

แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทย

ขวัญกมล ดอนขวา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง 2) เพื่อศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 3) เพื่อศึกษาถึงผลของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเน้นศึกษาประชากรเป้าหมาย 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา รวม 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และแบบจำลองสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ที่สร้างขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 2338.022 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 1110 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.11 ค่าที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.052 และค่าดัชนีมาตรฐานของค่าความคลาดเคลื่อน (SRMR) มีค่าเท่ากับ 0.047 ผลการวิจัยยังพบว่าน้ำหนักองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการศึกษา (0.889) รองลงมา คือ ด้านการสร้างสรรค์งาน (0.880) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (0.831) และด้าน

¹ รองศาสตราจารย์ ดร. ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จังหวัดนครราชสีมา อีเมล : kwnkamol@sut.ac.th

การใช้องค์ความรู้ (0.825) ตามลำดับ ให้นำหนักองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการเป็นผู้นำความคิด (0.921) รองลงมาคือ ด้านการริเริ่มความคิด (0.871) ด้านการแสวงหาโอกาส (0.867) และด้านการประยุกต์ใช้ (0.837) ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน (0.926) รองลงมา คือ ด้านการเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์ (0.869) ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (0.829) และด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (0.662) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เท่ากับ 0.473 และ 0.391 ตามลำดับ

คำสำคัญ : 1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ 3. ยุทธศาสตร์ระยะยาว
4. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

A model of factors in creative economics and innovative behavior affecting the long-run AEC strategies of Thailand

Kwunkamol Donkwa²

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop and validate the structural equation model of the creative economics and innovative behavior affecting the long-run AEC strategies of Thailand, 2) to study the importance scale of each of the observed variables with the creative economics, innovative behavior, and long-run AEC strategies, and 3) to study the impacts of the creative economics, and innovative behavior affecting the long-run AEC strategies of Thailand. The main focus of this study took place in 4 provinces: Bangkok, Khon Kaen, Chiang Mai, and Songkhla. Stratified Random Sampling technique was used to arrive at 400 samples, and a questionnaire was administered to collect data, which were analyzed by quantitative analysis methods. The descriptive statistics used in data analysis was based on the commutative frequency for percentage, mean, and standard deviation. The factor analysis, and structural equation model analysis used by inferential statistics. The results showed that the model was consistent with the empirical data. Goodness of fit measures were found to be: Chi-square 2338.022 (df=1110); Relative Chi-square (χ^2/df) 2.11; Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) 0.052; and Standardization Root Mean Square Residual (SRMR) 0.047. It was also found that the factor loading of the creative economics with the highest point was education at 0.889, followed by work creativity, intellectual property, and knowledge at 0.880 0.831 and 0.825, respectively. The factor loading of the innovative behavior with the highest point was championing at 0.921, followed by Idea generation, opportunity exploration, and application at 0.871 0.867 and 0.837, respectively. Besides, the factor loading of the long-run AEC strategies with

² Associate Professor, Ph.D. at School of Management Technology, Institute of Social Technology, Suranaree University of Technology, Nakhon Ratchasima, Thailand. E-mail address: kwnkamol@sut.ac.th

the highest point was equitable economic development at 0.926, followed by fully integrated into global economy, high competitive economic region, and single market and single production base at 0.869 0.829 and 0.662, respectively. The research found that the impacts of the innovative behavior and the creative economy affecting Thailand's long-run AEC strategies were 0.473 and 0.391, respectively.

Keywords: 1. Creative Economics 2. Innovative Behavior 3. Long-run Strategies
4. AEC

บทนำ

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี 2558 โดยมีแนวคิดที่ว่าอาเซียนจะเป็นเขตการผลิตเดี่ยว หรือ Single Market and Production Base นั้นหมายถึงจะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยทางการผลิตได้อย่างเสรี สามารถดำเนินกระบวนการที่หนักได้ โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานร่วมในการผลิต มีมาตรฐานสินค้า และกฎเกณฑ์กฎระเบียบเดียวกัน สมาชิกในกลุ่ม ASEAN ประกอบด้วย 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย ช่วงหลังอาเซียนได้เปิดการค้าเสรีกับประเทศภายนอกหลายประเทศทั้งจีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ในปัจจุบันอาเซียนนั้นได้ทำการค้าเสรีกับสหภาพยุโรป ผลดีของข้อตกลงต่างๆ ดังกล่าวคือ การเปิดโอกาสทางการค้าของอาเซียนให้มีศักยภาพและขยายตัวมากขึ้น รวมไปถึงการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ เพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN+6 ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาความพร้อมในทุกด้าน ทั้งโครงสร้างทางเศรษฐกิจภาคเอกชนและโครงสร้างภาครัฐ เพื่อพิจารณาเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขัน และเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจสำหรับเสาหลักการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ในปี 2558 เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรี และเงินทุนที่เสรีขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC blueprint) เป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้านต่างๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินมาตรการต่างๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ. 2558 รวมทั้งการให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้าเพื่อสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สำคัญประกอบด้วย (1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (2) การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (3) การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และ (4) การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (AEC Knowledge Center, 2014)

การที่ประเทศไทยจะสามารถได้รับประโยชน์ในการเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งเริ่มในปี พ.ศ. 2558 นั้น จำเป็นจะต้องพัฒนาประเทศตามเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ให้ความสำคัญเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(Office of The National Economic and Social Development Board, 2011) โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (knowledge) การศึกษา (education) การสร้างสรรค์งาน (creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้ยึดตามรูปแบบของ UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development) เป็นกรอบโดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (heritage or cultural heritage) ศิลปะ (arts) สื่อ (media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (functional creation) การขับเคลื่อนการพัฒนาให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ ที่อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผูกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (creative and green economy) ดังนั้นประเทศต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในฐานะที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ดังเช่น ประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นต้นแบบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศอิตาลี ที่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากมาย และประเทศเกาหลี ซึ่งใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรมผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์ และการท่องเที่ยว (Puangkaew Pornpipat, 2010) อีกทั้งการที่จะทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยดีเมื่อเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประชาชนในประเทศไทยควรมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วย

โดยที่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น De Jong and Den Hartog (2008) เสนอว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของบุคลากรในองค์กรยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ แนะนำและทดลองสิ่งใหม่ๆ เป็นลักษณะพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลที่เป็นรูปธรรมสามารถที่จะแสดงออกมาได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการแสวงหาโอกาส (opportunity exploration) 2) ด้านความคิดริเริ่ม (generativity) 3) ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด (championing) และ 4) ด้านการประยุกต์ใช้ (application) โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์กล่าวว่า พฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลในการคิด แนะนำ และทดลองสิ่งใหม่ ที่เป็นประโยชน์ไปใช้ของกรมีการแสวงหาโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีการแสวงหาความคิดใหม่ๆ เพื่อที่จะนำมา

ปรับปรุงการปฏิบัติงานและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีการติดตามความก้าวหน้าของวิทยาการ และมีการวิเคราะห์และพิจารณาถึงความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นมา

ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยจะสามารถได้รับประโยชน์ในการเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น จำเป็นจะต้องพัฒนาประเทศตามเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ให้ความสำคัญเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งหากจะประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนดังกล่าวได้เป็นอย่างดีนั้น ประชาชนในประเทศไทยจะมีบทบาทความสำคัญในด้านการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในองค์กรยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ ซึ่งจะมีผลที่ต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

ดังนั้น การวิจัยเรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย จึงเป็นเรื่องที่มีความน่าสนใจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ที่จะนำไปประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

2. เพื่อศึกษาขนาดของความสำคัญในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. เพื่อศึกษาถึงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยที่สำคัญ ดังนี้

ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) ประชาชนในประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่ม เจเนอเรชันบี (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489–2506 มีช่วงอายุระหว่าง 53–70 ปี 2) เจเนอเรชันเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507-2519 มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี และ 3) เจเนอเรชันวาย (Why Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520-2542 มีช่วงอายุระหว่าง 17-39 ปี (Social Integrated, 2013; Decha Dechawatanapaisal, et al., 2014) กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้เน้นเฉพาะผู้ที่มีการศึกษา ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีอายุอยู่ในช่วง 29-62 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความรู้ ในเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน อีกทั้งเป็นกลุ่มที่ยังสามารถทำงานและมีรายได้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ศึกษา ซึ่งแสดงถึงเนื้อหาในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรแฝงภายนอก หรือ ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ด้านการใช้องค์ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา
2. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำความคิด และด้านการนำไปประยุกต์ใช้

ตัวแปรแฝงภายใน หรือ ตัวแปรตาม คือ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวแปรย่อย ได้แก่ ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลา

การวิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มประชากรเป้าหมายซึ่งอาศัยอยู่ในเขตชุมชนเมือง โดยจะทำการศึกษาในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยช่วงระยะเวลาในการวิจัย ตั้งแต่ พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ถึง กรกฎาคม พ.ศ. 2559

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

บทความวิชาการในวารสารเศรษฐกิจและสังคมของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้อธิบายถึงแนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศของรัฐบาลในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็สามารถดำเนินไปโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และนำศักยภาพและความรู้ของคนมาใช้อย่างรอบคอบ และมีสติ เมื่อปัจเจกบุคคลนำศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ไปสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพมากขึ้น จะสามารถสร้างรายได้เพื่อยังชีพให้แก่ตนและครอบครัวมากขึ้น ดังนั้น การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นการพัฒนาบนพื้นฐานเพื่อพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น (Pianit Onoparatvibool, 2011) นอกจากนี้ Chuwit Mitrchob (2010) ได้ให้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึงแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (knowledge) การศึกษา (education) การสร้างสรรค์งาน (creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม (culture) การสังเคราะห์ความรู้ของสังคม (social wisdom) และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ (technology and Innovation) ซึ่งคล้ายคลึงกับคำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Puangkaew Pornpipat (2010) ที่ว่าเป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้ง Saowaros Kusuma Na Ayuthya (2010) ได้สรุปว่า หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้องกันบุคลากรสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนาวัฒนธรรมและเทคโนโลยี ส่วนในประเทศออสเตรเลีย ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยรัฐควีนส์แลนด์ได้กำหนดนโยบาย Creative Queensland มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม และศิลปะของรัฐควีนส์แลนด์ ในประเทศญี่ปุ่นมีการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐและเอกชนโดยภาครัฐเองมีนโยบายในการสนับสนุนเรื่องต่างๆ เช่น การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (creative cluster) และเมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ (creative city) การมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นจุดแข็งที่สำคัญ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นจึงเน้นไปที่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (content industry) ซึ่งรวมถึงแอนิเมชัน ภาพยนตร์ ดนตรี และ

ซอฟต์แวร์เกม เป็นต้น

นอกจากนี้ Pattarachit Choompol Gozzoli (2010) ได้เปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำประเด็นที่เป็นจุดเด่นของประเทศต่างๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นแนวความคิดในการใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการนำเสนอบทเรียนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และประเทศอิตาลี มาเปรียบเทียบกับประเทศไทย เนื่องจากทั้งสองประเทศมีมรดกทางวัฒนธรรมภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และจารีตประเพณีอันยาวนาน ที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย รวมถึง Piriya Pholphirul (2013) ได้ทำการวิเคราะห์บทบาทและความสำคัญของการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นปัจจัยช่วยในการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยกำหนดกรอบการวิเคราะห์ทางด้านการพัฒนาประเทศภายใต้บริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในมิติต่างๆ ได้แก่ 1) จุดมุ่งหมายของการพัฒนาประเทศในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การกระจายรายได้ และผลกระทบต่อการพัฒนาสังคมและชุมชนเป็นมิติที่ควรทำการวิเคราะห์ให้ครอบคลุม 2) การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งทางด้านอุปสงค์และอุปทาน โดยทางด้านอุปสงค์นั้น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะเจริญเติบโตได้ก็ต่อเมื่อการผลิตนั้นเป็นที่ยอมรับของคนจำนวนมากและสามารถสร้างประโยชน์ได้ในเชิงพาณิชย์ (commercialization) ส่วนด้านอุปทานนั้น การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งนำมาสู่ “อุปสงค์สืบเนื่อง” (derived demand) ของการจ้างงานแรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้านและการบริโภคในสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ด้านการศึกษาของ De Jong and Den Hartog (2008) ผู้ศึกษาค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Work Behavior) เสนอว่าพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ของมนุษย์ เป็นการทำงานเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน และนำความรู้ที่ได้จากการทำงานนั้นๆ ไปประยุกต์ใช้ต่อไป เพื่อเป็นการช่วยให้ผลการทำงานประสบความสำเร็จ และช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การแสวงหาโอกาส (opportunity exploration) หมายถึง การสำรวจ ค้นหาโอกาส การมองหาวิธีการใหม่ๆ ที่สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนา กระบวนการการทำงานในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้น

2) การริเริ่มความคิด (idea generation) หมายถึง การคิดสิ่งใหม่ๆ การคิดแก้ปัญหา การมองมุมที่แตกต่าง โดยอาจเป็นการคิดปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ได้สิ่งใหม่ โดยนำความคิดที่ได้มาพัฒนาต่อยอดเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน การคิดริเริ่ม เป็นทักษะที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์ 3) การเป็นผู้นำความคิด (championing) หมายถึง การนำความคิดที่ได้จากการแสวงหาโอกาส และการคิดริเริ่มมาขยายพัฒนาต่อและใช้ในการทำงาน การเป็นผู้นำทางความคิด เน้นที่กระบวนการการชักจูงให้ผู้อื่นคล้อยตาม และเห็นถึงความสำคัญของความคิดที่เกิดขึ้นว่าจะจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กร และ 4) การประยุกต์ใช้ (application) หมายถึง การนำความคิดจากกระบวนการต่างๆ มาพัฒนาประยุกต์ใช้ในงานที่ทำประจำ ติดตาม ผลกระทบที่เกิดขึ้น แก้ไข และพัฒนาให้งานนั้นๆ ดียิ่งขึ้น การประยุกต์ใช้เป็นขั้นตอน ที่แสดงให้เห็นว่าเกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งต่อมา Porntip Charerk and Kwunkamol Donkwa (2014) ได้นำองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านดังกล่าวมาใช้ในการศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กร ในการคิดค้นวิธีการทำงาน กระบวนการใหม่ๆ เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรให้ดีขึ้น โดยการสร้างสรรค์นวัตกรรมมาใช้ในการทำงานส่งเสริมให้ผลการดำเนินงาน มีประสิทธิภาพมากขึ้น

Policy and Planning Bureau (n.d.) ได้สรุปเป้าหมายในการจัดตั้งประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน 4 ประการ คือ 1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (single market and single production base) เน้นการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานมีฝีมือระหว่างกันอย่างเสรี 2) การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถ ในการแข่งขันสูง (high competitive economic region) เน้นการดำเนินงานนโยบายการ แข่งขัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนา ICT และพลังงาน 3) การเป็นภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน (equitable economic development) เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการขยายตัวของ SMEs ให้ความช่วยเหลือแก่สมาชิกใหม่ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียตนาม (CLMV) เพื่อ ช่วยลดช่องว่างของระดับการพัฒนา และ 4) การเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้ากับ เศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์ (fully integrated into global economy) เน้นการจัดทำ เขตการค้าเสรี (Free Trade Area-FTA) และการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจ (Closer Economic Partnership-CEP) กับประเทศคู่เจรจา ซึ่งสอดคล้องกับ Tidarat Choksuchat (2010) ที่สรุปว่าเป้าหมายหลักทั้ง 4 ประเด็นเป็นการสร้างพันธะสัญญาระหว่างประเทศ สมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายที่เรียกว่าพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) นอกจากนี้ Warapom Chunlapanon (2012) ได้ทำการศึกษาพัฒนาการ

ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับผลกระทบต่อไทย พบว่า การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นโอกาสของไทยที่จะปรับตัวด้านเศรษฐกิจ การศึกษา การบริหารงานอาเซียน โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์เชิงสร้างสรรค์ สนองตอบการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจการค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ดังนั้นประเทศไทยต้องเร่งปรับกฎเกณฑ์ภายในให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์การเปิดเสรีของอาเซียน ตลอดจนการเร่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจต่างประเทศ และทักษะด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอาเซียน เพื่อให้เกิด “วิสัยทัศน์เดี่ยวอัตลักษณ์เดี่ยว ประชาคมเดี่ยว” เป็นจริง ทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงภายในภูมิภาค และอาเซียนจะได้เป็นแกนกลางของโครงสร้างสถาปัตยกรรมด้านความร่วมมือในภูมิภาคเอเชีย

จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถสรุปได้ว่า หน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยมีความตระหนักถึงความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีทิศทางที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรต่างๆ ทั้งทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม หรือกฎหมาย เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนดังกล่าว ซึ่งเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพบนฐานความรู้ที่ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียนและเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ช่วยการสร้างงานและรายได้ ตลอดจนพัฒนาระบบการแข่งขันที่เป็นธรรม และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาคนั้น มีแนวทางในการดำเนินการโดยเน้นการผลักดันให้ประเทศไทยมีบทบาทนำที่สร้างสรรค์ในเวทีระหว่างประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศในเวทีโลก ในการรักษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศมหาอำนาจต่างๆ รวมทั้งประโยชน์ด้านอื่นๆ ของประเทศทั้งในด้านการค้า ความมั่นคงของอาหาร/พลังงาน โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของไทย และการรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงของประเทศไทยและภูมิภาคโดยรวม ประกอบกับการที่หน่วยงานภาครัฐ

ได้จัดเตรียมยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานระดับประเทศในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดย Office of Small and Medium Enterprises Promotion (n.d.) ได้มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทุกระดับ ซึ่งต้องสร้างสมรรถนะเพื่อแข่งขันในเชิงคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์และนวัตกรรม ในส่วนของ Office of the Permanent Secretary (2014) ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม ในการเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่างๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มีมั่นคงและยั่งยืน และการที่จะประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนดังกล่าวได้เป็นอย่างดีนั้น ประชาชนในประเทศไทยจะมีบทบาทความสำคัญในด้านการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งในองค์กรยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาในด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ ซึ่งจะมีผลที่ต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย รวมทั้ง กำหนดนโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทย บนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูป เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและแก้ไขปัญหาที่สำคัญของประเทศ เป็นต้น จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานในกรอบแนวคิดการวิจัยที่ว่า “ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย”

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) มีรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) โดยการใช้แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผ่านเกณฑ์ทดสอบความเชื่อมั่น (validity) โดยค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (IOC) อยู่ในช่วงระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ 0.50-1.00 (Rovinelli and Hambleton, 1977) และค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบักอยู่ในช่วง 0.825-0.970 ซึ่งไม่ต่ำกว่าเกณฑ์

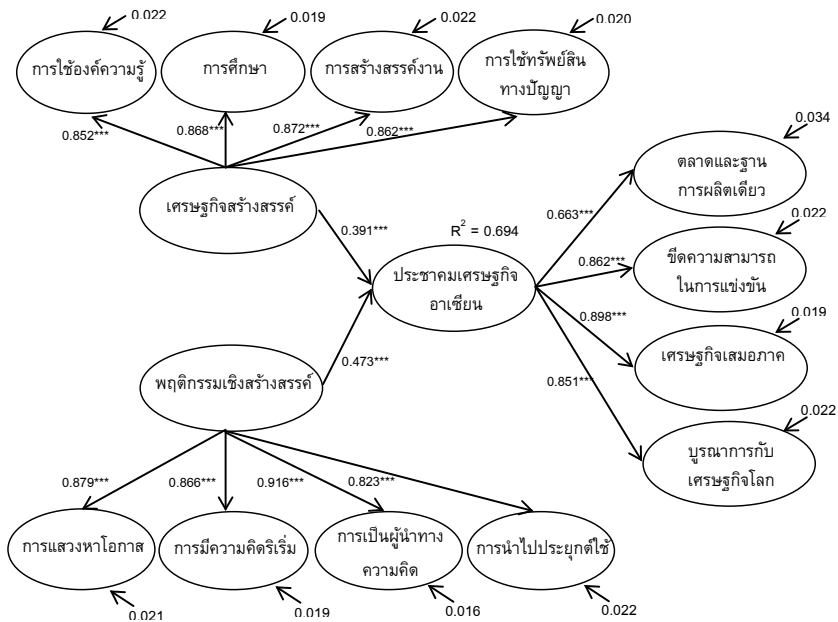
ระดับ 0.7 (Santos, 1999) กำหนดขนาดตัวอย่าง ได้จากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ได้จำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) แบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) จากพื้นที่เป้าหมาย 4 จังหวัดซึ่งเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา โดยแต่ละจังหวัดจะมีลักษณะของประชากรเหมือนกัน และต่างกลุ่มจังหวัดจะมีลักษณะแตกต่างกัน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากประชากรเป้าหมายในแต่ละจังหวัด เพื่อให้ได้ตัวแทนจากแต่ละจังหวัดเป็นตัวแทนที่ดีของประชากรเป้าหมายซึ่งเน้นเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ที่มีอายุอยู่ในช่วง 29-62 ปี ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการหาค่าร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) นอกจากนี้ยังใช้สถิติอ้างอิงเชิงอนุมาน (inferential statistics) ในแบบจำลองที่เป็นสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยมีปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Chuwit Mitrchob, 2010) ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ การแสวงหาโอกาส ความคิดริเริ่มการเป็นผู้นำความคิด และการประยุกต์ใช้ (De Jong and Den Hartog, 2008) และตัวแปรตามซึ่งเป็นปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ประกอบด้วยเสาหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (AEC Knowledge Center, online, 2014)

ผลการวิจัย และการอภิปรายผล

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.3 อายุระหว่าง 29-36 ปี ร้อยละ 30.6 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.6 อาชีพรับราชการ ร้อยละ 35.8 รายได้ระหว่าง 20,000–24,999 บาท ร้อยละ 23.7 โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในระดับมากในทุกองค์ประกอบ ประกอบด้วย การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ($\bar{X} = 4.12$) การศึกษา ($\bar{X} = 4.06$) การใช้องค์ความรู้ ($\bar{X} = 3.99$) และการสร้างสรรค์งาน ($\bar{X} = 3.97$) และให้ความสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ พฤติกรรม

ในการมีความคิดริเริ่ม ($\bar{X} = 4.11$) การแสวงหาโอกาส ($\bar{X} = 4.06$) การเป็นผู้นำทางความคิด ($\bar{X} = 4.04$) และการนำไปประยุกต์ใช้ ($\bar{X} = 4.03$) ทางด้านยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ($\bar{X} = 4.12$) การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ($\bar{X} = 4.10$) การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค ($\bar{X} = 4.06$) และการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ($\bar{X} = 3.96$) ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้



$\chi^2 = 2338.022$; $df = 1110$; $\chi^2/df = 2.11$; CFI = 0.916; TLI = 0.911; RMSEA = 0.052; SRMR = 0.047

***p-value < .001

ภาพที่ 1 แบบจำลองสมการโครงสร้างยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1. การสร้างแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

โดยพิจารณาจากค่า $\chi^2 = 2338.022$ $df = 1110$ $\chi^2/df = 2.11$ อยู่ระหว่าง 2 ถึง 5 (Marsh and Hocevar, 1985) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน CFI = 0.916 และ TLI = 0.911 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.8 (Browne and Cudeck, 1993) และดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ RMSEA = 0.052 และ SRMR = 0.047 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.08 ผลการศึกษาแสดงด้วยรูปภาพที่ 1

2. การศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำการพิจารณาความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันโดยการใช้โปรแกรม Mplus 7.2 โดยใช้เกณฑ์ χ^2/df น้อยกว่า 3 ดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI/TLI) มีค่าเข้าใกล้ 1 โดยพิจารณาค่ามากกว่า 0.92 และดัชนีวัดความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA/SRMR) มีค่าเข้าใกล้ 0 โดยพิจารณาค่าน้อยกว่า 0.08 (Hair, Black, Babin, Anderson, & 2006) โดยแสดงผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ตัวแปรแฝง	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ ลำดับที่ 1	เกณฑ์พิจารณา
1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์		
- การศึกษา	0.889***	$\chi^2 = 266.257$; $df = 111$; $\chi^2/df = 2.39$; CFI = 0.965; TLI = 0.957; RMSEA = 0.059; SRMR = 0.046
- การสร้างสรรค์งาน	0.880***	
- การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา	0.831***	
- การใช้องค์ความรู้	0.825***	
2. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์		
- การเป็นผู้นำทางความคิด	0.921***	$\chi^2 = 251.024$; $df = 97$; $\chi^2/df = 2.58$; CFI = 0.966; TLI = 0.958; RMSEA = 0.063; SRMR = 0.034
- การมีความคิดริเริ่ม	0.871***	
- การแสวงหาโอกาส	0.867***	
- การนำไปประยุกต์ใช้	0.837***	
3. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน		
- พัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค	0.926***	$\chi^2 = 247.047$; $df = 98$; $\chi^2/df =$ 2.52; CFI = 0.966; TLI = 0.958; RMSEA = 0.061; SRMR = 0.03
- มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก	0.869***	
- การเสริมสร้างขีดความสามารถ ในการแข่งขัน	0.829***	
- การเป็นตลาดและฐานการผลิต เดียวกัน	0.662***	

***p-value < .001

พบว่า น้ำหนัก 4 องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.825–0.889 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกค่า โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และด้านการใช้องค์ความรู้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.889 0.880 0.831 และ 0.825 ตามลำดับ นั่นคือ องค์ประกอบด้านการศึกษา มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด ส่วนน้ำหนัก 4 องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.837–0.921 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกค่า โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด ด้านการมีความคิดริเริ่ม ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.921 0.871 0.867 และ 0.837 ตามลำดับ นั่นคือ องค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำทางความคิด มีความสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด สำหรับน้ำหนัก 4 องค์ประกอบของยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.662–0.926 และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกค่า โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค ด้านมีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.926 0.869 0.829 และ 0.662 ตามลำดับ นั่นคือ องค์ประกอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด

3. การศึกษาถึงขนาดของผลกระทบในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย จากการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวบ่งชี้ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรคงาน และ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา พฤติกรรมสร้างสรรค์ของคนไทย ประกอบด้วย การแสวงหาโอกาส การมีความคิดริเริ่ม การเป็นผู้นำทางความคิด และการนำไปประยุกต์ใช้ ส่วนยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประกอบด้วย การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก พบว่าความสัมพันธ์อยู่ในช่วง 0.384 ถึง 0.757 แต่ไม่เกิน 0.9 ถือว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับที่ยอมรับได้ (Field, 2005) นอกจากนี้ การทดสอบการแจกแจงของข้อมูลของแต่ละข้อคำถามโดยการพิจารณาค่าความเบ้และความโด่ง พบว่า ทุกข้อคำถามมีการแจกแจงแบบปกติโดยเป็นไปตามเกณฑ์ซึ่งมีความเบ้ (skewness) อยู่ในช่วง -1.166

ถึง -0.421 ซึ่งไม่เกิน ± 3 และความโด่ง (kurtosis) อยู่ในช่วง -0.130 ถึง 1.209 ซึ่งไม่เกิน ± 10 (Kline, 2011) สามารถนำไปวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างในลำดับต่อไป พบว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.391 (p -value $< .001$) ในขณะที่ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.473 (p -value $< .001$) จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีขนาดของอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยมากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาแสดงด้วยรูปภาพที่ 1

การอภิปรายผล

1. การสร้างแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า แบบจำลองดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) นั้น ได้มีงานวิจัยทางด้านการศึกษา ด้านเศรษฐศาสตร์ และด้านบริหารธุรกิจเป็นจำนวนมากใช้แบบจำลองดังกล่าวในการทำวิจัย แต่ยังไม่มียานวิจัยที่ใช้แบบจำลองดังกล่าวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัย เรื่อง แบบจำลองปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Kwunkamol Donkwa, 2013) โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Kwunkamol Donkwa, & Natcha Limpasirisuwan, 2015) และการจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (Kwunkamol Donkwa, 2016) ได้สร้างแบบจำลองโดยใช้ SEM และผลการวิจัยดังกล่าวพบว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลอง (compute covariance matrix) เท่ากับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ (sample covariance matrix) ซึ่งหมายถึง แบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้เก็บรวบรวมมาจากพื้นที่เป้าหมาย

2. การศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า หน้าหน้า 4 องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่

ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และด้านการใช้องค์ความรู้ มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.825–0.889 โดยด้านการศึกษาที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด (0.889) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Kwunkamol Donkwa (2015) ที่ได้ศึกษาเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย และพบว่าน้ำหนักองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวก มีค่าตั้งแต่ 0.83-0.90 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการการศึกษามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด (0.90) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับ Kiatisak Punlumjeak and Sukanya Sangdean (2011) ที่พบว่าด้านองค์ความรู้มีความสำคัญมากที่สุด อีกทั้งผลการวิจัยยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาการประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ของ Nutt Chollatep (2011) ที่พบว่าในการดำเนินธุรกิจมีการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมาประยุกต์ใช้จะทำให้สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านองค์ความรู้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักของแต่ละธุรกิจตามลำดับ

ในด้านน้ำหนักองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด ด้านการมีความคิดริเริ่ม ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ โดยมีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.837–0.921 นั่นคือ องค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำทางความคิด มีความสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด ซึ่งผลงานการวิจัยสอดคล้องกับ Siwaporn Proyanont (2011) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร : กรณีศึกษาองค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 และพบว่า องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 มีพฤติกรรมของผู้นำ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากรอยู่ที่ระดับสูง โดยพฤติกรรมของผู้นำทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นงาน พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นสัมพันธ์ และพฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นการเปลี่ยนแปลง แสดงถึงบุคลากรมีการเป็นผู้นำทางความคิดจนเกิดมูลค่าทางธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับ Porntip Charerk and Kwunkamol Donkwa (2014) ที่ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ที่พบว่าด้านการแสวงหาโอกาสมีความสำคัญมากที่สุดต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร

สำหรับหน้าหนัก 4 องค์ประกอบของยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีค่าเป็นบวกตั้งแต่ 0.662–0.926 โดยองค์ประกอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มากที่สุด ผลงานการวิจัยสอดคล้องกับ Tidarat Choksuchat (2010) ที่ศึกษาการจัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการกำหนดทิศทางดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจให้ชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดจนบรรลุเป้าหมายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี ค.ศ. 2015 และเป็นการสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าว โดยพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ประกอบด้วย 4 เสาหลักสำคัญ และสรุปว่าการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิก และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ สนับสนุนการพัฒนา SMEs และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับธุรกิจในประเทศ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลก (Office of Small and Medium Enterprises Promotion, n.d.)

3. การศึกษาถึงขนาดของผลกระทบในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.391 ($p\text{-value} < .001$) ในขณะที่ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.473 ($p\text{-value} < .001$) จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีขนาดของอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทยมากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Rossukon Khonkumkard (2013) ที่สรุปแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญ คือ ด้านการพัฒนาบุคลากรเพื่อสร้างวัฒนธรรมบริการ พัฒนาความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยประเมินความต้องการด้านความรู้และทักษะที่จำเป็น และจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษะ เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการให้

บุคลากรเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดองค์ความรู้และการสร้างสรรค์งานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และอีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Patima Pimsakul (2014) ที่ศึกษาการคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยวในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว มีความตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้ประกอบการเห็นความสำคัญถึงการพัฒนาบุคลากรทั้งด้านความรู้และทักษะการให้บริการเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และมีการนำนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งแสดงถึงการเกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลที่ดีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัยองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญเรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา และด้านการใช้องค์ความรู้ ส่งผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะหน่วยงานในกระทรวงศึกษาธิการควรให้ความสำคัญในด้านการจัดการศึกษาที่ทำให้ผู้เรียนทุกระดับมีความรู้ทักษะในการคิด วิเคราะห์ สามารถทำให้เกิดการสร้างสร้างสรรค์งาน และเมื่อผู้เรียนสำเร็จการศึกษาออกไปประกอบอาชีพ ก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มด้านรายได้ให้กับประเทศไทย อีกทั้งกรมทรัพย์สินทางปัญญาควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคประชาชนและภาคธุรกิจนำทรัพย์สินทางปัญญามาพัฒนาสร้างสรรค์งาน เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการสะสมองค์ความรู้ในการโฆษณา สถาปัตยกรรม ศิลปะ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ งานฝีมือ งานออกแบบ เสื้อผ้าแฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง โทรทัศน์ และวิทยุ เป็นต้น รวมทั้งการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของภาคการท่องเที่ยว อาหาร และเครื่องดื่ม การส่งเสริมการผลิตทางวัฒนธรรม นำไปสู่ห่วงโซ่อุปทานในการผลิตที่สร้างผลประโยชน์ในการเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียนมากยิ่งขึ้น โดยการดำเนินการดังกล่าวจะประสบความสำเร็จได้นั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการในการทำงานร่วมกันทั้งด้านการผลิต การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ด้านการเงินและบัญชี ซึ่งหน่วยงานดังกล่าว ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

2. ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ส่งผลที่ดีมากต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทย โดยที่องค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำทางความคิด มีความสำคัญ ต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด นั้นหมายถึงประเทศไทยโดยหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการควรจัดการศึกษาโดยเน้นกิจกรรมที่ส่งเสริม ให้ผู้เรียนทุกระดับเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่แสดงออก ในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์หรือปรับปรุงให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ ในงานที่ปฏิบัติอยู่เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมและใช้ประโยชน์ ได้อย่างเหมาะสม โดยองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์นั้น ได้แก่ เป็นสิ่งใหม่ ใช้การได้ และมีความเหมาะสม อีกทั้งกระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงอุตสาหกรรมควร ส่งเสริมและรณรงค์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจของภาคเอกชนได้รับความรู้และทำความเข้าใจ ถึงกระบวนการที่ทำให้ผู้ประกอบการทางธุรกิจ เกิดพฤติกรรมในด้านการเป็นผู้นำ ทางความคิด ด้านการมีความคิดริเริ่ม ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านการนำไป ประยุกต์ใช้ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศไทยในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน ตัวอย่างเช่น การบูรณาการความรู้ และทักษะการคิดวิเคราะห์เข้ากับการจัดการ ศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้ารับการศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา ส่วนภาคเอกชนสามารถส่งเสริม พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการประกวดผลงานที่เกิดจากความคิดใหม่ ทางนวัตกรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ เป็นต้น

3. ผลการวิจัยพบว่า ถึงแม้พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีขนาดของ อิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในประเทศไทย มากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ทั้งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต่างก็ส่งผลในทางที่ดีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ต้องมีความตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับในการ เปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนการเกิดพฤติกรรม เชิงสร้างสรรค์ต่อนักเรียน นักศึกษา กลุ่มอาชีพในชุมชน ผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ในด้านความรู้และทักษะการทำงาน ทั้งทางด้านการผลิตสินค้าและการให้บริการเพื่อให้ ได้รับประโยชน์อย่างแท้จริงจากยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน



References

- AEC Knowledge Center. (2014). **Knowledge of ASEAN economic community (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน)**. [Online]. Retrieved February 8, 2016 from <http://www.thai-aec.com/>
- Browne, M. W., & Cudeck, R. (1993). **Alternative ways of assessing model fit, in testing structural equation models**. Sage Publication.
- Charerk, P., & Donkwa, K. (2014). Employee engagement and innovative behavior of staff members at synchrotron light research institute (public organization) (ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร สถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน)). **Suranaree Journal of Social Science**, 8(2), 61-69.
- Choksuchat, T. (2010). Asian Economic Community: importance and Thai preparations (ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย). **HCU Journal**, 14(27), 99-112.
- Chollatep, N. (2011). **Application of creative economy concept of small enterprises agro-industry entrepreneurs in Chiang Mai province (การประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่)**. Master's dissertation, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand.
- Chunlapanon, W. (2012). **The development of the ASEAN economic community and its impact on Thailand (พัฒนาการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับผลกระทบต่อไทย)**. Doctoral dissertation, Ramkhamhaeng University, Bangkok, Thailand.
- Dechawatanapaisal, D. et al. (2014). A study of viewpoints and expectations of generational characteristics between generation X and generation Y (การศึกษาเจเนอเรชันเอ็กซ์และเจเนอเรชันวายในมุมมองต่อคุณลักษณะของตนเองและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของเจเนอเรชันอื่น). **Chulalongkorn Business Review**, 36(141), 1-17.
- De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: measurement and validation. **EIM Business and Policy Research**, 1-27.

- Donkwa, K. (2013). Model of sufficiency economy philosophy and socioeconomics of rural community households in northeastern Thailand (แบบจำลองปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ). **RMUTP Research Journal**, 7(2), 139-153.
- Donkwa, K. (2015). A model of factors in the sufficiency economy and philosophy creative economics affecting the economic development of Thailand (ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย). **Journal of Sahasat**, 15(1), 180-210.
- Donkwa, K., & Limpasirisuwan, N. (2015). A causal and effect model in the process of the community's economy in the northeast of Thailand (โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ). **Journal of the Association of Researchers**, 20(2), 127-137.
- Donkwa, K. (2016). The effects of the sufficiency economy on community business management (การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง). **Suranaree Journal of Social Science**, 10(2), 33-51.
- Field, A. P. (2005). **Discovering statistics using SPSS**. (2nd ed.). London: Sage.
- Gozzoli, P. C. (2010). The creative economy study abroad course (ถอดบทเรียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากต่างประเทศ). **Journal of Economic and Social**, 47(4), 32-37.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). **Multivariate data analysis**. (6th ed.). New Jersey: Pearson Educational International.
- Khonkumkard, R. (2013). **Strategic management for hospitality business of frontier tourism at Nakhon Phanom province in ASEAN Economic Community (AEC) context for sustainable tourism development** (การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน). Master's dissertation, Khon Kaen University, Khon Kaen, Thailand.
- Kline, R. B. (2011). Convergence of structural equation modeling and multilevel modeling. In M. Williams & W. P. Vogt (Eds.), **Handbook of methodological innovation in social research methods**. London: Sage.

- Kusuma Na Ayuthya, S. (2010). Creative economy: alternative of Thailand economic development (Creative economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย). **Executive Journal**, 30(1), 23-28.
- Marsh, H.W., & Hocevar, D. (1985). Application of confirmatory factor analysis to the study of self-concept: first-and higher order factor models and their invariance across groups. **Psychological bulletin**, 97(3), 562.
- Mitrchob, C. (2010). Creative economy: The new concept-driven economy of Thailand (เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า). **Sukhothai Thammathirat Economic Journal**, 5(1), 81-114.
- Office of the Permanent Secretary. (2014). **Strategic plan of the ministry of industry from 2016 to 2021 (แผนยุทธศาสตร์ กระทรวงอุตสาหกรรม ปี 2559-2564)**. [Online]. Retrieved February 20, 2016 from <http://www.industry.go.th>
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (n.d.). **The overall long-term strategic planning (2555-2559) (ภาพรวมแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว ปี 2555-2559)**. [Online]. Retrieved March 3, 2016 from <http://www.sme.go.th>
- Office of The National Economic and Social Development Board. (2011). **The eleventh national economic and social development plan (2012-2016) (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559))**. [Online]. Retrieved February 8, 2016 from <http://www.nesdb.go.th>.
- Onoparatvibool, P. (2011). Sufficiency competition: similarity on the different (แข่งขันอย่างพอเพียง ความเหมือนบนความแตกต่าง). **Journal of Economic and Social**, 48(1), 35-40.
- Pholphirul, P. (2013). Creative economy and development issues in Thailand (เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย). **NIDA Economic Review**, 7(1), 1-69.
- Pimsakul, P. (2014). **The prediction of effects on Asean economic community policy in business commerce and tourism industry in the border cities of Chiang Rai province (การคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบาย**

- ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยว
ในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย). Master's dissertation, Mea Fah
Luang University, Chiang Rai, Thailand.
- Policy and Planning Bureau. (n.d.). **The opportunities and impacts of AEC on
ministry of interior** (รายงานการศึกษาโอกาสและผลกระทบของ
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อกระทรวงมหาดไทย). [Online]. Retrieved
February 18, 2016 from [http://www.dpt.go.th/
foreign/
index2php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=47](http://www.dpt.go.th/foreign/index2php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=47)
- Pornpipat, P. (2010). Creative economy: the passion of the economy, Thailand
(เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย). **Journal of
Economic and Social**, Oct–Dec, 6-12.
- Proyanont, S. (2011). **Leader behaviors and work environments that affect
creativity at work: a case study of Thailand's most innovative
companies 2009** (พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงาน
ที่ส่งผลต่อความคิดสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษา องค์การ
ธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552). Master's dissertation, National
Institute of Development Administration, Bangkok, Thailand.
- Punlumjeak, K., & Sangdean, S. (2011). **Creative knowledge management to
creative society and economy in undergraduate learning** (การจัดการ
ความรู้เชิงสร้างสรรค์สู่สังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการเรียนรู้
ระดับปริญญาตรี). Research, Rajamangala University of Technology
Thanyaburi, Bangkok, Thailand.
- Rovinelli , R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialist in
the assessment of criterion-referenced test item validity. **Dutch Journal
of Educational Research**, 2, 49-60.
- Santos, J. R. A. (1999). Cronbach's alpha: a tool for assessing the reliability of
scales. **Journal of extension**, 37(2), 1-5.
- Social Integrated. (2013). **The difference of generation** (ความแตกต่างของคนหลาก
Generation). [Online]. Retrieved March 25, 2016 from [http://
socialintegrated.com](http://socialintegrated.com)
- Yamane, T. (1967). **Statistics, an introductory analysis**. (2nd ed.). New York:
Harper and Row.