย่างต่อเนื่อง ดังเอกสารอ้างอิงในตอนท้าย

พ.ศ. 2547 ได้ศึกษารูปแบบความต้องการของชุมชนในระดับท้องถิ่น (Local Responsiveness)

พ.ศ. 2550 ได้ศึกษารูปแบบของงานโลหะภัณฑ์ที่นำไปสู่การแข่งขันในระดับสากล (Think Global for Core Competency)

พ.ศ. 2554 นั้นเป็นการแบ่งระดับดัชนีสู่ความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อความยั่งยืนของสังคมสร้างสรรค์ในงานโลหะภัณฑ์ (Successful Creativity Index)



รูปที่ 4 แสดงแนวคิดในการสร้างมูลค่าของโลหะภัณฑ์และการสร้างดัชนีความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่ความยั่งยืน
ที่มา สกอ. สมประสงค์, 2554

แนวคิดในการจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามรูปที่ 3 โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน เป็นการรวมเรื่องราว ทางวัฒนธรรมของประเทศ รูปแบบงานโลหะภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ชุมชนทำอาชีพผลิต ผลิตภัณฑ์โลหะจะไม่ละทิ้งอาชีพ เป็นต้นเหตุให้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Endowment) สูญหายไป ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่บรรพชน ได้มอบตกทอดสืบลูก ถึงหลาน ในอนาคตถึงจะมีการเปิดตลาดในลักษณะประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ประเทศยังคงมีเอกลักษณ์ ด้วยสังคมสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน ตลอดไป.

เอกสารอ้างอิง

- จิตนา สุนทรธรรม, วินิจ วีรยางกูร, จุฑา มณีสไพบูลย์, จงพิศ กนกโชติและสุทธมา ชำนาญเวช, (2531). รายงานผลการวิจัยการศึกษาปัญหาของธุรกิจขนาดย่อยและการประกอบการในภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- ไว จามรมาน (2543). ธุรกิจขนาดกลางย่อมที่ท้าทายโลกอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อังคณา สุริยกุล ณ อยุธยา (2547). วารสารอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- สมประสงค์ รุ่งเรือง (2547). โครงการศึกษารูปแบบความต้องการงานออกแบบโลหะ เพื่อตอบสนองชุมชนในระดับท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- สมประสงค์ รุ่งเรือง (2550). โครงการต้นแบบโลหะ เพื่อตอบสนองการพัฒนาสินค้าในระดับหมู่บ้านโดยมุ่งเน้นสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์โลหะ เพื่อการแข่งขันในระดับสากล. กรุงเทพฯ: สภาวิจัยแห่งชาติ.
- สมประสงค์ รุ่งเรือง (2554). โครงการพัฒนาแผนที่ทางวัฒนธรรม ของงานออกแบบโลหะภัณฑ์ในระดับหมู่บ้าน เพื่อจัดทำดัชนีสู่ความสำเร็จเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งสร้างความเข้มแข็งของชุมชน สังคมสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สกอ.
- สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ "ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงขัดต่อหลักการทางธุรกิจที่เน้นการหากำไรหรือไม่ <http://www.rdpb.go.th/rdpb/th/BRANDSITE/newsdetail.aspx?380>. 2007.
- Ross, H. (1987) **Just for Living: Aboriginal Perceptions of Housing in Northwest Australia**, Aboriginal Studies Press, Canberra. ACT.
- Massaro, David Anthon (1995). **A Multimedia Geology Program for Non-Science Majors with Distance Learning Capabilities**, Dissertation Abstracts international. 56 (05) : 1745-A, November, 1995.
- Allan Afuah (2000). **innovation Management: Strategies, implementation, and profits**. New York: Oxford University Press. Inc.
- Birkeland, Janis. (2002) **Design for Sustainability: a Sourcebook of Integrated Ecological Solutions**. UK. The Bath Press. Inc.
- Gerard H. Gaynor. (2002) **Innovation by design**. United States of America.
- Brigitte Borja de Mozota. (2003) **Design management**. Canada.
- John Howkins. (2005) **The Creative Economy: how people make money for ideas**. Penguin Group. England.