

บทที่ 1 บทนำ

1.1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่มีความสลับซับซ้อน มีการแข่งขันในทุกด้าน เช่น การแข่งขันการพัฒนาเทคโนโลยี การประกันคุณภาพ และการสร้างสรรค์ในด้านต่างๆ ทำให้เกิดปัจจัยเสี่ยงที่มนุษย์ต้องเผชิญ เช่น วิกฤติเศรษฐกิจ ต้นทุนพลังงาน และค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทำให้การบริหารจัดการในภาคธุรกิจต้องมีการเตรียมพร้อมและปรับตัวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้นภาคธุรกิจไทยในระดับต่างๆ ตั้งแต่วิสาหกิจขนาดย่อมจนถึงวิสาหกิจขนาดใหญ่จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน คือ มุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าหรือสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขัน โดยการขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ที่มีการใช้ทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ (Intangible assets) อย่างทรัพย์สินทางปัญญา ทักษะทางวัฒนธรรม สังคม ประวัติศาสตร์ และประเพณี

ตามแผนพัฒนาจากภาครัฐ ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ คือ เมียนมาร์ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จีนตอนใต้ ไทย เวียดนาม และกัมพูชา ซึ่งได้ริเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 ในการส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุน ระหว่างประเทศในกลุ่มมากขึ้นตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจสังคมแห่งชาติ เมื่อวันที่ 17 พฤศจิกายน 2546 กำหนดให้มีการพัฒนาเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ พัฒนาประตูเศรษฐกิจเพื่อเป็นช่องทางการค้าและการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สืบทอดประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนเป็นศูนย์กลางการศึกษา ค้นคว้า วิจัย รวบรวมวิทยาการด้านศิลปวัฒนธรรมระหว่างประเทศไทย กับ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

จากการแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 23-24 สิงหาคม 2554 นโยบายศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม โดยเน้นการส่งเสริมความร่วมมือ และเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับอารยประเทศ และประชาคมอาเซียน ร้อยเรียงเรื่องราวผ่านการสื่อสารรูปแบบใหม่ และเทคโนโลยีทันสมัย ผลิตรายการเรียนรู้ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ สื่อเคลื่อนไหว รวมทั้งเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารอันทันสมัย นำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยนำวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างผลิตภัณฑ์ และบริการด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดคุณค่าทางสังคม และนำมาซึ่งรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนให้ต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมวัฒนธรรม สร้างสรรค์อย่างครบวงจรที่สร้างรายได้เข้าประเทศ

แนวทางการเพิ่มศักยภาพให้กับภาคอุตสาหกรรมของประเทศในปัจจุบันตามนโยบายของรัฐบาล คือ การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์หรือภูมิปัญญาของไทยผสมผสานกับนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าที่มีมูลค่าที่สูงขึ้นและสอดคล้องกับรูปแบบ พฤติกรรม และความต้องการของตลาดโลกที่มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มตลาดระดับบน (High-End) ที่มีกำลังซื้อสูง รวมถึงเกิดกลุ่มผู้บริโภคที่มีความต้องการเฉพาะแบบ (Niche Market) ที่แตกต่าง

กันไปในแต่ละกลุ่ม การพัฒนาเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์และการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ยังถือได้ว่าเป็นเรื่องค่อนข้างใหม่ของไทย การกระตุ้นให้เกิดการประยุกต์ใช้เอกลักษณ์พื้นถิ่นมาผสมผสานตัวผลิตภัณฑ์ทั้งในอุตสาหกรรมการผลิตและภาคบริการในทุกภาคคงจะเป็นไปได้ยาก เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจำเป็นต้องใช้เวลาและทรัพยากรไม่ว่าจะเป็น ทุน เทคโนโลยี หรือบุคลากรจำนวนมาก แต่หากเลือกเอาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพและความพร้อมมาทำการพัฒนาเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่าง น่าจะเป็นการเริ่มต้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยแนวทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ได้ อย่างไรก็ตามการเลือกผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีความพร้อมและศักยภาพเพื่อพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ด้วย “เอกลักษณ์พื้นถิ่น” นั้นต้องอาศัยฐานข้อมูลที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประวัติศาสตร์รากฐานความเป็นมาของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่นของชุมชนบริเวณนั้นๆ จุดเด่นและคุณลักษณะพิเศษ รวมถึงศักยภาพของผลิตภัณฑ์นั้นๆซึ่งเป็นตัวชี้วัดถึงโอกาสของความสำเร็จในการพัฒนาตามแบบเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า เป็นหนึ่งในตัวอย่างสินค้าพื้นเมืองของไทยที่มีการผลิตในทุกพื้นที่ เป็นอาชีพที่ทำรายได้ให้กับชุมชนมายาวนาน หญิงไทยในอดีตล้วนมีทักษะฝีมือในการทอผ้า ในช่วงหลายปีที่ผ่านมามีผลิตภัณฑ์ผ้าได้มีการพัฒนามาโดยลำดับ วิสาหกิจชุมชนหลายแห่งที่ผลิตผ้าได้มีการพัฒนาสี พัฒนาลวดลายบนผืนผ้า และเทคนิคการทอโดยเรียนรู้และต่อยอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม บางวิสาหกิจได้พัฒนาเรียนรู้ด้วยตนเอง บางวิสาหกิจได้รับคำแนะนำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งวิธีการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ ศักดิ์ชาย สิกขะ (2554 : 1-2) ที่เคยกล่าวไว้ว่า ศิลปะการสร้างลวดลายบนผืนผ้าไม่มีกำหนดเป็นตำรา แต่ผู้ผลิตจะผูกลายวิจิตรสวยงามขึ้นตามจินตนาการที่ประสบ ผ่างด้วยศิลปวัฒนธรรมอันประณีต ละเอียดอ่อน จนก่อเกิดเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เชื้อชาติ มีการสืบทอดในครัวเรือนจากรุ่นสู่รุ่น ในอดีตลวดลายบนผืนผ้ากลายเป็นสิ่งบ่งบอกความนิยมเฉพาะถิ่น โดยใช้ความประณีต ละเอียดอ่อนของผ้าเป็นสิ่งบ่งบอกฐานะของผู้สวมใส่ จวบจนเวลาเปลี่ยนแปลงไป ผ้าทอมือพื้นบ้านเหล่านั้นกลับไม่ตอบสนองความต้องการของตลาด การพัฒนาลายผ้ากลายเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาด ซึ่งการออกแบบลวดลายใหม่ไม่ได้เป็นสิ่งที่ง่ายกับทุกคน ทั้งนี้ ต้องยอมรับความจริงว่า ช่างทอพื้นบ้านมีข้อจำกัดในการออกแบบลายใหม่ เนื่องจากช่างทอไม่มีพื้นฐานความรู้ด้านศิลปะและการออกแบบ ซึ่งในส่วนที่ช่างทอจะสามารถออกแบบลายผ้าได้เองนั้นมีน้อย ความจริงที่เกิดขึ้นจึงมักเป็นการลอกเลียนแบบลวดลายระหว่างชุมชน ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า จึงจำเป็นต้องอาศัยการให้คำแนะนำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญ และกระบวนการในการพัฒนาที่ถูกต้อง

ในสถานการณ์ปัจจุบันที่เกิดขึ้นต้องยอมรับความจริงว่า ผู้ประกอบการธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ประเภทผ้าและ ผลิตภัณฑ์จากผ้ามีจำนวนมากขึ้น และกระจุกกระจายทั่วไปในทุกชุมชน และยังมีปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจในการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ ในการผลิต การสร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าที่สนองต่อความต้องการทางการตลาดและความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็นหนึ่งในแนวทางที่จะทำให้เกิดการเชื่อมโยงสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การส่งเสริมและสนับสนุน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ ทั้งด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาด้านการตลาด

ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงมีความประสงค์ที่จะศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่มีศักยภาพในการพิจารณาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อมาทำการวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงทางธุรกิจด้านการผลิตและการค้า โดยวิธีการทดลองและพัฒนาในกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลมาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์มาดำเนินการวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการค้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่า และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในท้องถิ่น ๆ

1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) การศึกษาและสำรวจข้อมูล
- 2) การพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้
- 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 4) สรุปผล และจัดทำข้อเสนอแนะ

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยนำกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้มาจัดแบ่งเป็นขั้นตอนการดำเนินงาน โดยแบ่งวิธีดำเนินการออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและสำรวจข้อมูล โดยการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิของแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมจากการศึกษาเอกสารต่างๆประกอบด้วยเอกสารด้านศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ ที่สร้างคุณค่าและเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมองทั้งในภาพรวมของภูมิภาคและแยกย่อยลงไปยังท้องถิ่นในแต่ละจังหวัด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคัดกรองข้อมูลผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้า เพื่อให้ได้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์อย่างแท้จริง จากการศึกษาพบว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ด้วยความเป็นพื้นที่มีเขตชายแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ ประเทศกัมพูชา จึงก่อเกิดบริบทของการหลอมรวมวัฒนธรรมของท้องถิ่นประเทศเพื่อนบ้านผสมผสานกับภูมิประเทศและ

ประวัติศาสตร์ทำให้เกิดเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น โดยคณะวิจัยเห็นว่าแหล่งที่มาของภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมที่จะก่อให้เกิดสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมอยู่ 4 อย่าง คือ

- 1) ประวัติศาสตร์ของเมือง หรือท้องถิ่น
- 2) วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์
- 3) ตำนาน ความเชื่อ และเรื่องเล่าของท้องถิ่น
- 4) นิเวศน์วัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย ลักษณะภูมิประเทศ ที่ราบลุ่มแม่น้ำ ภูมิอากาศ วิถีชีวิต พืชพันธุ์ธัญญาหาร ที่ก่อให้เกิดเป็นวัตถุดิบต่างๆ ในการผลิต

ชีวิต พืชพันธุ์ธัญญาหาร ที่ก่อให้เกิดเป็นวัตถุดิบต่างๆ ในการผลิต

ขั้นตอนที่ 2 การพิจารณาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย ดังนี้

1) คัดกรองข้อมูล และกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาวิเคราะห์สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม โดยจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น การท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ร่วมอภิปรายและพิจารณาคัดเลือก โดยกำหนดเกณฑ์ทั้งในด้านแนวโน้มการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ในเชิงพาณิชย์และเกณฑ์ด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ความครบถ้วนตามเอกลักษณ์ดั้งเดิม การใช้วัสดุดั้งเดิม การใช้รูปร่างดั้งเดิม และการใช้เทคนิคช่างฝีมือดั้งเดิม

2) ขั้นตอนการตรวจสอบสถานะและรวบรวมข้อมูลวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้าที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานในการผลิต ขั้นตอนการลงพื้นที่เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลด้านสถานะของสินทรัพย์ ข้อมูลรายชื่อสินทรัพย์ที่ได้คัดเลือกแล้วนำมาแบ่งกลุ่มเพื่อสำรวจ โดยแบ่งตามจังหวัดต่างๆ เพื่อสำรวจและรวบรวมข้อมูลพร้อมถ่ายภาพสภาพปัจจุบันของการดำเนินธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการที่เกิดจากภูมิปัญญา ตลอดจนถึงการดำรงอยู่ของแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structure interview) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และผู้เชี่ยวชาญเรื่องสินทรัพย์นั้นๆ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ศักยภาพในมิติต่างๆ ได้แก่ มิติทางด้านวัฒนธรรม มิติทางสังคม และมิติทางด้านธุรกิจ และนำมาประมวลผล

3) ขั้นตอนการจัดทำเกณฑ์ในการประเมินศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้าที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานในการผลิต กำหนดเกณฑ์และจัดทำตารางการจัดอันดับ โดยพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

(1) มูลค่าเพิ่ม หมายถึง คุณค่าทางวัฒนธรรมของสินทรัพย์สามารถนำมาสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าได้ มีความทันสมัย เข้ากับกระแสนิยม

(2) ผลกระทบต่อชุมชนบริโภค หมายถึง ผู้บริโภคเข้าใจคุณค่าของสินทรัพย์และมีความต้องการที่จะบริโภค

(3) มีธุรกิจเชื่อมโยง หมายถึง มีการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมมาต่อยอดเป็นธุรกิจแล้ว และมีความเชื่อมโยงกับหน่วยผลิตอื่น

(4) ความมีชื่อเสียงของสินทรัพย์วัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ หมายความว่า สังคมผู้บริโภครู้จักสินทรัพย์ มีความแพร่หลายไปจากต้นกำเนิดออกไปในวงกว้าง

(5) ความเป็นเอกลักษณ์ คือ มีลักษณะเฉพาะตัว หรือเฉพาะถิ่น สามารถแยกแยะได้

(6) ความเสี่ยงต่อการลอกเลียนแบบ

(7) ความเป็นของแท้ หมายถึง สินทรัพย์นั้นต้องมีแหล่งกำเนิดในพื้นที่ภาคกลาง หรือในท้องถิ่นที่สำรวจ

(8) ความสมบูรณ์ดั้งเดิม หมายถึง สินทรัพย์นั้นยังถูกอนุรักษ์ หรือเก็บรักษาวิธีการผลิต หรือใช้วัตถุดิบแบบเดิม

(9) ความภาคภูมิใจและมีคุณค่าต่อจิตใจ คือสินทรัพย์มีคุณค่า ผูกพันกับคนในสังคม ในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับชุมชน ไปจนถึงระดับชาติ

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยรายละเอียด ดังนี้

1) การพัฒนานวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยการประเมิน และคัดเลือกแนวความคิดการออกแบบ พัฒนาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และทดสอบแนวความคิดกับวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้า และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้าที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานในการผลิตที่ได้รับการคัดเลือก

2) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ ตลอดจนพัฒนาช่องทางการจำหน่ายโดยใช้ระบบสารสนเทศ แก่กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้แก่ วิสาหกิจชุมชนประเภทผ้า และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้าที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานในการผลิต พร้อมจัดทำข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนที่ 4 สรุปผลและจัดทำข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งในการดำเนินการผู้วิจัยจะนำผลการวิจัยมาเขียนสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะต่างๆ หลังจากนั้นจึงจะนำผลงานการวิจัยไปตีพิมพ์เผยแพร่ทางวารสารวิชาการต่อไป

1.5 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในที่นี้ หมายถึง ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้าในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน เช่น มผช. OTOP

กลุ่มตัวอย่าง ในที่นี้ หมายถึง ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องแปรรูปจากผ้าที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเป็นรากฐานในการผลิต ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่มีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 4 ราย ซึ่งได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

1.6 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ได้รับการศึกษาและรวบรวม และมีการวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการค้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าและมีการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน

1.7 ระยะเวลา และสถานที่ทำการวิจัย

ระยะเวลาของการวิจัย ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2555 ถึงเดือนกันยายน 2556

1.8 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความคิดใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์กับการผลิตสินค้า การสร้างสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ และ การบริการที่ดีขึ้น โดยการสร้างสรรค์นั้นจะช่วยให้องค์กรดีขึ้น ลูกค้า หรือคนที่รับบริการมีความสุขมากขึ้น คุณลักษณะของความคิดสร้างสรรค์ เป็นภูมิปัญญาของแต่ละคนที่ แสดงภาพหรือแนวคิดออกมาบนพื้นฐานของความรู้ที่ว่าเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (UNCTAD, 2008) สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ พัฒนารอบแนวคิด ของ UNCTAD โดยให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า เป็นแนวคิดในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยใช้องค์ความรู้ วัฒนธรรม ทรัพย์สินทางปัญญาและเทคโนโลยี โดยตีกรอบของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้ครอบคลุมตั้งแต่งานสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะจนถึงงานสร้างสรรค์เพื่อการพาณิชย์ ที่เกิดจากทรัพย์สินทางปัญญา โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ 6 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage) เช่นงานศิลปหัตถกรรม เทศกาลงานเฉลิมฉลอง โบราณสถาน 2) งานสร้างสรรค์ที่มี รากเหง้าของวัฒนธรรม (Arts) เช่น งานจิตรกรรม ประติมากรรม ดนตรี นาฏศิลป์ 3) สื่อประเภทต่างๆ ที่ผลิตและบรรจุงานสร้างสรรค์ (Medias) เช่น หนังสือ ภาพยนตร์ 4) กลุ่มงานบริการสร้างสรรค์ (Function Creation) ได้แก่งานตกแต่งภายใน กราฟิก ซอฟต์แวร์ วิดีโอเกม งานออกแบบสถาปัตยกรรม 5) อาหารไทย (Thai food) และ 6) แพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) (สำนักงาน คณะกรรมการ พัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ , 2552)

สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม หมายถึง ความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตของกลุ่มชนในแต่ละสังคม เป็นคุณค่าที่ถูกสร้าง ปลุกฝังและถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น เป็นคุณค่าที่สามารถนำมาใช้ ประโยชน์ได้ มีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525) สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมแต่ ละสังคมจะแตกต่างกันออกไปเล็กน้อยแล้วแต่ความจำเป็นและข้อจำกัดทางด้านสังคม, สิ่งแวดล้อม และปัจจัยต่างๆที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การประเมิน ศักยภาพของแหล่งสินทรัพย์ประกอบด้วย 2 มิติ ได้แก่

มิติที่ 1 มิติด้านความเข้มแข็งและระดับการพัฒนาของแหล่งสินทรัพย์ ของ ศาสตราจารย์ ไมเคิล อีพอร์เตอร์ที่ประเมินสภาวะการณปัจจุบันของปัจจัยแวดล้อมธุรกิจที่สำคัญ 4 ด้าน หรือที่เรียกว่า แบบจำลองรูปเพชร (Diamond mode) โดยปัจจัยแวดล้อมธุรกิจเหล่านี้ มีผลกระทบต่อ ความสามารถในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ของแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเครือข่ายวิสาหกิจนั้น ๆ โดยรวม ปัจจัยดังกล่าวประกอบด้วย เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต กลยุทธ์ทางธุรกิจ และบริบทของการแข่งขัน ความเชื่อมโยงและความ ร่วมมือภายใน ตลอดจนอุปสงค์ในตัวสินค้าของลูกค้า (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2548)

มิติที่ 2 มิติด้านโอกาสทางการตลาด และการเติบโตทางธุรกิจของแหล่งสินทรัพย์ เพื่อ ประเมินปัจจัยด้านโอกาสทางการตลาดและการเติบโตทางธุรกิจในเชิงลึกใช้การวิเคราะห์จุดอ่อนจุดแข็ง (SWOT Analysis)

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 หมายถึง การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดใน ประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการบริหารงานแบบบูรณาการ โดยแบ่งออกเป็น 18 กลุ่มจังหวัด สำหรับกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 เป็นกลุ่มจังหวัดในอันดับที่ 14 ซึ่งประกอบด้วย จังหวัด

ยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ จังหวัดอำนาจเจริญ และจังหวัดอุบลราชธานี มีจังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด