



รายงานการวิจัย

เรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย
(A Model of Factors in Creative Economics and
Innovative Behavior Affecting the Long-run
AEC Strategies of Thailand)





รายงานการวิจัย

เรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย
(A Model of Factors in Creative Economics and
Innovative Behavior Affecting the Long-run
AEC Strategies of Thailand)

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

กรกฎาคม 2559

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง 2) เพื่อศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และ 3) เพื่อศึกษาถึงผลของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเน้นศึกษาประชากรเป้าหมาย 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น เชียงใหม่ และสงขลา รวม 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratify random sampling) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมานทำการวิเคราะห์องค์ประกอบ และแบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทย ที่สร้างขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีค่าไค-สแควร์ (χ^2) มีค่าเท่ากับ 2338.022 ที่องศาอิสระ (df) เท่ากับ 1110 มีค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 2.11 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.052 และค่าดัชนีรากที่สองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.047 ผลการวิจัยยังพบว่าน้ำหนักองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการศึกษา (0.889) รองลงมาคือ ด้านการสร้างสรรค์งาน (0.880) ด้านการใช้ทรัพยากรทางปัญญา (0.831) และด้านการใช้องค์ความรู้ (0.825) ตามลำดับ น้ำหนักองค์ประกอบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการเป็นผู้นำความคิด (0.921) รองลงมาคือ ด้านการริเริ่มความคิด (0.871) ด้านการแสวงหาโอกาส (0.867) และด้านการประยุกต์ใช้ (0.837) ตามลำดับ สำหรับองค์ประกอบยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน (0.926) รองลงมาคือ ด้านการเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์ (0.869) ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (0.829) และด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (0.662) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังพบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทย เท่ากับ 0.473 และ 0.391 ตามลำดับ

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, standard deviation, factor analysis, and structural equation model analysis.

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 Root Mean Square Residual (RMR) 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 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.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย (A Model of Factors in Creative Economics and Innovative Behavior Affecting the Long-run AEC Strategies of Thailand) เสร็จสมบูรณ์บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้นั้น เนื่องจากได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้ ในการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือแบบสอบถามสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์นั้น ได้รับการอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ 1) รองศาสตราจารย์ ดร. มงคล ดอนขวา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2) อาจารย์ ดร. กัมปนาท วิจิตรศรีกมล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกรัตน์ เอกศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ในการตรวจสอบความถูกต้องด้านเนื้อหาของข้อคำถามและให้คำแนะนำ เพื่อให้การศึกษابรรลุตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยจึงใคร่ขอขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

สุดท้าย ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขวัญกมล ดอนขวา

กรกฎาคม 2559

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูปภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย.....	5
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	7
1.6 คำนิยามศัพท์.....	7
2 ปรัชมนวัตกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	9
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	28
2.3 แนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	31
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์.....	37
2.5 แนวคิดยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.....	41
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.....	56
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	67
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	71
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย.....	71
3.2 ประชากร การกำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง สถานที่ทำการวิจัย.....	72

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.3 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย.....	74
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	75
3.5 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	77
3.6 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	78
3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	80
3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	81
4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจ สร้างสรรค์.....	84
4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ของคนไทย.....	87
4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาว ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย.....	79
4.5 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด.....	91
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน.....	96
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	99
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	103
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	106
5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	106
5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	107
รายการอ้างอิง.....	108
ภาคผนวก ก แบบสอบถามในการวิจัย.....	115
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา.....	125
ประวัติผู้เขียน.....	131

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เปรียบเทียบระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา.....	17
2.2 สรุปลักษณะเหมือนและความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Kleyesen and Street และ De Jong and Den Hartog.....	35
2.3 รายชื่อประเทศในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียน.....	41
3.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรทั้งหมดในจังหวัดเป้าหมาย.....	74
3.2 ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	78
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	83
4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์.....	84
4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย.....	87
4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย.....	89

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองกระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม.....	26
2.2 รูปแบบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน.....	47
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	69
4.1 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย.....	92
4.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย.....	93
4.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียนของประเทศไทย.....	95
4.4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย.....	97



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการทำวิจัย

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ภายในปี 2558 ที่มีบทบาทมากยิ่งขึ้นในระยะเวลาอันใกล้นี้ โดยมีแนวคิดที่ว่าอาเซียนจะเป็นเขตการผลิตเดียว หรือ Single Market and Production Base นั้นหมายถึงจะต้องมีการเคลื่อนย้ายปัจจัยทางการผลิตได้อย่างเสรี สามารถดำเนินกระบวนการที่ไหนก็ได้ โดยสามารถใช้ทรัพยากรจากแต่ละประเทศ ทั้งวัตถุดิบและแรงงานร่วมในการผลิต มีมาตรฐานสินค้า และกฎเกณฑ์กฎระเบียบเดียวกัน สมาชิกในกลุ่ม ASEAN ประกอบด้วยกลุ่มสมาชิก 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย ช่วงหลังอาเซียนได้เปิดการค้าเสรีกับประเทศภายนอกกลุ่มหลายประเทศทั้ง จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอินเดีย ในปัจจุบันอาเซียนนั้นได้ทำการค้าเสรีกับสหภาพยุโรป ผลดีของข้อตกลงต่างๆ ดังกล่าวคือการเปิดโอกาสทางการค้าของอาเซียน ให้มีศักยภาพและขยายตัวมากขึ้น รวมไปถึงการลงทุนจากนักลงทุนต่างชาติ เพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ ASEAN+6 ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพิจารณาความพร้อมในทุกด้าน ทั้งโครงสร้างทางเศรษฐกิจภาคเอกชนและโครงสร้างภาครัฐ เพื่อพิจารณาเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขัน และเตรียมความพร้อมในการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2543) ที่กล่าวว่าในอีก 20 ปีข้างหน้า สังคมไทยจะต้องเป็นสังคมผสมผสานและรักษาสมดุลระหว่างการอยู่ร่วมกับสังคมโลกและการรักษาความเป็นไทยไว้เช่นกัน โดยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งที่ช่วยเสริมให้ประเทศไทยสามารถยืนหยัดในประชาคมโลกและเป็นที่ยอมรับของนานาประเทศ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะต้องเชื่อมเข้ากับสังคมไทย เพื่อเป็นรากฐานของความคิดและการสร้างสรรค์ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ต่อประเทศ โดยสังคมไทยในอนาคตนั้นต้องอาศัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อสร้างความรู้คู่ไปกับปัญหาที่สร้างสรรค์เป็นรากฐานของการดำเนินชีวิตของคนไทย เป็นวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อประชาชน และนำพาสังคมแห่งการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสามารถที่จะอยู่ร่วมกับสังคมโลก โดยจำเป็นที่จะต้องสร้างความสามารถในการแข่งขันของตนเองขึ้นมา ดังนั้นการที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นโดยใช้ความได้เปรียบของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างเดียวยังคงไม่พอ หรือพึ่งพาความรู้และเทคโนโลยีจากประเทศอื่นดังเช่นที่ผ่านมาตลอดไปไม่ได้ จึงต้องมีการสร้างความคิดริเริ่มใหม่ วิธีการใหม่ เพื่อผลิตสินค้า

หรือบริการใหม่ที่จะนำไปเสนอต่อผู้ใช้ จะต้องมีการสร้างนวัตกรรมเพื่อสร้างสิ่งเหล่านี้ โดยสามารถพัฒนาขีดความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ขึ้นมา ต้องมีวิธีการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม

สำหรับเสาหลักการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ภายในปี 2558 เพื่อให้อาเซียนมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมืออย่างเสรี และเงินทุนที่เสรีขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2550 อาเซียนได้จัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) เป็นแผนบูรณาการงานด้านเศรษฐกิจให้เห็นภาพรวมในการมุ่งไปสู่ AEC ซึ่งประกอบด้วยแผนงานเศรษฐกิจในด้านต่างๆ พร้อมกรอบระยะเวลาที่ชัดเจนในการดำเนินมาตรการต่างๆ จนบรรลุเป้าหมายในปี พ.ศ. 2558 รวมทั้งการให้ความยืดหยุ่นตามที่ประเทศสมาชิกได้ตกลงกันล่วงหน้า เพื่อสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การก้าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่สำคัญดังนี้ (องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, ออนไลน์, 2557)

1. การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน
2. การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง
3. การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และ
4. การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

การที่ประเทศไทยจะสามารถได้รับประโยชน์ในการเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งเริ่มในปี พ.ศ. 2558 นั้น จำเป็นจะต้องพัฒนาประเทศตามเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยที่ในปัจจุบันประเทศไทยอยู่ในช่วงเวลาของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งนอกจากจะให้ความสำคัญเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงแล้ว ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อีกด้วย โดยจากการที่เศรษฐกิจโลกเริ่มเข้าสู่ภาวะหดตัวตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2551 และส่งผลกระทบต่อประเทศไทย เนื่องจากต้องพึ่งพิงเศรษฐกิจภายนอกประเทศในสัดส่วนที่สูง จึงจำเป็นต้องมีการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศอย่างจริงจัง รวมทั้งศึกษาและวิเคราะห์ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันที่ส่งผลเชื่อมโยงต่อการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาค (ภาคการผลิต) ของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2554) ขณะเดียวกันจำเป็นต้องพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสที่เน้นการพัฒนาด้วยการเจริญเติบโตแบบสมดุลและอยู่บนพื้นฐานของความได้เปรียบที่แท้จริงและยั่งยืนของประเทศ เพื่อให้โครงสร้างเศรษฐกิจไทยปรับจากการพึ่งพิงการใช้ที่ดินจำนวนมากควบคู่กับแรงงานราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ไปสู่ระบบเศรษฐกิจที่เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม เพื่อไปสู่เศรษฐกิจที่มีระดับการพัฒนาที่สูงขึ้น เป็นการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง

จริงจัง โดยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้ยึดตามรูปแบบของ UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development) เป็นกรอบ โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทย และสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย ต้องดำเนินการขับเคลื่อนการพัฒนาในวงกว้างให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งภาคการเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคการบริการที่อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมเข้ากับองค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy) ซึ่งเป็นกระแสการพัฒนาของโลกในปัจจุบัน โดยปัจจุบันแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ผลงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลกในการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพสูง ดังนั้นประเทศต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในฐานะที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ดังเช่นประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นต้นแบบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศอิตาลีที่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากมาย และประเทศเกาหลี ซึ่งใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรมผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์ และการท่องเที่ยว (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553) อีกทั้งการที่จะทำให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถขับเคลื่อนไปได้ด้วยดีเมื่อเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น ประชาชนในประเทศไทยควรที่จะมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วย

โดยที่พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น De Jong and Den Hartog (2008) เป็นผู้ที่ศึกษาค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมองค์กรโดยนำเสนอว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของบุคลากรในองค์กรยุคใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาโดยแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลในการคิดสร้างสรรค์ แนะนำและทดลองสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ไปใช้ในองค์กร เป็นลักษณะพฤติกรรมอย่างหนึ่งของบุคคลที่เห็นเป็นรูปธรรมสามารถที่จะแสดงออกมาได้ ซึ่งลักษณะพฤติกรรมดังกล่าว มักจะนำไปสู่การตอบโต้ต่อสถานการณ์ใหม่ๆ มากกว่าที่จะปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ใหม่ๆ นั้นได้ โดยแบ่งออกเป็น 4 ด้านได้แก่ 1) ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) 2) ด้านความคิดริเริ่ม

(Generativity) 3) ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด (Championing) และ 4) ด้านการประยุกต์ใช้ (Application) โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องภายในประเทศเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์กล่าวว่า พฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลในการคิด แนะนำ และทดลองสิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ไปใช้ในองค์กร มีการแสวงหาโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีการแสวงหาความคิดใหม่ๆ เพื่อที่จะนำมาปรับปรุงการปฏิบัติงานและพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีการติดตามความก้าวหน้าของวิทยาการและผลการวิจัยต่างๆ มีการแสดงออกถึงความสนใจในการกำหนดและขึ้นนำสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับขององค์กรตลอดจนสามารถนำไปใช้ได้จริง มีการวิเคราะห์และพิจารณาถึงความคิดใหม่ที่เกิดขึ้นมาได้ โดยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สามารถนำไปสู่นวัตกรรมใหม่ๆ ได้ (พชญา เอ็งบริบูรณ์พงศ์, 2545)

ดังนั้นการวิจัยเรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย จึงเป็นเรื่องที่มีความ น่าสนใจที่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ที่จะนำไป ประยุกต์ใช้กับการพัฒนาประเทศในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดวัตถุประสงค์ที่ สำคัญดังต่อไปนี้

1.2.1 เพื่อศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.2.2 เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และ ทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

1.2.3 เพื่อศึกษาถึงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.3 สมมติฐานการวิจัย

เพื่อให้ผลการวิจัยสอดคล้องกับการกำหนดวัตถุประสงค์ จึงได้กำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่สำคัญ ดังต่อไปนี้

1.3.1 เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลอง (computed covariance matrix) เท่ากับ เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ (sample covariance matrix)

1.3.2 ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้ทำการศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ส่วนพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นั้น ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) ด้านความคิดริเริ่ม (Generativity) ด้านการเป็นผู้นำความคิด (Championing) และด้านการประยุกต์ใช้ (Application) สำหรับยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) ประชาชนในประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่ม เจนเนอเรชันบี (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2506 มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี เป็นคนที่มีชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพกฎเกณฑ์ กตึกา อดทน ให้ความสำคัญกับผลงานแม้ว่า จะต้องใช้เวลาอันกว่าจะประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังมีแนวคิดที่จะทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว มี

ความทุ่มเทกับการทำงานและองค์กรมาก คนกลุ่มนี้จะไม่เปลี่ยนงานบ่อยเนื่องจากมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างมาก 2) เจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507-2519 มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี เป็นกลุ่มประชากรที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ต้องการความเป็นอิสระและต้องการการยอมรับ มีอุปนิสัยชอบเสี่ยงชอบทำอะไรใหม่ๆ ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีความยืดหยุ่น และมักท้าทายกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่อาจไม่เหมาะสมกับยุคสมัย 3) เจนเนอเรชันวาย (Why Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520-2542 มีช่วงอายุระหว่าง 17- 39 ปี เป็นกลุ่มคนที่มองโลกในแง่ดี ยอมรับความเปลี่ยนแปลง ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ให้ความสำคัญกับผลสำเร็จของงานหรือความท้าทายของเนื้อหาของงานมากกว่าวิธีการทำงาน ที่สำคัญมักเปิดใจยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างและความหลากหลายในแง่มุมต่างๆ เช่นความเป็นสากลได้ดี มีความสนใจใฝ่รู้ด้านเทคโนโลยีอย่างมาก และมีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ (Social Integrated, ออนไลน์, 2556; เตชะ เดชะวิวัฒนไพศาล และคณะ, 2557) กลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้เน้นเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความรู้ในเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนเมือง โดยจะทำการศึกษาในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา จำนวน 405 ตัวอย่าง

1.4.3 ขอบเขตด้านตัวแปร

ในการวิจัยเรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดขอบเขตตัวแปรที่สำคัญดังต่อไปนี้

1.4.3.1 ตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการใช้องค์ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค์งาน และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา
2. พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำความคิด และด้าน การนำไปประยุกต์ใช้

1.4.3.2 ตัวแปรแฝงภายใน คือ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่

1. ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน
2. ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน
3. ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
4. ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

1.4.3.3 ตัวแปรแฝงภายนอกมีผลกระทบต่อตัวแปรแฝงภายใน

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ผลการศึกษาแบบจำลองแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแผนพัฒนาประเทศได้ โดยการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมาประยุกต์ใช้ในการกำหนดแนวทางของรัฐบาลว่าควรให้ความสำคัญในการพัฒนาในประเด็นใดเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ในขณะเดียวกันรัฐบาลสามารถกำหนดนโยบายและมาตรการสำคัญในประเด็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญตามลำดับ นอกจากนี้ผลงานวิจัยดังกล่าวยังสามารถตีพิมพ์ในวารสารวิจัยและวิชาการในระดับชาติ หรือการนำเสนอผลงานในรูปแบบอื่น ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

สำหรับหน่วยงานที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ สถาบันการศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในทุกระดับของการศึกษา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย และยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.6 คำนิยามศัพท์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ผสมกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นนำมาสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง การแสดงความคิดริเริ่มเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์สามารถใช้งานได้เหมาะสม เป็นความรู้และความสามารถของบุคคลในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ การมองเห็นโอกาส และมีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานนำมาสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีขององค์กร

ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หมายถึง การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก รวมถึงความร่วมมือในด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางการพัฒนาระหว่างกันให้น้อยลง โดยมีเป้าหมายในการจัดตั้ง 4 ประการคือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง การเป็นภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน และการเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์



บทที่ 2

ปริทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย มีการศึกษาปริทัศน์ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมหัวข้อต่างๆ ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.3 แนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
- 2.5 แนวคิดยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2.1.1 ความหมายและความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Hawkins (2001) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึง "การสร้างมูลค่าที่เกิดจาก ความคิดของมนุษย์" โดยสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries: CI) ซึ่งหมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบ สำคัญ ซึ่งต่อมามองค์กรต่างๆ ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้นเป็นลำดับ

โดยองค์การระหว่างประเทศที่ทำหน้าที่ดูแลควบคุมและส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2 องค์กรหลักได้แก่ องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO: United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization) และ องค์การความร่วมมือเพื่อการค้า และการพัฒนา (UNCTAD: The United Nations Conference on Trade and Development) ต่าง ให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ โดยคำจำกัดความของ UNESCO อธิบายว่า เศรษฐกิจ สร้างสรรค์คือ อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถที่มีศักยภาพใน

การสร้างงานและความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา ในขณะที่องค์กรที่ให้คำจำกัดความค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างละเอียด และมีการนำเสนอในรูปแบบของรายงานอย่างเป็นทางการมากที่สุด คือ UNCTAD ในรายงาน "Creative Economy Report 2008" โดย UNCTAD ได้ให้คำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นแนวความคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทำให้เกิดการสร้างรายได้ สร้างงาน และสร้างรายได้จากการส่งออก ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการส่งเสริมกิจกรรมทางสังคม และสนับสนุนความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทั้งนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสังคมให้มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยว เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เน้นองค์ความรู้ เกี่ยวข้องกับมิติทางการพัฒนาการ เป็นการเชื่อมโยงทุกภาคส่วนทางเศรษฐกิจ ทั้งในระดับจุลภาคและมหภาค และเพื่อเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศต่างๆ จึงต้องการนโยบายที่เป็นนวัตกรรมใหม่ที่มีความหลากหลายทางแนวคิด และต้องการการปฏิบัติงานร่วมกันในทุกๆ หน่วยงาน และหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (UNCTAD, online, 2008)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการหลายท่านให้คำจำกัดความของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดย ชูวิทย์มิตรชอบ (2553) นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Social wisdom) และเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation) ซึ่งคล้ายคลึงกับคำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ที่ว่าเป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

ส่วนคำนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรม (Process or Activity) โดยเกิดจาก 2 ส่วนปัจจัยหลักด้วยกันคือ 1) ทุนทางปัญญา หรือองค์ความรู้ และ 2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานโดยการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่นนำมาสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ

2.1.2 การเปรียบเทียบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยและต่างประเทศ

การเผชิญกับภาวะวิกฤตเศรษฐกิจแฮมเบอร์เกอร์ทำให้เกิดภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงและต่อเนื่องในหลายประเทศทั่วโลก ดังนั้นรัฐบาลแต่ละประเทศจึงเริ่มมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเร่งด่วน ซึ่งบทความของ เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา (2553) ได้ยกตัวอย่างกรณีการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของบางประเทศ ได้แก่

ประเทศสหราชอาณาจักรซึ่งถือว่าเป็นต้นแบบที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบตั้งแต่การจัดตั้งทีมงานเพื่อทำการศึกษาและจำแนกประเภทอุตสาหกรรม การจัดเก็บข้อมูลและสถิติ และการวางแผนงานในระดับต่างๆ คือ นโยบายระดับชาติ (National Policies) นโยบายรายอุตสาหกรรม (Sectorial Policies) และนโยบายเฉพาะเรื่อง (Emerging Policies) นอกจากนี้ยังได้มีการจัดตั้งหน่วยงานต่างๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาคน การสนับสนุนทางการเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสนับสนุนที่ให้กับธุรกิจขนาดย่อม และการสนับสนุนทางด้านการวิจัยและพัฒนาผ่านสิทธิทางภาษีและโครงการต่างๆ นอกจากหน่วยงานภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนและภาคการศึกษาที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการป้อนบุคลากรสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี

สำหรับกรณีของประเทศฮ่องกง ภาครัฐมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นทางด้านบริการ ซึ่งรวมถึงการจัดการทางการเงิน การตลาด และโลจิสติกส์ โดยเน้นการจัดทำโครงการขนาดใหญ่เพื่อสร้างให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ฮ่องกงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ

ในส่วนของประเทศออสเตรเลียได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 โดยรัฐควีนส์แลนด์ได้กำหนดนโยบาย Creative Queensland มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม และศิลปะของรัฐควีนส์แลนด์ นอกจากนี้รัฐบาลยังได้ดำเนินมาตรการทางด้านภาษี เช่น นโยบายสิทธิภาษีสำหรับการผลิตภาพยนตร์และโทรทัศน์ ส่งเสริมให้ภาคเอกชนบริจาคสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือผลงานศิลปะ เช่น รูปวาด หนังสือ รูปปั้น เอกสารส่วนตัว อัญมณี เซรามิก และวัตถุทางประวัติศาสตร์หรือทางวิทยาศาสตร์ เป็นต้น ให้แก่องค์กรสาธารณะ และเปิดโอกาสให้องค์กรที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมขึ้นทะเบียนผู้บริจาคให้แก่องค์กร เพื่อได้รับสิทธิการลดหย่อนภาษี เป็นต้น

ในประเทศญี่ปุ่นมีการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งภาครัฐและเอกชนโดยภาครัฐเองมีนโยบายในการสนับสนุนเรื่องต่างๆ เช่น การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญา การส่งเสริมการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการด้านความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Creative Cluster) และเมืองแห่งความคิดสร้างสรรค์ (Creative City) การมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นจุดแข็ง ที่สำคัญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นจึงเน้นไปที่อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา (Content Industry) ซึ่งรวมถึงแอนิเมชัน ภาพยนตร์ ดนตรี และซอฟต์แวร์เกมส์ เป็นต้น

นอกจากนี้ ภัทรจิต จุมพล กอซโซลิ (2553) ได้เปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำประเด็นที่เป็นจุดเด่นของประเทศต่างๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นแนวความคิดในการใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นการนำเสนอเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และประเทศอิตาลีมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย เนื่องจากทั้งสองประเทศมีมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และจารีตประเพณีอันยาวนาน ที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยหลายประการ อาทิ ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ขนาดของประเทศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และรากเหง้าของอารยธรรมเมืองโบราณและสถาปัตยกรรม รวมทั้งชีวิตความเป็นอยู่ของคนทั้งในเขตเมืองและชนบทที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งจากการศึกษาเปรียบเทียบทั้งสามประเทศพบว่า รัฐบาลของสหราชอาณาจักรเห็นความสำคัญและผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง ตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่นจนบังเกิดผลเป็นรูปธรรมสามารถกระจายโอกาสการพัฒนาประเทศได้อย่างทั่วถึงทั้งที่มีทุนทางวัฒนธรรมไม่มากเหมือนหลายประเทศ ขณะที่ประเทศอิตาลี แม้จะเริ่มขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ช้ากว่า แต่การเป็นเมืองวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ (1) การเป็นศูนย์กลางทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม (2) มีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละเมือง (3) มีสถาปัตยกรรมและงานศิลปะที่ทรงคุณค่า (4) คนในชุมชนมีความผูกพันใกล้ชิด (5) มีการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (6) แรงงานท้องถิ่นมีความชำนาญเฉพาะด้าน (7) วิชาศึกษาขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนา และ (8) ช่างฝีมือในชุมชนมีทักษะและปรับตัวเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทำให้สามารถพัฒนาและสร้างสรรค์ผลผลิตของแต่ละเมืองให้มีเอกลักษณ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองด้านต่างๆ และสามารถกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นร่วมมือกันพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างความเก่าแก่และคุณค่าทางวัฒนธรรมกับความทันสมัยในปัจจุบัน องค์กรในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการบริหารจัดการชุมชนที่ดีให้สามารถดูแลตนเองในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาต่างๆ ตั้งแต่การศึกษา วิจัย ฝึกอบรม การแบ่งเขตที่อยู่อาศัยและเขตอุตสาหกรรม การจัดการขยะ

มูลฝอย ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และการปรับตัวของคนในชุมชนที่อาจมาจากความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 - 11 ซึ่งมีหลักการสำคัญคือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม อีกทั้งความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทยซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศไทยมีความสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่พัฒนาแล้ว ที่ได้นำกระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์บนแรงบันดาลใจจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมมายาวนานของสังคม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางสังคมจนกลายเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในที่สุด ถึงแม้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่มีข้อได้เปรียบหลายประการ อาทิ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทยมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและรักษาไว้ มีภูมิประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังดำรงอยู่และได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี และบางสถานที่ยังได้รับการอนุรักษ์ในฐานะมรดกโลก มีช่างฝีมือที่ทำงานประณีตละเอียดอ่อน มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งป่าไม้ ภูเขา ทะเล ได้ริเริ่มดำเนินการมาระยะหนึ่ง เช่น อุทยานธรรมชาติวิทยา อุทยานธรณีวิทยา อุทยานวิทยาศาสตร์ อุทยานเกษตรกรรม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงต้องมีความชัดเจนในเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เสริมสร้างการทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ปรับปรุงการถ่ายทอดความรู้ การศึกษา วิจัยและพัฒนา การประดิษฐ์คิดค้นหรือนวัตกรรม รวมทั้งปรับปรุงระเบียบกฎหมายที่คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่ล้ำสมัยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว หากการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ ประเทศไทยจะสามารถสร้างผลผลิตที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เข้ากับองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทั้งเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตให้เป็นที่รู้จัก ตลอดจนสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552; ภัทรจิต จุมพล กอซโซลี, 2553)

2.1.3 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรูปแบบต่างๆ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมต่างๆ ที่ได้รับการจัดกลุ่มบนพื้นฐาน 2 แนวคิดหลัก ได้แก่ กลุ่มที่แยกประเภทตามชนิดของสินค้าและบริการ และกลุ่มที่แยกประเภทตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยมีตัวอย่างรูปแบบการจัดกลุ่มที่รู้จักกันในปัจจุบัน 6 รูปแบบ เมื่อพิจารณาการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จะพบว่ามีความคิดในการจัดกลุ่มคล้ายคลึงกัน แต่ก็มีความแตกต่างกันเฉพาะในการเลือกกลุ่มอุตสาหกรรมที่ประเทศของตนมีความได้เปรียบ ดังนี้ (ชูวิทย์ มิตรชอบ, 2553)

1. การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศอังกฤษ (UK DCMS model) แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 13 กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ คือ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ และวิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์

2. การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic texts model) แบ่งออกเป็น 11 กลุ่มได้แก่ โฆษณา ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ดนตรี สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และวิดีโอ ศิลปะสร้างสรรค์ เครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่น ซอฟต์แวร์ และกีฬา

3. การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric circle model) แบ่งออกเป็น 14 กลุ่มได้แก่ วรรณกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง งานศิลปะ ภาพยนตร์ พิพิธภัณฑสถานและห้องสมุด การดูแลศิลปวัตถุและโบราณสถาน สื่อสิ่งพิมพ์ การบันทึกเสียง วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานออกแบบ และแฟชั่น

4. การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright model) ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนดแบ่งออกเป็น 20 กลุ่ม ได้แก่ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งานศิลปะและกราฟิก สื่อบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระจดาช เครื่องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่มห่มและรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าตกแต่งบ้าน และของเล่น

5. การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNESCO ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่มหลัก (Core culture domains) ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ (Culture and Natural heritage) การแสดง (Performance and Celebration) ทัศนศิลป์ งานฝีมือ และการออกแบบ (Visual arts, Crafts and Design) หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Books and Press) และสื่อทัศน์และสื่อดิจิทัล (Audio visual and Digital media) และกลุ่ม

อื่นที่เกี่ยวข้อง (Related domains) เพื่อเป็นทางเลือกในการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับลักษณะและวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

6. การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNCTAD ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional creation)

สำหรับการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้กำหนดขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทาง เศรษฐกิจของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ของไทยและสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ และปรับเพิ่มเติมตามรูปแบบของ UNESCO แบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักและ 15 สาขาย่อย (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา, 2553) ประกอบด้วย

1. มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/Biodiversity - Based Heritage) แบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย

2. ศิลปะ (Arts) แบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์

3. สื่อ (Media) แบ่งเป็น 4 กลุ่มคือ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี

4. งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) แบ่งเป็น 5 กลุ่มคือ การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

2.1.4 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การที่ประเทศไทยจะมุ่งให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทยจะต้องพิจารณาจากสถานะ ศักยภาพ และปัจจัยแวดล้อมของประเทศ ดังนี้ (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553)

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) วัดมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในช่วงปี 2548-2552 สูงถึงร้อยละ 10.6 และขยายตัวทุกปี โดยสาขาการออกแบบ แฟชั่น และงานฝีมือและหัตถกรรมเป็นกลุ่มที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 9.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ รองลงมา เป็นสาขาการกระจายเสียง ธุรกิจการพิมพ์ ธุรกิจโฆษณา และสถาปัตยกรรม ตามลำดับ ซึ่งมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 9 กลุ่ม ได้แก่ 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) งานออกแบบ 3) แฟชั่น 4)

ภาพยนตร์และวิดีโอ 5) การกระจายเสียง 6) ศิลปะการแสดง 7) ธุรกิจโฆษณา 8) ธุรกิจการพิมพ์ 9) สถาปัตยกรรม มีมูลค่ารวมเฉลี่ย 5 ปีที่ 875,488 ล้านบาท

2. ศักยภาพของประเทศไทย ผลการศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สศช. ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบพบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมีจุดแข็งด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ การมีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมสืบทอดกันมา ความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือหรือหัตถศิลป์ จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งทางทะเลและป่าไม้ การมีต้นทุนและค่าครองชีพต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีหลากหลาย อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนที่จะต้องแก้ไขและปรับปรุงมีทั้งความต่อเนื่องของนโยบาย การพัฒนาการบูรณาการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ระบบและการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ โครงสร้างพื้นฐานการวิจัยและพัฒนาที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

3. ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีโลก จำเป็นต้องมีการพัฒนาและสร้างเสริมปัจจัยต่างๆ ให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทั้งการพัฒนาระบบฐานข้อมูลใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และการคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพรองรับภาคการผลิตเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการดูแลและบริหารทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ อาทิ ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงสร้างสรรค์ กฎระเบียบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระบวนการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การสร้างนักสร้างสรรค์และแนวทางการประกอบอาชีพ เป็นต้น สร้างแหล่งเรียนรู้พัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับนักคิดสร้างสรรค์ได้แสดงผลงานเชิงพาณิชย์ เป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักคิด ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลอย่างจริงจัง

4. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้มีการจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์กรมหาชน) (สปร.) ขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ที่ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพความคิดของประชาชนและเยาวชน ประกอบด้วย 5 ส่วนงาน ได้แก่ 1) อุทยานการเรียนรู้ (สอร.) เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่ทันสมัยในรูปแบบ “ห้องสมุดมีชีวิต” 2) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (สคบ.) เป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลการเรียนรู้ด้านการออกแบบเพื่อสร้างสินค้าใหม่หรือผลงานที่เป็นต้นฉบับ 3) สถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.)

ถ่ายทอดความรู้สาขาต่างๆ ผ่านนิทรรศการสร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่าเรื่อง 4) ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ของประเทศไทย (สวทช.) เป็นศูนย์กลางการจัดการองค์ความรู้ในด้านชีววิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพและ 5) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม) มีบทบาทหลักในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ในทุกภาคส่วนของสังคม

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังอยู่ระหว่างการเริ่มต้นโครงการในการผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งประเทศไทยมีความคล้ายคลึงกับประเทศกำลังพัฒนาส่วนใหญ่ที่มีวัฒนธรรมทรัพยากร และวัตถุดิบที่มากพอ แต่อาจขาดซึ่งนโยบายที่ชัดเจนจากทางภาครัฐ ประชาชนยังขาดความรู้และความเข้าใจ ความไม่สอดคล้องของภาคการศึกษากับตลาดแรงงาน โครงสร้างการผลิตที่ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะพื้นฐานทางด้านระบบทรัพย์สินทางปัญญา อันเป็นการเอื้อต่อการจัดการองค์ความรู้และที่สำคัญคือการขาดซึ่งความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อน (Passion) ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริงโดยแสดงการเปรียบเทียบในตารางที่ 2.1 (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556)

ตารางที่ 2.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เปรียบเทียบระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศกำลังพัฒนา

ประเทศที่พัฒนาแล้ว	ประเทศกำลังพัฒนา
อุตสาหกรรมที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นสินค้า/บริการที่มีมูลค่าสูงสุดในเวทีการค้าโลก	อยู่ระหว่างการเริ่มต้นโครงการและผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมมีบทบาทมากกว่าสินค้าที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ	มีวัฒนธรรมทรัพยากรและวัตถุดิบแต่ขาดซึ่งนโยบายรัฐบาลที่ชัดเจนในการปฏิบัติที่เป็นองค์รวม
ประชาชนของรัฐบาลตระหนักถึงการมีความรู้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	ประชาชนยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความรู้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญารวมทั้งยังขาดซึ่งพลังขับเคลื่อน

ที่มา: พิริยะ ผลพิรุฬห์ (2556)

2.1.5 จุดอ่อนและจุดแข็งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

การขยายตัวของความต้องการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเอเชีย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้อ่อน จึงเป็นโอกาสในการพัฒนาตลาดภายในประเทศให้มากขึ้น รวมทั้งทำให้เกิดการแสวงหาผลิตภัณฑ์และบริการเชิงสร้างสรรค์ใหม่ๆ ที่ประเทศไทยมีศักยภาพและเป็นที่ต้องการในตลาดโลก เช่น แฟชั่น ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น ประกอบกับความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการเชื่อมโยงเครือข่ายได้สร้างโอกาสที่สำคัญหลายด้าน เช่น การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยองค์ความรู้และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ เป็นต้น ถือเป็นโอกาสสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยนำมาสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีทั้งจุดแข็งและจุดอ่อนที่รัฐบาลต้องทำความเข้าใจเพื่อให้เกิดการสนับสนุนและปรับปรุงแก้ไข นำไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เกิดประสิทธิภาพ สำหรับการวิเคราะห์จุดอ่อน และจุดแข็งในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้ (ชววิทย์ มิตรชอบ, 2553; เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2553)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้นมีจุดแข็งหลายประการ ที่มีส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้เป็นอย่างดี ดังนี้

1. มีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถสืบทอดจนเป็นมรดกโลกที่สำคัญ
2. มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย
3. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งทางทะเลและป่าไม้
4. มีความประณีตละเอียดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือผ่านการถ่ายทอดสู่ภูมิปัญญาไทย จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก
5. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ตลอดจนสามารถถ่ายทอดและรักษาไว้ได้เป็นจำนวนมาก
6. มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกันทำให้สามารถใช้เวลา ใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรบุคคลเพื่อการพัฒนาสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่
7. ประเทศไทยมีการดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา เช่น การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะผู้ประกอบการใหม่ การจัดตั้งอุทยานวิทยาศาสตร์ และแหล่งบริการความรู้นอกระบบการศึกษา (อาทิ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้) เป็นต้น ที่สามารถสนับสนุนการเชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่น และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเข้ากับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้

8. หน่วยงานรัฐให้ความรู้ด้านการตลาดและการสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้มากขึ้น เช่น การใช้สิทธิทรัพย์สินทางปัญญาที่มีอยู่ เช่น ลิขสิทธิ์ และสิทธิบัตร ค้ำประกันสินเชื่อเพื่อการลงทุน กองทุนหมู่บ้านสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กในระดับท้องถิ่นและชุมชน และกองทุนร่วมลงทุน (venture capital) เป็นต้น

สำหรับจุดอ่อนในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประเทศไทยควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วนเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดทางเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญดังนี้

1. ระบบข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ และการจำแนกประเภททางอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังไม่มีความชัดเจน
2. ขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนา ตลอดจนกลไกการขับเคลื่อนและการประสานงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
3. การสนับสนุนทางการเงินของสถาบันทางการเงินของไทยในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังคงอยู่ในวงจำกัดทั้งในเรื่องการผลิตและการวิจัยพัฒนา
4. ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญายังเป็นปัญหาสำคัญโดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายให้เด็ดขาดและมีประสิทธิภาพ
5. การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ในกระบวนการที่ต้องใช้ระยะเวลา ซึ่งประเทศไทยยังไม่มีแนวทางการถ่ายทอดและจัดเก็บอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ
6. โครงสร้างพื้นฐานและศูนย์รวมอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่มยังอยู่ในระดับที่ต้องการพัฒนาอีกมาก
7. ระบบมาตรฐานต่างๆ ทั้งเรื่องบริการ การผลิต สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม ยังต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอีกมาก
8. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะในระดับผู้ประกอบการทำให้อุตสาหกรรมการผลิตของไทยอาศัยทรัพยากรที่จับต้องได้ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เครื่องมือ เครื่องจักร มากกว่าทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาเป็นสำคัญ
9. การขาดกลไกบูรณาการและการเชื่อมโยงการทำงานและช่องทางการแลกเปลี่ยนความรู้ขององค์กรที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้การปฏิบัติงานในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศมีทิศทางแตกต่างกัน ส่งผลให้ลักษณะงานขาดความสอดคล้อง
10. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับน้อย เช่น กระทรวงศึกษาธิการยังมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในระดับมหภาค จึงขาดการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิตรายสาขา เป็นต้น

11. สภาพแวดล้อมโดยรวมไม่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ในเรื่องระเบียบและกระบวนการขอขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรที่มีความล่าช้า และขาดมาตรการจูงใจที่เอื้อต่อการพัฒนาระบบการผลิตที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งขาดกลไกในการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นธรรม

2.1.6 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แม้ว่าประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีความได้เปรียบจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปแล้วในระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นการยากสำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยในการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ จึงเป็นโอกาสสำคัญในการต่อยอดการพัฒนาและสร้างมูลค่าในเชิงพาณิชย์ ทั้งนี้ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะภาครัฐซึ่งมีบทบาทหลักในการวางนโยบายต้องมีความเข้าใจในห่วงโซ่มูลค่า (value chain) ของการผลิตและช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งความเชื่อมโยงของเครือข่ายการผลิตส่วนต่างๆ เพื่อกำหนดนโยบายสนับสนุนหรือแทรกแซงให้เหมาะสม (ชูวิทย์ มิตรชอบ, 2553)

การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทย ควรพิจารณาประเด็นดังต่อไปนี้ (พวงแก้ว พรพิพัฒน์, 2553)

1. สร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งบนฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่แทนการพึ่งอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความได้เปรียบด้านอัตลักษณ์และคุณค่าของทุนวัฒนธรรมที่สะสมมานานและเลียนแบบได้ยาก มาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการให้มีศักยภาพ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยเน้นการสร้างคุณค่าและผลิตภาพการผลิตให้กับสินค้าและบริการ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้โครงสร้างการผลิตของประเทศเข้มแข็งและแข่งขันได้ นอกจากนี้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยโดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งธุรกิจชุมชนที่มีทัศนคติและขีดความสามารถในการทำธุรกิจเชิงสร้างสรรค์พัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งด้านการออกแบบให้มีรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ที่ไทยมีศักยภาพทั้งขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศนำไปสู่การปรับสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและสังคมของคนเมืองกับคนชนบท ระหว่างภาคเศรษฐกิจในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก

2. เกิดสังคมสร้างสรรค์และสงบสุข เนื่องจากเงื่อนไขความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถยืนหยัดอยู่ในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุขทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและในด้านการทำงาน สามารถปรับตัวให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการพัฒนากระบวนการรับรู้และการคิดอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตใจทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย จิตแห่งวิทยาการ จิตแห่งการสังเคราะห์ จิตแห่งการสร้างสรรค์ จิตแห่งความเคารพ และจิตแห่งคุณธรรม โดยจิตแห่งการสร้างสรรค์ หมายถึง “การมีความคิดสร้างสรรค์ และคิดนอกกรอบ” เป็นการเปิดรับมุมมองใหม่ๆ ทางความคิด และแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ที่ออกนอกกรอบความคิดเดิม บนฐานคิดและแนวทางปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพพลเมืองไทยที่สามารถใช้คุณธรรมกำกับการใช้ความรู้ความคิดสร้างสรรค์ในเรื่องที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ยกระดับประชาชนทุกกลุ่มทุกพื้นที่ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการคิดสร้างสรรค์ตลอดจนการปรับใช้เทคโนโลยีในระดับที่เพียงพอต่อการเพิ่มผลผลิตการผลิต และยกระดับรายได้ลดความแตกต่างระหว่างอาชีพและพื้นที่ ทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

3. สร้างเศรษฐกิจสังคมสีเขียว เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสีเขียว ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่ยั่งยืน ไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเตรียมพร้อมรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของราคาอาหารและพลังงาน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอาศัยการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ใช้ความรู้และภูมิปัญญารวมทั้งต้องพึ่งการมีส่วนร่วมของทุกคน ในการพัฒนากระบวนการผลิตที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อการลดปรากฏการณ์เรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดโลกร้อน การอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการสร้างสมดุลของระบบนิเวศอาทิ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการเลือกใช้พลังงานทดแทน บนฐานศักยภาพของพื้นที่ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่นเพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

นอกจากนี้ เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยสามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถพัฒนาแบบยั่งยืนภายใต้ความร่วมมือของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศสพ.) ภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) ได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ดังนี้ (เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา, 2553)

1. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ภาครัฐต้องให้ความสำคัญสำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการสื่อสารและการคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนทางด้านวิจัยและพัฒนา การจัดหาแหล่งเงินทุน การพัฒนาการศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ การพัฒนาการตลาดสมัยใหม่และการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา มีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มาจากกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและแก้ไขต่อไป

2. การบูรณาการและการดำเนินงานของหน่วยงานการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนรวมทั้งมีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนา (Roadmap) ขึ้นมาให้ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์

3. การศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม ภาครัฐควรขับเคลื่อนในการทำการศึกษาค้นคว้าความรู้เพื่อการพัฒนาในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 5 สาขา คือ

- 3.1 มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ
- 3.2 เอกลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรม
- 3.3 งานช่างฝีมือและหัตถกรรม
- 3.4 อุตสาหกรรมสื่อ บ้านเทิง และซอฟต์แวร์
- 3.5 การออกแบบและพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์

การพัฒนาสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 5 สาขาจะสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์และบริการออกสู่ตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ควรมีการศึกษาและสร้างงานวิจัยที่มีการจัดทำฐานข้อมูลและมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดมาตรฐานขอบเขตของอุตสาหกรรมและบริการเชิงสร้างสรรค์ให้ชัดเจน มีวิธีการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นที่ยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมิน ติดตามผล และกำหนดนโยบายการพัฒนาลำดับต่อไป

4. การสร้างความตระหนักและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ กล่าวคือภาครัฐควรมีการผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการของไทยให้ได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดความคิดและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

สำหรับการรักษาทรัพย์สินของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มั่นคงเพื่อเป็นทุนของประเทศที่ยั่งยืน มีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ ดังนี้ (นิสวันต์ พิษณุดำรง, 2553)

1. การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ต้องเริ่มจากความรู้ความเข้าใจรากฐานทางวัฒนธรรม คำนึงถึงการอนุรักษ์และการใช้ประโยชน์อย่างรอบคอบ ต้องเข้าถึงและร่วมมือกับชุมชนท้องถิ่นด้วยความไว้วางใจกัน เนื่องจากทุนวัฒนธรรมเป็นสมบัติสาธารณะ ชุมชนเป็นเจ้าของร่วมกันเพื่อธำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนให้ดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีและยั่งยืน สามารถเผชิญผลกระทบการเปลี่ยนแปลงและภัยคุกคามจากภายนอก โดยเฉพาะการครอบงำจากทุนนิยมที่เน้นผลกำไรมากกว่าคุณค่าทางจิตใจ อาทิ การทำธุรกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญอาจทำลายศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น

2. การขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางผลักดันสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี วางระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมตลอดห่วงโซ่อุปทาน การศึกษาวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภคและกลุ่มผู้บริโภค เพื่อสร้างตลาดในประเทศที่สามารถบริโภคสินค้าวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้ก่อนที่จะนำไปสู่การส่งออกในระยะต่อไป การพัฒนาฐานข้อมูลวัฒนธรรมและการจัดการองค์ความรู้ พร้อมทั้งวางระบบการติดตามประเมินผลภายใต้กระบวนการทำงานเป็นเครือข่ายทั้งหน่วยงานส่วนกลาง ภูมิภาค ท้องถิ่น สถาบันการศึกษา และกลุ่มประชาคม ตลอดจนพัฒนากฎหมายระเบียบการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนและดำเนินการอย่างจริงจัง

3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ ทั้งการศึกษาวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง และการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจและการบริหารจัดการยุคใหม่ โดยปลูกฝังความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่เด็ก สอดแทรกการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน สนับสนุนอาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมศักยภาพและความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการทั่วไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

4. อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ใกล้จะสูญหาย โดยจัดให้มีเวทีหรือช่องทางในการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาไทยจากรุ่นสู่รุ่นอย่างสม่ำเสมอ สร้างเครือข่ายวัฒนธรรมไทยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการคัดกรองวัฒนธรรมจากภายนอก อาทิ มาตรการทางกฎหมาย มาตรการทางสังคม เพื่อให้เลือกรับแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์

พริยะ ผลพิรุฬห์ (2556) ได้ทำการวิเคราะห์บทบาทและความสำคัญของการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อเป็นปัจจัยช่วยในการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยกำหนดกรอบการวิเคราะห์ทางด้านการพัฒนาประเทศภายใต้บริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. จุดมุ่งหมายของการพัฒนาประเทศในบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิเคราะห์ถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การจ้างงาน การกระจายรายได้ และผลกระทบต่อการพัฒนาสังคมและชุมชนเป็นมิติที่ควรทำการวิเคราะห์ให้ครอบคลุม โดยในการศึกษาเชิงปริมาณจะสามารถใช้ในการวิเคราะห์ถึงผลกระทบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิงเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขนาดของการจ้างงาน และมูลค่าการจ้างงาน ผลตอบแทนในรูปแบบของกำไรและการกระจายรายได้ นอกจากนี้ ประเด็นในด้านความเท่าเทียมของการจัดสรรและการกระจายของผลผลิตและความมั่งคั่งที่เกิดขึ้น รวมถึงการมีส่วนร่วมทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจของประชาชนในทุกภาคส่วนยังคงเป็นประเด็นที่ได้รับความสำคัญและค้ำประกันจากผู้วางนโยบายและหน่วยงานในส่วนต่างๆ การศึกษาในเชิงคุณภาพจะช่วยให้เข้าใจถึงความเชื่อมโยงของแนวคิดและรูปแบบแนวทางในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชนไทยในระดับจุลภาค

2. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเกิดขึ้นได้จาก 2 ทาง ดังนี้

2.1 การขับเคลื่อนทางด้านอุปทาน การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการเกิดขึ้นของเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่จะส่งผลกระทบได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมได้ โดยผลกระทบทางตรง เช่น การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยในการสร้างสรรค์งานที่หลากหลายในธุรกิจเพลง ภาพยนตร์ สิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ เคเบิล และการออกแบบใหม่ๆ หรือการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการพัฒนาของเกมส์ ซอฟต์แวร์ และระบบเครือข่ายทางสังคม ส่วนผลกระทบทางอ้อม เป็นการเกิดขึ้นของระบบอินเทอร์เน็ตที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจโฆษณา รวมไปถึงการขยายตลาดการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ยังนำมาสู่ “อุปสงค์สืบเนื่อง” (Derived Demand) ของการจ้างงานแรงงานที่มีทักษะเฉพาะด้านและการบริโภคในสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โทรศัพท์แบบ Smart Phone หรือหน้าจอแบบระบบสัมผัส เป็นต้น

2.2 การขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะเจริญเติบโตได้ก็ต่อเมื่อการผลิตนั้นเป็นที่ยอมรับของคนจำนวนมากและสามารถสร้างประโยชน์ได้ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) จากการวิเคราะห์ของ UNCTAD พ.ศ. 2551 (ค.ศ. 2008) กล่าวว่า ความต้องการ (อุปสงค์) ในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมดังกล่าว โดยปัจจัย

ขับเคลื่อนทางด้านอุปสงค์ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้จาก 2 ช่องทางหลัก ได้แก่ 1) การส่งออกสินค้า เนื่องจากการบริโภคในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยทั่วไปแล้วจะเป็นไปในทางเดียวกันกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ของคนในประเทศ กล่าวคือประเทศที่คนมีรายได้ต่อหัวสูงมักจะมีสัดส่วน/มูลค่าของการบริโภคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สูงกว่าประเทศที่มีรายได้ต่ำ และ 2) การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อการยอมรับในวัฒนธรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ถูกกำหนดให้เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในหลายๆ ประเทศ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปและสามารถดึงดูดจากสื่อโฆษณาและสื่อบันเทิงได้ง่ายกว่านักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ

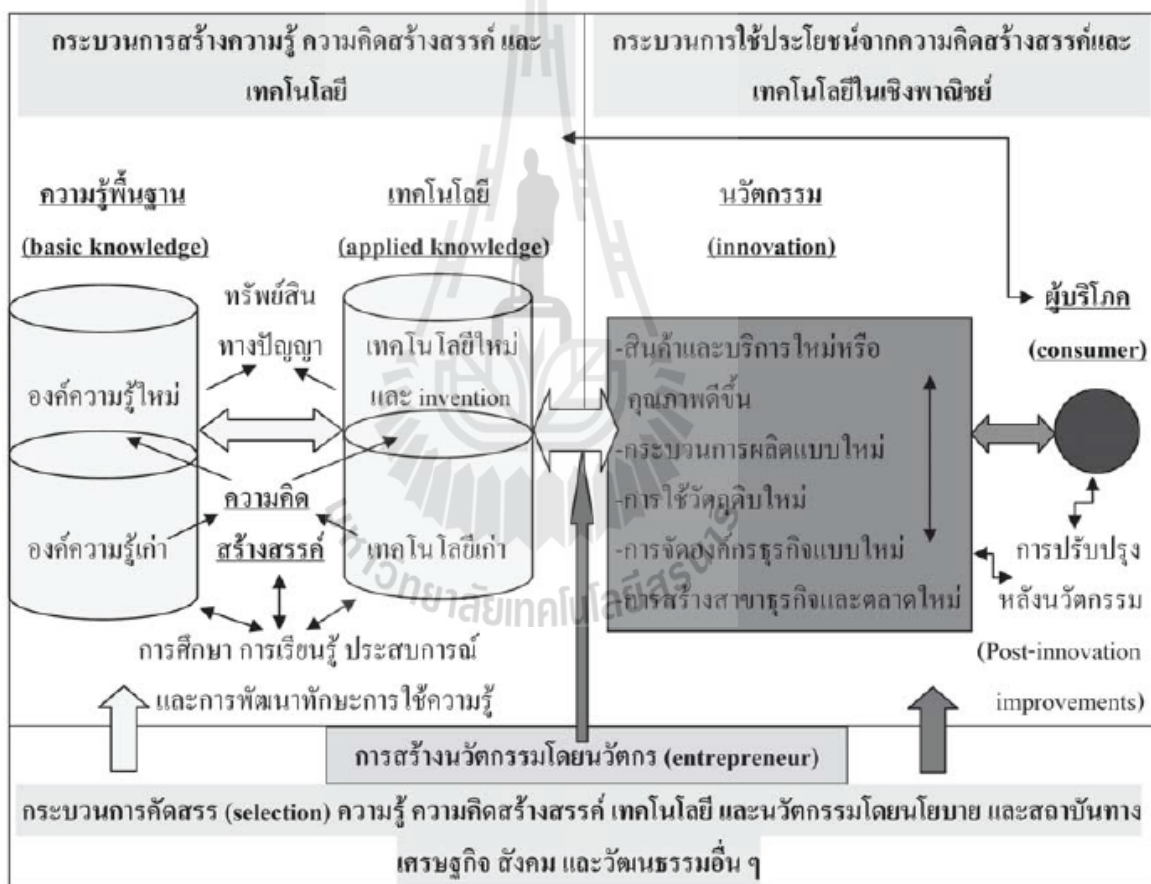
3. การสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2 ด้าน ได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐานทางการจัดการนวัตกรรมและทรัพย์สินทางปัญญา และ 2) โครงสร้างพื้นฐานทางการศึกษาและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งโครงสร้างพื้นฐานทั้งสองด้านมีความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน เนื่องจากจำนวนของนวัตกรรมและสิ่งประดิษฐ์สร้างสรรค์มักเกิดขึ้นจากระบบการบริหารนวัตกรรม และการจัดการทรัพย์สินทางปัญญาที่เข้มแข็ง ในขณะที่ระบบทรัพย์สินทางปัญญาที่มีประสิทธิภาพที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างสรรค์งานนวัตกรรม ทั้งนี้ทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเป็นผู้สร้างงานสร้างสรรค์ดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

4. การสร้างความรักและพลังในสังคมต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากเดิมที่ประเทศไทยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาจากระบบเศรษฐกิจอุตสาหกรรม ที่เน้นให้ความสำคัญกับการผลิตที่ใช้ทรัพยากรราคาถูกลงสู่การผลิตที่ใช้ทักษะและความรู้เป็นศูนย์กลางซึ่งจะนำมาสู่การเป็นสังคมฐานความรู้ จำเป็นที่จะต้องเน้นการเพิ่มทักษะและความรู้ของประชากรในประเทศ โดยเน้นทำงานที่ใช้สติปัญญา มากกว่างานที่ใช้แรงงาน ทั้งนี้ การใช้ความรู้แต่เพียงอย่างเดียว แต่ขาดซึ่งสร้างสรรค์อันเกิดจากความมุ่งมั่นจะทำให้การผลิตสินค้าและบริการขาดซึ่งชีวิตชีวา ดังนั้นการสร้างความมุ่งมั่นและพลังขับเคลื่อนของคนในสังคมเป็นการพัฒนาในรูปแบบนามธรรมที่มีความสำคัญที่สุดในการทำให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

2.1.7 กรอบการวิเคราะห์เศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม

กรอบการวิเคราะห์กระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวมซึ่ง กฤษดา แพทย์หลวง (2554) ได้ทำการสรุปเพื่อใช้เป็นพื้นฐานการกำหนดและประยุกต์ใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปในทิศทางที่ทำให้ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างแท้จริง ประกอบด้วย กระบวนการย่อย 2 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างความคิดสร้างสรรค์ และกระบวนการใช้ประโยชน์จากความคิด

สร้างสรรค์ในเชิงพาณิชย์ โดยพัฒนามาจากพื้นฐานทางทฤษฎีนวัตกรรมทางเศรษฐกิจของ Schumpeter ซึ่งกำหนดให้นวัตกรรม (entrepreneur) เป็นผู้นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว หรือจากการวิจัยและพัฒนาขึ้นมาใหม่มาใช้ในเชิงพาณิชย์ จนเกิดเป็นนวัตกรรมเพื่อให้ได้มาซึ่งกำไรและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ในแบบจำลองกระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม ดังภาพที่ 2.1 นั้น ความคิดสร้างสรรค์จะถูกผนวกไว้ในกระบวนการแรก ได้แก่ กระบวนการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ตลอดจนองค์ประกอบส่วนอื่นๆ ในกระบวนการดังกล่าว รวมถึง การศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ การพัฒนาทักษะ การใช้ความรู้ และทรัพย์สินทางปัญญา



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองกระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม
ที่มา: กฤษดา แพทย์หลวง (2554)

จากภาพที่ 2.1 ความคิดสร้างสรรค์ คือ การสร้างความรู้และเทคโนโลยีใหม่หรือเพิ่มเติมจากของเดิม เนื่องจากเป็นความคิดที่มีศักยภาพใน ‘การสร้าง’ หรือ ‘เป็นประโยชน์’ ไม่ใช่ความคิดที่ไม่เป็นประโยชน์ซึ่งไม่นับว่าเป็นความรู้ อีกทั้งความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่ข้อมูลที่ถูกจัดหามาและวิเคราะห์จัดเก็บไว้เป็นสารสนเทศทั่วไป แต่เป็นข้อมูลที่มีคุณสมบัติของความรู้ ได้แก่ ข้อมูลที่มีศักยภาพในการใช้ประโยชน์ซึ่งไม่ใช่เฉพาะความคิดใหม่ (new idea) แต่รวมถึงความคิดเดิมหรือประเด็นปัญหาที่เผชิญอยู่ ดังนั้นความคิดสร้างสรรค์จึงไม่เพียงเกิดจากพรสวรรค์ จินตนาการ และการคิดค้นใหม่ๆ แต่อาจเป็นผลของการศึกษา การเรียนรู้ ประสบการณ์ การพัฒนาทักษะการใช้ความรู้ การแก้ไขปัญหาในการทำงานและการมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าก็ได้

ความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้อาจอยู่ในรูปสิ่งประดิษฐ์ (invention) ที่เกิดจากพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์และเป็นสิ่งแรกในโลก หรือเป็นต้นแบบ (prototype) อาจอยู่ในรูปสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property rights) เช่น สิทธิบัตร (patent) สิทธิบัตรการออกแบบ (design rights) ความลับทางการค้า (trade secrets) ลิขสิทธิ์ (copyright) และเครื่องหมายการค้า (trademark) ทั้งหมดนี้ เป็นเพียงศักยภาพที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ และจำเป็นต้องถูกนำไปใช้ในกระบวนการที่สอง ซึ่งได้แก่ กระบวนการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ได้จริงในทางปฏิบัติ ในรูปนวัตกรรมทางการผลิตในแบบจำลองข้างต้น 5 ประการ ได้แก่ สินค้าและบริการใหม่ กระบวนการผลิตแบบใหม่ การใช้วัตถุดิบใหม่ การจัดองค์กรธุรกิจแบบใหม่ และการสร้างสาขาธุรกิจและตลาดใหม่ ซึ่งสามารถเกิดขึ้นได้ประการใดประการหนึ่ง หรือหลายประการพร้อมกัน จึงจะทำให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างสมบูรณ์ อย่างไรก็ตาม ในกระบวนการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ ผู้บริโภค และกระบวนการตลาด (market process) มีส่วนในการคัดสรรนวัตกรรมในขั้นสุดท้าย ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวได้ผนวกการปรับปรุงหลังนวัตกรรม โดยผู้บริโภคมีบทบาทในการใช้และการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ซึ่งนำไปสู่นวัตกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงที่ละน้อยเข้ามาภายใต้กระบวนการนี้ด้วย

จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน ซึ่งตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดสำคัญประการหนึ่ง คือ การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย ดังนั้นการปรับโครงสร้างการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยจากการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตที่

มีราคาถูกลงและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ไปเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างนวัตกรรม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง จะเป็นแนวทางหนึ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศไทย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมไทยให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองโดยใช้ทุนทางสังคม และทุนทางปัญญาในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ได้จัดทำรายงานการศึกษาเบื้องต้น เรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย สามารถสรุปได้ว่ามูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือประมาณร้อยละ 14-17 ของรายได้ประชาชาติ โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (functional creation) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (cultural heritage) และกลุ่มสื่อ (media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหากพิจารณาแยกรายกลุ่มย่อยจะพบว่า การออกแบบเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมาคือกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม และกลุ่มแฟชั่น โดยทั้ง 3 กลุ่มมีมูลค่ารวมกันประมาณร้อยละ 9.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกประมาณร้อยละ 1.3 (ปี พ.ศ. 2548) จัดอยู่ในลำดับที่ 17 ของโลก และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี (ระหว่างปี พ.ศ. 2543 - 2548) การศึกษาของ ศักดิ์สิทธิ์ บุคยพลากร และ โสมสกา เพชรานนท์ (2554) ที่ทำการศึกษาระยะและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย: กรณีศึกษากลุ่มการสืบทอดทางวัฒนธรรมและศิลปะ สามารถสรุปได้ว่า ผลผลิตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มการสืบทอดทางวัฒนธรรมและศิลปะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี ร้อยละ 9.15 สาขาทัศนศิลป์เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าผลผลิตรวมสูงสุดทุกปี และเป็นสาขาที่มีทุนกายภาพมากที่สุด และยังพบว่าสัดส่วนการใช้แรงงานสร้างสรรค์ต่อแรงงานทั่วไปเท่ากับ 30:70 และมีการใช้แรงงานสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.18 ต่อปี ในขณะที่การใช้แรงงานทั่วไปเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 2.75 ต่อปี ด้านมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มการสืบทอดทางวัฒนธรรมและศิลปะประมาณ 191,204 – 340,581 บาท โดยมีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 33.87 ต่อปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีแนวโน้มการเติบโตที่ดี ผู้ประกอบการให้ความสนใจในการผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์มากขึ้นทั้งจำหน่ายในประเทศและการส่งออกที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น นำมาสู่ความต้องการแรงงานฝีมือเพิ่มขึ้นเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ ถือเป็นแนวโน้มในการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

นอกจากนี้ พวงแก้ว พรพิพัฒน์ (2553) ได้ทำการวิเคราะห์ถึงการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต โดยจะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้า โดยการใช้นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการปกป้องผลงาน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ได้แก่ การผลิตบุคลากรที่มีความรู้และทักษะการคิดสร้างสรรค์ได้ทันความต้องการ การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์กระตุ้นการค้าเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและระดับโลก การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา และการเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจนกับคนรวย และคนเมืองกับคนชนบท ต้องอาศัยความร่วมมือเป็นเครือข่ายจากฝ่ายต่างๆ ในสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเดินหน้าพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยอย่างจริงจัง

ทางด้านการศึกษาคณะการประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ของณัฐ ชลเทพ (2554) พบว่า ในการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์นั้นมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ประกอบการเป็นหลัก ประกอบกับการสั่งสมความรู้ความสามารถที่ถนัด และเห็นว่าการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจทั้ง 4 ราย มีความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักของแต่ละธุรกิจ และใช้วัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ และเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบเสริม เพราะเป็นองค์ประกอบร่วมที่มีคุณลักษณะที่มีคุณค่า หายาก ทดแทนได้ยาก และลอกเลียนแบบได้ยาก เพื่อสร้างสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มได้และยังก่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจได้ในระยะยาว ด้านผลลัพธ์ทางธุรกิจ พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในยอดขายของสินค้า และสินค้าของธุรกิจมีเอกลักษณ์โดดเด่น และเป็นผู้เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก ส่วนปัญหาที่พบในการประยุกต์ใช้แนวคิดคือ การขาดแคลนคนงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจ สำหรับแนวทางการดำเนินงานในอนาคตนั้น ผู้ประกอบการแต่ละรายจะสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเสมอเพื่อตอบสนองให้ทันต่อความต้องการของลูกค้า

สุชาติ จรประดิษฐ์ และคณะ (2557) ได้ศึกษาอิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย พบว่า การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านความมีเอกลักษณ์ของสินค้า ด้านความยากต่อการลอกเลียนแบบ ด้านการขายได้ราคา และด้าน

วัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านความต้องการสินค้า และการใช้เทคโนโลยี มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาด นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานของผู้ประกอบการ ยังมีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาวอีกด้วย ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาตนเองและบุคลากรให้มีมุมมองและมีวิสัยทัศน์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ เช่น การเข้ารับการอบรมความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบสินค้า การหาประสบการณ์ใหม่ๆ หรือเปิดรับความคิดเห็นจากผู้อื่น รวมทั้งศึกษาความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและตรงตามความต้องการของตลาด

ทางด้านการศึกษากลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร วิริธา พานิชย์ (2557) พบว่า นักท่องเที่ยวให้คุณค่ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในองค์ประกอบด้านการมีผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่สวยงามและสร้างสรรค์ ด้านความสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่โดดเด่น ในส่วนของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้งานทักษะฝีมือและประเพณีในท้องถิ่น ด้านความสะดวกสบายในการเที่ยวชมรอบเมืองโดยมีรถราง รถสามล้อปั่น รถจักรยาน พร้อมมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำชม และสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนให้กับคนท้องถิ่นรูปแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแต่ละแห่งที่สามารถเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน รวมทั้งอาหารพื้นเมืองที่สามารถแปรรูปได้หลากหลายบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ในด้านศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าจังหวัดสกลนครมีสินค้าที่ระลึกที่สวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสามารถสร้างภาพลักษณ์ให้น่าจดจำ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ สามารถชูภาพลักษณ์จังหวัดสกลนครได้อย่างชัดเจน และมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสานที่เป็นเอกลักษณ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดี

วรรณภา โชคบรรดาลสุข และคณะ (2558) ทำการศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำ และพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสม พบว่า มีปัญหาด้านต้นทุนการผลิตแพงขึ้น คนสนใจทอผ้าลดลง ผ้ามีคุณภาพไม่ค่อยได้มาตรฐาน มีการแปรรูปน้อยไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ชาดคนที่มีความรู้และฝีมือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ส่วนปัญหาด้านการตลาดพบว่า ชาดการประชาสัมพันธ์ การกระจายสินค้านี้อยู่ ไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ ที่ผสมผสานกับเทคโนโลยีพื้นบ้าน สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จพบว่า ควรส่งเสริมให้ช่างทอรุ่นเก่าถ่ายทอดความรู้สู่ช่างทอรุ่นใหม่ที่น่าสนใจ ใช้นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมผ้า และมีวัฒนธรรมผูกโยงกับผ้าไทยทรงดำใน

พิธีกรรมต่างๆ ส่วนกลยุทธ์การแข่งขันที่เหมาะสมสำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี คือ สร้างคุณค่าของผ้าโดยเน้นว่าเป็นผ้าทอมือและเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างช่างทอรุ่นใหม่ ปลูกจิตสำนึก สืบสานอนุรักษ์ สร้างตราสินค้าในผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มุ่งเน้นขายตลาดเฉพาะคนไทย สร้างเครือข่ายด้านการผลิตและการตลาด รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและสถาบันการศึกษาควรมีส่วนช่วย ส่งเสริมและให้การสนับสนุน

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในด้านการผลิตสินค้าและบริการ และการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ว่า หัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานของ องค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิต เป็นสินค้า โดยการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และใช้ลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการ ปกป้องผลงาน ซึ่งข้อได้เปรียบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย คือ ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพนั้นยังต้องอาศัยปัจจัยด้านตัวบุคคลเป็น สำคัญ โดยต้องเป็นบุคคลที่มีองค์ความรู้ การศึกษา ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และการใช้ทรัพย์สินทาง ปัญญา ในการผลิตสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถใน การแข่งขันของธุรกิจ อีกทั้งยังต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อสนับสนุน ช่วยเหลือ และพัฒนาให้ ผู้ประกอบการมีวิสัยทัศน์ที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาและทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว นำมาสู่การพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยที่ยั่งยืน

2.3 แนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

2.3.1 ความหมายและความสำคัญของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

นักจิตวิทยาหลายท่านให้ความหมายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีความคล้ายคลึงกัน โดย Ford (1996) ให้ความหมายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ว่าหมายถึง การกระทำของบุคลากรในการคิดริเริ่ม สิ่ง ใหม่ แตกต่างกับสิ่งอื่น มีคุณค่าหรือมีประโยชน์ต่อองค์กร ประกอบด้วยการสร้างความรู้สึกรัก การ สร้างแรงจูงใจ รวมทั้งต้องมีความรู้และความสามารถด้วย

Georg and Zhou (2001) ให้ความหมายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นผลลัพธ์ของปฏิสัมพันธ์ ระหว่างบุคคลและสถานการณ์ ทำให้เกิดแนวคิดที่สามารถผลิตผลงานหรือผลิตผลใหม่และมีประโยชน์

Kleysen and Street (2001) นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ว่าเป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นเป็นอย่างยิ่งสำหรับบุคลากรในองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือปรับปรุงให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ให้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในงานที่ปฏิบัติอยู่

อีกทั้ง เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2549) ได้ให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์ว่าเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิมและใช้ประโยชน์ได้อย่างเหมาะสม โดยองค์ประกอบของความคิดสร้างสรรค์นั้น ได้แก่ เป็นสิ่งใหม่ ใช้การได้ และมีความเหมาะสม

พรพรรณ บัวทอง (2557) สรุปนิยามพฤติกรรมสร้างสรรค์จากการให้ความหมายของนักวิชาการหลายท่านไว้ว่า เป็นการแสดงออกในการคิดริเริ่มแนวใหม่ โดยผสมผสานบูรณาการและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ เข้าด้วยกัน ค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในองค์กรอย่างเหมาะสม และมีการส่งเสริมจูงใจให้ผู้อื่นเห็นความสำคัญของการสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถนำความคิดสร้างสรรค์นั้นมาใช้ประโยชน์แก่องค์กรได้

สรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ คือ การแสดงความคิดริเริ่มเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ สามารถใช้งานได้อย่างเหมาะสม เป็นความรู้และความสามารถของบุคคลในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ การมองเห็นโอกาส และมีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการทำงานนำมาสู่ผลการปฏิบัติงานที่ดีขององค์กร

2.3.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นพฤติกรรมที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งของบุคลากรในองค์กรยุคใหม่ที่เผชิญกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานทางธุรกิจทั้งภายในและภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยบุคคลมีพื้นฐานทางความคิดสร้างสรรค์อยู่แล้ว หากแต่การได้รับแรงกระตุ้นรวมถึงระดับในการนำมาประยุกต์ใช้แตกต่างกัน ดังนั้น จึงมีนักวิชาการหลายท่านให้ความสำคัญ เพื่อทำความเข้าใจถึงปัจจัยหรือกระบวนการที่ทำให้เกิดการแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยตัวอย่างแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการอธิบายการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีดังต่อไปนี้

ทฤษฎีการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม (Diffusion of Innovation Theory) ของ Rogers ซึ่งกล่าวถึงบุคคลที่เป็นผู้ริเริ่ม (innovator) จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มและมีระดับขั้นของการตัดสินใจเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรม (The Innovation Decision Process) 5 ขั้น ดังต่อไปนี้ (Rogers, 1995 อังโน ปิยะรัตน์ พุมวิเศษ, 2553)

1. ขั้นการรับรู้ เป็นการรับรู้ข้อมูลสิ่งใหม่ๆ ที่เข้ามา รวมทั้งการรับรู้องค์ประกอบของข้อมูลที่ ต้องการนำมาใช้ประโยชน์และหน้าที่หลักของการทำงานของสิ่งๆ ที่เข้ามาว่ามีวิธีการทำงานอย่างไร
2. ขั้นการจูงใจ เป็นการจูงใจเพื่อให้เกิดการยอมรับในการนำสิ่งๆ ที่เข้ามาใช้ในการทำงาน
3. ขั้นการตัดสินใจ เป็นการตัดสินใจเพื่อที่จะนำเข้ามาสิ่งใหม่ๆ มาใช้ในงานโดยพิจารณาถึง ประโยชน์และความจำเป็น
4. ขั้นการนำไปใช้ เป็นการยอมรับและเป็นการนำสิ่งๆ ที่เข้ามาใหม่มาใช้ในงาน
5. ขั้นการยืนยัน เป็นการยืนยันถึงประโยชน์และความจำเป็นของสิ่งๆ ที่เข้ามาใหม่ที่เป็นที่ยอมรับ และนำเข้ามาใช้

นอกจากนี้ แนวคิดเรื่องการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับเชิงวิชาการอย่าง กว้างขวาง ได้แก่ แนวคิดของศาสตราจารย์ Teresa Amabile ในปี ค.ศ. 1998 ได้อธิบายแนวคิดนี้ไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์สามารถพัฒนาได้ด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ พื้นฐานความรู้ความชำนาญ (expertise) ทักษะการคิดสร้างสรรค์ (creative thinking) และแรงจูงใจ (motivation) (Amabile, 1998 อ้างใน เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล, 2554) มีรายละเอียดดังนี้

1. พื้นฐานความรู้ความชำนาญ หมายถึง ความรู้และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน เป็นความ ฉลาดรอบรู้ในประเด็นนั้นๆ อย่างดี รวมถึงประสบการณ์ในการทำงาน เปรียบเสมือนเป็นฐานข้อมูลความรู้ ของบุคคล
2. ทักษะความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ทักษะคิดและกลไกทางความคิดที่บุคคลหนึ่งๆ พิจารณาใช้ ในการแก้ปัญหา เป็นความสามารถในการประยุกต์พื้นฐานความรู้ความชำนาญมาใช้ประโยชน์ และ ความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง ทักษะดังกล่าวมักได้รับการพัฒนามาจากบุคลิกภาพ ประสบการณ์ และแนวทางในการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล
3. แรงจูงใจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motivation) ซึ่งมา จากการกระตุ้นของปัจจัยภายนอก เช่น ผลตอบแทนในการรูปของเงิน โบนัส การเลื่อนตำแหน่ง อย่างไรก็ตาม Amabile มองว่าแท้จริงแล้วผลตอบแทนดังกล่าวอาจไม่ได้เป็นตัวส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของแต่ละบุคคลเสมอไป ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยที่น่าจะมีอิทธิพลต่อความคิดสร้างสรรค์มากกว่าคือ แรงจูงใจ ภายใน (intrinsic motivation) ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดขึ้นจากความปรารถนา ความรู้สึกถึงภารกิจที่ทำ ทาย ความรู้สึกยินดีและสุขใจในการทำงาน หรือฝ่าฟันแก้ไขปัญหา ตลอดจนความสนใจใฝ่รู้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ปัจจัยดังกล่าวอาจเกิดขึ้นจากแรงขับเคลื่อนของบุคคล หรืออาจได้รับการกระตุ้นและส่งเสริมจาก องค์กรก็ได้

2.3.3 องค์ประกอบของแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

Kleysen and Street (2001) สรุปว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นการแสดงออกหรือการกระทำของบุคคลในการคิด แนะนำ และทดลองสิ่งใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์นำไปใช้ในองค์กร ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. พฤติกรรมด้านการแสวงหาโอกาส (Opportunity Exploration) หมายถึง การค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ได้แก่ การพิจารณาและหาโอกาสในการที่จะคิดหรือนำสิ่งใหม่ๆ ไปใช้ในการทำงาน
2. พฤติกรรมด้านความคิดริเริ่ม (Generativity) หมายถึง การแสดงออกถึงความสนใจในช่วงเริ่มต้นสำหรับการกำหนดและชี้แนะสิ่งใหม่ๆ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับขององค์กร จนกระทั่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ได้แก่ การที่บุคคลมีกระบวนการคิด พิจารณาและอธิบายถึงโอกาสที่จะเกิดความคิดสร้างสรรค์ขึ้นกับเพื่อนร่วมงาน จากนั้นจะต้องจัดลำดับความคิด และแสวงหาถึงความสัมพันธ์หรือความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดใหม่ที่เกิดขึ้นมากับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกิดขึ้นจากการทำงาน
3. การวิเคราะห์ข้อมูล (Formative investigation) หมายถึง การวิเคราะห์และพิจารณาถึงความคิดใหม่ที่คิดขึ้นมา ได้แก่ การบูรณาการความคิดต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน การนำความคิดนั้นไปทดลองใช้ รวมทั้งมีการวิเคราะห์ถึงข้อดีและข้อจำกัดของความคิดใหม่ด้วย
4. พฤติกรรมด้านการเป็นผู้นำความคิด (Championing) หมายถึง ผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และสามารถนำความคิดนั้นมาใช้ในการปฏิบัติงานได้ ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรและเชื่อมั่นในศักยภาพของความคิดใหม่นั้น โดยบุคคลที่เป็นผู้นำทางความคิดต้องสามารถระดม ชักจูงและโน้มน้าวผู้อื่นให้สนับสนุนเห็นด้วยกับความคิดใหม่ของตน เพื่อนำความคิดนั้นไปเผยแพร่ให้กับบุคคลอื่นต่อไป
5. พฤติกรรมด้านการประยุกต์ใช้ (Application) หมายถึง การนำความคิดใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยจะต้องมีการนำไปทดลองประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานประจำ มีการปรับปรุงผลการผลิตที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์นั้น รวมทั้งต้องพยายามทำให้ทุกคนในองค์กรนำความคิดใหม่ๆ นั้นไปใช้ปฏิบัติให้เป็นงานประจำ

ด้านการศึกษาของ De Jong and Den Hartog (2008) ผู้ศึกษาค้นคว้าเรื่องพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ (Innovative Work Behavior) เสนอว่าพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์เป็นการทำงานเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงานและนำความรู้ที่ได้จากการทำงานนั้นๆ ไปประยุกต์ใช้ต่อไป เพื่อเป็นการช่วยให้ผลการทำงานประสบความสำเร็จและช่วยปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1) การแสวงหาโอกาส (Opportunity exploration) หมายถึง การสำรวจ ค้นหาโอกาส การมองหาวิธีการใหม่ๆ ที่สามารถนำมาปรับปรุงและพัฒนา กระบวนการการทำงานในปัจจุบันให้ดียิ่งขึ้น

2) การริเริ่มความคิด (Idea generation) หมายถึง การคิด สิ่งใหม่ๆ การคิดแก้ปัญหา การมองมุมที่แตกต่าง โดยอาจเป็นการคิดปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ได้สิ่งใหม่ โดยนำความคิดที่ได้มาพัฒนาต่อยอด เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน การคิดริเริ่มเป็นทักษะที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้เกิดการทำงานอย่างสร้างสรรค์

3) การเป็นผู้นำความคิด (Championing) หมายถึง การนำความคิดที่ได้จากการแสวงหาโอกาส และการคิดริเริ่มมาขยายพัฒนาต่อและใช้ในการทำงาน การเป็นผู้นำทางความคิดเน้นที่กระบวนการการชักจูงให้ผู้อื่นคล้อยตาม และเห็นถึงความสำคัญของความคิดที่เกิดขึ้นว่าจะประโยชน์ต่อองค์กร

4) การประยุกต์ใช้ (Application) หมายถึง การนำความคิดจากกระบวนการต่างๆ มาพัฒนาประยุกต์ใช้ในงานที่ทำประจำ ติดตามผลกระทบที่เกิดขึ้น แก้ไข และพัฒนาให้งานนั้นๆ ดียิ่งขึ้น การประยุกต์ใช้เป็นขั้นตอนที่แสดงให้เห็นว่าเกิดพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์

ถึงแม้ว่าองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของ Kleysen and Street และ De Jong จะมีความคล้ายคลึงกันในหลายองค์ประกอบ อย่างไรก็ตาม De Jong and Den Hartog ได้ปรับลดองค์ประกอบที่ 3 ของ Kleysen and Street คือ การวิเคราะห์ข้อมูล (Formative investigation) เนื่องจากเห็นว่าองค์ประกอบดังกล่าวสามารถพบได้ในองค์ประกอบขั้นการคิดริเริ่มเช่นกัน เพราะเป็นลักษณะของกระบวนการคิดเหมือนกัน เมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบของพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Kleysen and Street และ De Jong and Den Hartog สามารถสรุปความเหมือนและความแตกต่างของทั้ง 2 แนวคิด ได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สรุปความเหมือนและความแตกต่างของพฤติกรรมการทำงานเชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดของ Kleysen and Street และ De Jong and Den Hartog

ผู้วิจัย	Opportunity exploration	Generativity	Formative investigation	Championing	Application
Kleysen and Street (2001)	√	√	√	√	√
De Jong and Den Hartog (2008)	√	Idea generation		√	√

ที่มา: De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008)

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้วิจัยนำแบบจำลองพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของ De Jong and Den Hartog มาประยุกต์ใช้ในการกำหนดตัวแปรของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ส่งผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบไปด้วย พฤติกรรมด้านการแสวงหาโอกาส พฤติกรรมด้านความคิดริเริ่ม พฤติกรรมด้านการเป็นผู้นำความคิด และพฤติกรรมการประยุกต์ใช้ ซึ่งคาดว่าจะการแสดงผลของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 ด้านของบุคคลทั้งที่เป็นบุคลากรในองค์กร หรือเป็นผู้ประกอบการ จะสามารถสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่มีจุดเด่น เสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันขององค์กร นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถแข่งขันได้อย่างทัดเทียมกับนานาชาติ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างเต็มศักยภาพ

2.3.4 ประโยชน์ของพฤติกรรมสร้างสรรค์

ไชแสง โปธิโกสม กล่าวถึงประโยชน์ในการแสดงออกทางพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อทั้งระดับบุคคล และระดับองค์กร สามารถสรุปได้ดังนี้ (ไชแสง โปธิโกสม, 2543 อ้างใน สุดารัตน์ เหลาฉลาด, 2547)

1. พฤติกรรมสร้างสรรค์ที่มีผลต่อระดับบุคคล ได้แก่ 1) ช่วยให้บุคคลมีการพัฒนาด้านความรู้สึกนึกคิด ได้แก่ ความรู้สึกว่าตนเองทำงานประสบความสำเร็จ มีความต้องการที่จะทำสิ่งใหม่ๆ มีความรู้สึกพร้อมและมีความเชื่อมั่นในตนเอง ริเริ่มสิ่งต่างๆอยู่เสมอ 2) ช่วยให้บุคคลพัฒนาบุคลิกภาพ ได้แก่ มีความยืดหยุ่น อดทนอดกลั้น ยึดติดกับสิ่งที่ทำตาย ทำงานที่มีความซับซ้อนในห้วงล่าง และ 3) สามารถแก้ไขปัญหาและตัดสินใจภายใต้สิ่งแวดล้อมที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ๆโดยสามารถแก้ไขปัญหาได้ รู้จักช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2. พฤติกรรมสร้างสรรค์ที่มีผลต่อระดับองค์กร ได้แก่ 1) เพิ่มประสิทธิภาพเพื่อความอยู่รอดขององค์กรและสามารถคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงต่างๆได้ 2) ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในองค์กรด้านผลผลิต กระบวนการหรือวิธีการใหม่ๆ ที่ดีขึ้นได้ และ 3) ช่วยให้ผู้บริหารตระหนักในการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆ ที่ดีขึ้นได้ ขณะเดียวกันจะทำให้ผู้บริหารพัฒนาผู้อื่นให้มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรภายในองค์กร เพื่อเรียนรู้ในการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ๆด้วย

ดังนั้น พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์จะมีประโยชน์ทั้งต่อบุคคลและองค์กรทุกระดับ โดยการพัฒนาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีกว่า เนื่องจากพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์เป็นความสามารถที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตของความคิด คือความคิดที่แปลกใหม่และความคิดที่เป็นประโยชน์ สามารถนำไปใช้แก้ปัญหาและการตัดสินใจ เพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งตัวบุคคล และองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สรุปได้ว่า เป็นการแสดงออกของพฤติกรรมในการคิดริเริ่มเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่เป็นประโยชน์ สามารถใช้งานได้อย่างเหมาะสม โดยมีการผสมผสานบูรณาการและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ เข้าไว้ด้วยกัน ค้นหาโอกาสที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่มาใช้ในองค์กร การคิดวิธีการใหม่ๆ เพื่อใช้ในการแก้ไขปัญหาในงาน สามารถนำทรัพยากรที่มีอยู่มาประยุกต์กับแนวคิดใหม่ได้อย่างเหมาะสม มีการส่งเสริมจิตใจให้คนอื่นเห็นความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการแสดงออกของบุคคลในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนำความคิดสร้างสรรค์นั้นมาใช้ประโยชน์ในองค์กรได้ นอกจากนี้ สาระสำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ได้ให้ความสำคัญในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งถ้าประชาชนภายในประเทศไทยมีคุณลักษณะที่มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้วยแล้วจะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสพัฒนามากยิ่งขึ้นและได้รับประโยชน์จากการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ นำแนวคิดของ De Jong and Den Hartog ที่ได้ทำการสรุปองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ไว้ 4 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ เพื่อหาแนวทางในการกระตุ้นและพัฒนาบุคลากรของประเทศให้มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ในการรับมือเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์

Amabile et al. (1996) ได้ทำการศึกษาพนักงานของบริษัท High-Tech Electronics International ในประเทศสหรัฐอเมริกา พบว่ามีปัจจัย 5 ข้อที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคคลในการส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ (1) การมีข้อมูลข่าวสารที่เปิดเผยสนับสนุนให้เกิดความคิดใหม่ (2) ความอิสระในการทำงาน (3) มีทรัพยากรที่เพียงพอเหมาะสมในการทำงาน (4) แรงกดดัน ซึ่งประกอบทั้งแรงกดดันทางบวกและแรงกดดันทางลบที่ทำให้พนักงานรู้สึกท้าทายในการทำงาน และ (5) การสนับสนุนจากองค์กรหรือผู้บังคับบัญชา กล่าวสรุปได้ว่า วิธีการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์สามารถกระทำได้ และเกิดขึ้นได้ทุกเพศทุกวัย ซึ่งจะต้องมีศักยภาพทางการคิด ความอยากรู้อยากเห็น กล้าเสี่ยง กล้าที่จะคิดริเริ่มในสิ่งแปลกใหม่ มีจินตนาการและอารมณ์ขัน รู้จักประเมินความก้าวหน้าด้วยตนเอง ฝึกต่อสู้กับความล้มเหลว และความคับข้องใจ สามารถอยู่ในสถานการณ์ที่คลุมเครือและหลีกเลี่ยงการใช้เกณฑ์มาตรฐาน ควรจัดบรรยากาศแบบอิสระในการคิดและการแสดงออก เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนให้องค์กรเจริญก้าวหน้าต่อไป

ด้านการศึกษาของ ปิยะรัตน์ พุมวิเศษ (2553) ได้ศึกษาปัจจัยพยากรณ์พฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร พบว่า พยาบาลที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีการแสดงออกถึงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในระดับดี ซึ่งมีการแสดงออกทางพฤติกรรมโดยการสนับสนุนให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการพัฒนา มีการหาโอกาสเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ๆ และนำแนวคิดที่ได้จากการประชุมวิชาการมาใช้ในการปฏิบัติงาน ถึงแม้ว่าจะมีระดับความเครียดในงาน แต่ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชน นอกจากนี้ยังพบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านจิตใจ ทำให้พยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลเอกชนแสดงออกถึงพฤติกรรมสร้างสรรค์ได้ กล่าวได้ว่า เมื่อหัวหน้าหรือผู้ป่วยมีการให้กำลังใจ สร้างแรงจูงใจให้พยาบาลเห็นความสำคัญของงาน เห็นถึงความสามารถของตนเองในการที่จะทำงานให้สำเร็จได้ รวมทั้งการให้อิสระในการตัดสินใจ ให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ต่อการทำงานเพื่อพัฒนาศักยภาพของตน ทำให้พยาบาลมีความมุ่งมั่นและกระตือรือร้นที่จะพัฒนางานของหน่วยงานให้บรรลุเป้าหมาย โดยเฉพาะการสร้างสรรคงานใหม่ๆ ที่จะทำให้เกิดคุณภาพที่เป็นเลิศของหน่วยงานที่ตนปฏิบัติอยู่

จากการศึกษาพฤติกรรมสร้างสรรค์และบริบทของการทำงานในองค์กรจากอิทธิพลของความกล้าเสี่ยง เตชา เตชะวัฒน์ไพศาล (2554) ให้ความสำคัญกับพฤติกรรมความกล้าเสี่ยงกล้าปฏิบัติในการนำแนวคิดต่างๆ มาเรียนรู้และปฏิบัติจริง ซึ่งนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม พบว่า ความกล้าเสี่ยงกล้าปฏิบัติเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดพฤติกรรมสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กร นอกจากนี้ ปัจจัยดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างความรู้สึกสนุกกับงาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมสร้างสรรค์ด้วย แสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะทางจิตวิทยาของแต่ละบุคคล เช่น ความรู้สึกสนุกกับงาน และความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงจะช่วยผลักดันให้บุคลากรในองค์กรริเริ่มลงมือปฏิบัติ กล้าลองผิดลองถูก ซึ่งจะนำไปสู่การเรียนรู้และพัฒนาให้เกิดพฤติกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าผลของการลงมือทำนั้นจะสำเร็จหรือล้มเหลวก็ตาม ในการศึกษาของ นาฎวดี จำปาดี (2554) ได้ทำการศึกษารับรู้ความสามารถของตนเอง รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยศึกษาในบริษัทผู้ให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า ผู้ปฏิบัติงานมีการรับรู้ในความสามารถของตนเอง และพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมอยู่ในระดับสูง แต่มีรูปแบบความคิดสร้างสรรค์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งหมายความว่ามีความคิดสร้างสรรค์แต่เป็นนวัตกรรมระดับต่ำ โดยปัจจัยที่สามารถช่วยส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานในองค์กร ได้แก่ รูปแบบความคิดสร้างสรรค์แบบนวัตกรรม การรับรู้ในความสามารถของตนเอง อายุงานในสายงานปัจจุบัน 7-10 ปี สถานะการทำงานเป็นผู้ปฏิบัติงานสังกัดบริษัท การเป็นเพศชาย และการมีช่วงอายุน้อยกว่า 30 ปี ซึ่งสามารถร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 66.9 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบความคิดสร้างสรรค์

แบบนวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการทำนายพฤติกรรมกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรมสามารถพัฒนาให้เพิ่มขึ้นได้ด้วยการส่งเสริมให้พนักงานในองค์กรรับรู้ถึงความสามารถของตนเองให้มากขึ้นด้วย

ศิวพร โปทยานนท์ (2554) ศึกษาพฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 โดยพบว่า องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 มีพฤติกรรมของผู้นำ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความสร้างสรรค์ และความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากรอยู่ที่ระดับสูง โดยพฤติกรรมของผู้นำทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นงาน พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นสัมพันธ์ และพฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นการเปลี่ยนแปลง สามารถอธิบายหรือส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานได้โดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นการเปลี่ยนแปลงเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากรได้ชัดเจนที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่า สภาพแวดล้อมในการทำงานด้านจิตใจมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร ดังนั้น หากองค์กร มีการสร้างสภาพแวดล้อมในการทำงานด้านจิตใจที่ดี โดยการสนับสนุนให้บุคลากรได้ทำงานอยู่ในสภาพแวดล้อมที่มีอิสระ สามารถตัดสินใจหรือปฏิบัติงานด้วยตนเองได้ มีความไว้วางใจ เชื่อใจ ร่วมคิด ร่วมทำงานกับเพื่อนร่วมงานมากเท่าไร บุคลากรคนนั้นก็แสดงพฤติกรรมสร้างสรรค์ในงานและเกิดเป็นนวัตกรรมใหม่ในองค์กรได้มากขึ้น ในส่วนของ การศึกษาการจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานนั้น ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์ (2554) พบว่า ตัวแปรระดับพนักงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรม ได้แก่ ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลผ่านตัวแปรด้านการเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่า นอกจากนี้ตัวแปรระดับองค์กร ด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิพลผ่านตัวแปรบรรยากาศการสร้างนวัตกรรม นำมาสู่การสร้างพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน เมื่อทำการเปรียบเทียบองค์กรธุรกิจระหว่างสาขา อุตสาหกรรมเทคโนโลยี และอุตสาหกรรมวัสดุพบว่า พฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานในแต่ละประเภทของธุรกิจมีความแตกต่างกัน ดังนั้นผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อการค้นหาและพัฒนาวิธีการสร้างพฤติกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงานในแต่ละองค์กรด้วยแนวทางที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมขององค์กรแต่ละประเภท

การศึกษาของพรทิพย์ ไชยฤกษ์ และ ขวัญกมล ดอนขวา และการศึกษาของ สุดารัตน์ อีธรรมธาดา ได้ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในองค์กรโดยใช้องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4 ด้านเหมือนกัน ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ โดยผลการศึกษาของ พรทิพย์ ไชยฤกษ์ และขวัญกมล ดอนขวา (2557) พบว่า

บุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน มีระดับความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับมากที่สุด และมีระดับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์อยู่ในระดับมาก โดยมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ ตามลำดับ ซึ่งพบว่าความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ส่วนผลการศึกษาของ สุดารัตน์ อีธรรมธาดา (2557) พบว่า พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน เนื่องจากพนักงานมีการทบทวนปัญหาที่เคยเกิดขึ้น เพื่อนำมาป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นอีก มีการเสนอแนวคิดและสิ่งใหม่ๆ เกี่ยวกับการทำงานกับหัวหน้าและเพื่อนร่วมงาน รวมทั้งสามารถชักจูงและโน้มน้าวผู้อื่นให้สนับสนุนและเห็นด้วยกับความคิดใหม่ของตน เพื่อนำความคิดนั้นไปเผยแพร่ให้กับผู้อื่นต่อไป นอกจากนี้ยังพบว่า ความฉลาดทางอารมณ์ด้านการมีแรงจูงใจ และด้านทักษะทางสังคม ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน ดังนั้น องค์กรและผู้บังคับบัญชาต้องให้ความสำคัญกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ด้านการประยุกต์ใช้ โดยให้ความสำคัญในการให้อิสระทางความคิด สนับสนุนส่งเสริมพนักงานให้มีความยืดหยุ่น กล้าเสี่ยงกับสิ่งใหม่ๆ เปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็นรวมทั้งผลักดันให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการระดมสมอง เพื่อนำไปสู่การวิจัยและการพัฒนาจนเกิดนวัตกรรมขึ้นมา ส่วนปัจจัยด้านผู้นำทางความคิด องค์กรควรให้ความเชื่อมั่นในศักยภาพของความคิดใหม่ๆ ของบุคลากร มอบหมายงานที่มีความท้าทายและส่งเสริมบุคลากรให้มีความก้าวหน้าอยู่เสมอ

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคคลเกิดได้จากหลายปัจจัย ได้แก่ การได้รับการสนับสนุนจากองค์กร โดยการให้ข้อมูลข่าวสารที่เปิดเผยต่อพนักงาน การจัดสรรทรัพยากรที่เพียงพอและเหมาะสมต่อการทำงาน การสร้างบรรยากาศนวัตกรรมภายในองค์กร การได้รับอิทธิพลจากหัวหน้างานที่มีคุณลักษณะด้านภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง โดยการให้อิสระในการทำงาน การสร้างความรู้สึกรับผิดชอบหรือความกล้าเสี่ยง กล้าปฏิบัติ การเสริมสร้างพลังอำนาจด้านจิตใจ เมื่อปัจจัยเหล่านี้สามารถกระตุ้นพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในตัวบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านผู้นำทางความคิด และด้านการประยุกต์ใช้ จะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กรได้ในที่สุด นอกจากนี้ยังสรุปได้ว่า พฤติกรรมสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กรธุรกิจแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน ดังนั้นควรให้ความสำคัญต่อการศึกษาวิธีการกระตุ้นการแสดงพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของพนักงานในองค์กรแต่ละประเภทตามความเหมาะสม

2.5 แนวคิดยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

2.5.1 ที่มาและความสำคัญของประชาคมอาเซียน

อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations - ASEAN) ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 (ค.ศ. 1967) มีสมาชิกเริ่มแรก 5 ประเทศ และต่อมามีประเทศเข้าร่วมเป็นสมาชิกเพิ่มเติม จนถึงขณะนี้ มีจำนวนประเทศสมาชิกรวม 10 ประเทศ แสดงดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 รายชื่อประเทศในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มอาเซียน

ประเทศสมาชิก	วันที่เข้าเป็นสมาชิก
1. สาธารณรัฐอินโดนีเซีย 2. มาเลเซีย 3. สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ 4. สาธารณรัฐสิงคโปร์ 5. ราชอาณาจักรไทย	วันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 (ค.ศ. 1967)
6. บรูไน ดารุสซาลาม	วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2527 (ค.ศ. 1984)
7. สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม	วันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2528 (ค.ศ. 1985)
8. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 9. สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า	วันที่ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2540 (ค.ศ. 1997)
10. ราชอาณาจักรกัมพูชา	วันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2542 (ค.ศ. 1999)

ที่มา: สำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (ม.ป.ป.)

ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) เกิดขึ้นจากการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 9 เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ณ ประเทศอินโดนีเซีย ผู้นำอาเซียนได้ร่วมลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียน ฉบับที่ 2 (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II) เพื่อแสดงเจตนารมณ์ที่จะนำอาเซียนไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียน (AC) ภายในปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) ซึ่งต่อมาได้มีการตกลงให้มีการเร่งรัดการจัดตั้งประชาคมให้แล้วเสร็จเร็วขึ้นเป็นภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) โดยจะสนับสนุนการรวมตัวและความร่วมมืออย่างรอบด้าน ทั้งนี้ ประชาคมอาเซียนประกอบด้วย 3 เสาหลัก (เศรษฐกิจ พหุภาคี, ออนไลน์, 2554) มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political Security Community: APSC) มีวัตถุประสงค์ที่จะทำให้ประเทศในภูมิภาคอยู่อย่างสันติสุข แก้ไขปัญหาภายในภูมิภาคโดยสันติวิธี และยึดมั่นในหลักความมั่นคงรอบด้าน เพื่อให้อาเซียนเป็นสังคมที่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีเสถียรภาพ สันติภาพ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน โดยประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (APSC) ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ

1.1 การเป็นประชาคมที่มีกฎเกณฑ์ บรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน เพื่อสร้างความแข็งแกร่งแก่ประชาธิปไตย ส่งเสริมธรรมาภิบาล และหลักนิติธรรม ส่งเสริมและคุ้มครองสิทธิมนุษยชน และเสรีภาพขั้นพื้นฐาน

1.2 การเป็นภูมิภาคที่มีเอกภาพ สงบสุข และมีความแข็งแกร่ง พร้อมรับผิดชอบร่วมกัน เพื่อแก้ไขปัญหาความมั่นคงที่ครอบคลุมทุกมิติ เพื่อส่งเสริมและรักษาความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรและเป็นประโยชน์กับประเทศภายนอก เพื่อสันติภาพในโลก

1.3 การดำเนินบทบาทที่สำคัญในเวทีระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ร่วมกันของอาเซียน

2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) กำหนดวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์อาเซียน 2020 ที่ว่า “อาเซียน ปี 2020 เป็นหุ้นส่วนร่วมกันในการพัฒนาอย่างมีพลวัต (ASEAN 2020: Partnership in Dynamic Development)” โดยจะให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ ซึ่งวัตถุประสงค์ที่สำคัญมีดังนี้

1) มุ่งให้เกิดการไหลเวียนอย่างเสรีของสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน การพัฒนาทางเศรษฐกิจ และการลดปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำทางสังคม ภายในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563)

2) มุ่งที่จะจัดตั้งให้อาเซียนเป็นตลาดเดียวและเป็นฐานการผลิต โดยจะริเริ่มกลไกและมาตรการใหม่ๆ ในการปฏิบัติตามข้อริเริ่มทางเศรษฐกิจที่มีอยู่แล้ว

3) ให้ความช่วยเหลือแก่ประเทศสมาชิกใหม่ของอาเซียน ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม หรือ CLMV เพื่อลดช่องว่างของระดับการพัฒนาและช่วยให้ประเทศเหล่านี้เข้าร่วมในกระบวนการรวมตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน

4) ส่งเสริมความร่วมมือในนโยบายการเงินและเศรษฐกิจมหภาค ตลาดการเงิน และตลาดเงินทุน การประกันภัยและภาษีอากร การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม กรอบความร่วมมือด้านกฎหมาย การพัฒนาความร่วมมือด้านการเกษตร พลังงาน การท่องเที่ยว การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยการยกระดับการศึกษาและการพัฒนาฝีมือ

3. ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural: ASCC) มีจุดมุ่งหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาเซียน โดยครอบคลุมความร่วมมือในหลายสาขา เช่น ความร่วมมือด้านปราบปรามยาเสพติด การพัฒนาชนบท การขจัดความยากจน สิ่งแวดล้อม การศึกษา วัฒนธรรม สตรี สาธารณสุข และเยาวชน เป็นต้น ซึ่งแผนปฏิบัติการของประชาคมสังคม-วัฒนธรรมอาเซียน เน้นการดำเนินการใน 4 ประเด็นหลัก คือ

1) สร้างประชาคมแห่งสังคมที่เอื้ออาทร โดยเน้นการแก้ไขปัญหาความยากจน เสริมสร้างความเสมอภาค และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยใช้มาตรการระดับภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการดำเนินการภายในประเทศในด้านต่างๆ อาทิ

- ยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้ไร้โอกาสและผู้ด้อยโอกาส โดยเสริมสร้างศักยภาพของเจ้าหน้าที่ที่ดูแลด้านการพัฒนาชนบทและขจัดความยากจน และส่งเสริมวิธีการที่จะให้คนเหล่านี้มีส่วนร่วมในสังคม

- ส่งเสริมการเข้าถึงการศึกษาอย่างเท่าเทียมและพัฒนาให้การศึกษาที่มีมาตรฐานสูง โดยใช้การสร้างเครือข่ายและการประสานความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา

- ลดความเสี่ยงทางสังคมของเด็ก สตรี ผู้สูงอายุ และคนพิการ โดยสนับสนุนโครงการซึ่งสอดคล้องกับอนุสัญญาระหว่างประเทศ และส่งเสริมการบริการที่เกี่ยวข้อง เช่น การให้การดูแลผู้สูงอายุ การบริการด้านสาธารณสุข และการศึกษา

- ส่งเสริมให้ครอบครัว ประชาสังคม และภาคเอกชนมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการแก้ไขความยากจนและปัญหาด้านสวัสดิการสังคม ด้วยการจัดตั้งเครือข่ายและโครงการแลกเปลี่ยน รวมทั้งส่งเสริมอาชีพต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาความยากจนและสวัสดิการสังคม

- ส่งเสริมให้สตรีและเยาวชนมีส่วนร่วมในกลุ่มกำลังแรงงานที่สามารถทำงานได้ดีขึ้นด้วยการจัดการฝึกอบรมทักษะ และสามารถเข้าถึงสินเชื่อขนาดย่อมและระบบข้อมูลได้มากขึ้น

- แก้ไขปัญหาด้านการพัฒนาระบบการสาธารณสุข

- ป้องกันการแพร่กระจาย และลดอันตรายของโรคมุมิคุ้มกันบกพร่อง (โรคเอดส์) และโรคติดต่ออื่นๆ

- เสริมสร้างความมั่นคงด้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างระบบฐานข้อมูลความมั่นคงด้านอาหาร

- ทำให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่ประเทศสมาชิกสามารถฟื้นตัวจากภัยพิบัติได้รวดเร็ว โดยลดผลกระทบทางลบของภัยพิบัติ เพื่อมุ่งสู่การเป็นชุมชนที่ปลอดภัยขึ้นและมีการพัฒนาที่ยั่งยืน

- ทำให้อาเซียนเป็นภูมิภาคที่ปลอดภัยเสถียร ภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) โดยการป้องกัน บำบัด และใช้ชุมชนเป็นฐานในการควบคุมการใช้สารเสพติดในทางที่ผิด ควบคุมไปกับการเสริมสร้างการพัฒนาทางเลือก และการจัดการลักลอบค้ายาเสพติด

- การส่งเสริมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในอาเซียน เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภูมิภาค ด้วยการส่งเสริมการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมทั้งการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ประยุกต์และเทคโนโลยีไปใช้ในกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมมากยิ่งขึ้น

2) แก้ไขผลกระทบต่อสังคมอันเนื่องมาจากการรวมตัวทางเศรษฐกิจ การมุ่งสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพียงด้านเดียวโดยมิได้คำนึงถึงผลกระทบที่ตามมา อาจทำให้เกิดปัญหาความไม่เสมอภาคทางสังคมซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อสภาพทางการเมืองต่อไป แผนการปฏิบัติการด้านสังคมและวัฒนธรรม จึงเน้นการสร้างทรัพยากรมนุษย์ที่มีความสามารถในการแข่งขัน และสร้างระบบการป้องกันทางสังคมเพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงของมนุษย์ โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาและฝึกอบรม การพัฒนาฝีมือแรงงาน และเสริมสร้างความร่วมมือด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สวัสดิการสังคม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาธารณสุข โดยเน้นปัญหาที่มากับโลกาภิวัตน์ เช่น โรคระบาด (ใช้หวัดนก SARS มาลาเรีย และวัณโรค) เป็นต้น

3) ส่งเสริมความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและการจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างถูกต้อง โดยมีกลไกเพื่อจัดการดูแลสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสม ตลอดจนการป้องกันและขจัดภัยพิบัติด้านสิ่งแวดล้อม การป้องกันมลพิษจากหมอกควันที่ข้ามแดน การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมชายฝั่งทะเล การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ การจัดการและส่งเสริมความยั่งยืนของทรัพยากรดิน น้ำ ป่าไม้ แร่ธาตุ

4) เสริมสร้างรากฐานที่จะนำไปสู่ประชาคมอาเซียนในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) ซึ่งจะเป็ภูมิภาคที่ประชาชนตระหนักถึงอัตลักษณ์ (Identity) ร่วมกันของภูมิภาค ท่ามกลางความหลากหลายทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยการให้การศึกษาแก่ประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและปฏิสัมพันธ์ในหมู่ประชาชน เพื่อให้ประชาชนตระหนักว่า ในท่ามกลางความหลากหลายทางประสบการณ์และมรดกทางวัฒนธรรมนั้น ประชาชนอาเซียนยังมีความเชื่อมโยงกันด้านประวัติศาสตร์ แหล่งที่อยู่อาศัยในเขตที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และความมุ่งหวังที่จะเห็นสันติภาพและความรุ่งเรืองของภูมิภาคที่จะเป็นพื้นฐานของการสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันของอาเซียนได้

2.5.2 สารสำคัญในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

สำหรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) มีจุดเริ่มต้นจากการลงนามร่วมกันของผู้นำอาเซียนในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียน ฉบับที่ 2 (Declaration of

ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II) เมื่อครั้งประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 9 ในเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) ณ ประเทศอินโดนีเซีย ต่อมาในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 11 เมื่อเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2548 (ค.ศ. 2005) ณ ประเทศมาเลเซีย ผู้นำอาเซียนได้มีความเห็นชอบร่วมกันให้เร่งรัดการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community: AC) ให้เร็วขึ้นกว่าเดิมอีก 5 ปี จากปี พ.ศ. 2563 (ค.ศ. 2020) เป็นปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) โดยระบุคุณลักษณะและองค์ประกอบสำคัญของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะจัดตั้งขึ้นภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) ไว้สอดคล้องกับแถลงการณ์บาหลี ฉบับที่ 2 ซึ่งระบุเป้าหมายและกรอบระยะเวลาในการดำเนินมาตรการต่างๆ พร้อมทั้งความยืดหยุ่นที่จะตกลงกันล่วงหน้าในการดำเนินงานตามแผนงานสำหรับประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ ดังนั้น ในการประชุมรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEM) เมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) จึงมอบหมายให้เจ้าหน้าที่อาวุโส (SEOM) จัดทำ “แผนงานการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)” และ “ตารางเวลาดำเนินกิจกรรมต่างๆ (Strategic Schedule)” เพื่อเป็นแนวทางการดำเนินงานไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) ต่อไป ซึ่งสำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (ม.ป.ป.) เรียบเรียงสาระสำคัญในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนไว้ดังนี้

1. เป้าหมายในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 4 ประการ คือ

1.1 การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (Single Market and Single Production Base) เน้นการเคลื่อนย้ายสินค้า การบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานมีฝีมือระหว่างกันอย่างเสรี

1.2 การเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง (High Competitive Economic Region) เน้นการดำเนินงานนโยบายการแข่งขัน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนา ICT และพลังงาน

1.3 การเป็นภูมิภาคที่มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน (Equitable Economic Development) เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการขยายตัวของ SMEs ให้ความช่วยเหลือแก่สมาชิกใหม่ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV) เพื่อช่วยลดช่องว่างของระดับการพัฒนา

1.4 การเป็นภูมิภาคที่บูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกได้อย่างสมบูรณ์ (Fully Integrated into Global Economy) เน้นการจัดทำเขตการค้าเสรี (Free Trade Area-FTA) และการเป็นพันธมิตรทางเศรษฐกิจ (Closer Economic Partnership-CEP) กับประเทศคู่เจรจา

2. ความจำเป็นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

การรวมกลุ่มหรือจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนับเป็นความพยายามที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของบริบทโลก กล่าวคือ เนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์และแนวโน้มการทำข้อตกลงการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ มากขึ้น ทำให้อาเซียนต้องเร่งแสดงบทบาทการรวมกลุ่มด้วยความมั่นคงและแน่นแฟ้นมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา รวมทั้งปรับปรุงการดำเนินงานระหว่างกันให้ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระแสการแข่งขันทางการค้าและการแข่งขันเพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงที่มีความรุนแรงมากขึ้นและมีแนวโน้มจะถ่ายโอนไปสู่ประเทศเศรษฐกิจใหม่มากขึ้น เช่น จีน อินเดีย บราซิล เป็นต้น

การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก เนื่องจากจะส่งเสริมให้เกิดการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตระหว่างประเทศสมาชิกที่ลึกซึ้งกว้างขวางมากยิ่งขึ้นทั้งในด้านการค้าสินค้า การค้าบริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงาน รวมถึงความร่วมมือในด้านการอำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าและการลงทุนให้เหลือน้อยที่สุดซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนามาตรฐานการครองชีพและความกินดีอยู่ดีของประชาชนภายในประเทศ และลดช่องว่างความเหลื่อมล้ำทางการพัฒนาระหว่างกันให้น้อยลง

3. คุณลักษณะของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีรูปแบบการรวมกลุ่มที่เป็นการดำเนินงานในลักษณะผสมผสานซึ่งมีลักษณะร่วมระหว่างสหภาพศุลกากร (Custom Union) ตลาดร่วม (Common Market) และ สหภาพเศรษฐกิจ (Economic Union) กล่าวคือ เป็น Custom Union เนื่องจากมีการขจัดภาษีภายในภูมิภาค แต่ยังไม่มีการปรับประสานอัตราภาษีที่เรียกเก็บจากประเทศภายนอกภูมิภาค (uniform external tariff structure) เป็น Common Market คือ มีการขจัดอุปสรรคทางการค้าทั้งด้านภาษีและมิใช่ภาษี และส่งเสริมการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และการลงทุน แต่สิ่งที่ยังขาดอยู่ คือ นโยบายร่วมทางด้านการค้า (common external trade policy) รวมทั้งเป็น Economic Union คือ มีเป้าหมายการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และปัจจัยการผลิตที่เสรี แต่ยังคงขาดนโยบายการเงิน การคลัง และระบบเงินสกุลร่วมกัน ดังนั้น ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจึงเป็นรูปแบบการรวมกลุ่มเศรษฐกิจที่มีลักษณะเฉพาะโดยพัฒนามาให้เหมาะสมกับโครงสร้างและความสัมพันธ์ของอาเซียน



ภาพที่ 2.2 รูปแบบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียน

ที่มา: สำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย (ม.ป.ป.)

กล่าวโดยสรุปแล้ว รูปแบบการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนไม่สามารถอิงตามหลักการ/รูปแบบตามทฤษฎีที่มีอยู่ เนื่องจากเป็นการพัฒนารูปแบบวิธีดำเนินงานของอาเซียนตามความเหมาะสมกับการดำเนินงานภายในของอาเซียนเอง และการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนก็เป็นไปในลักษณะที่ประเทศสมาชิกต่างเห็นพ้องร่วมกันที่จะดำเนินการให้เป็นไปตามพันธสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ ซึ่งนับเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จและการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจที่ลึกซึ้งมากขึ้น

4. สาระสำคัญของพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint)

การจัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากการกำหนดทิศทางการดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจให้ชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดจนบรรลุเป้าหมายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี ค.ศ. 2015 และเป็นการสร้างพันธสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวโดยพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ประกอบด้วย 4 เสาหลักสำคัญดังต่อไปนี้ (ธิดารัตน์ โชคสุชาติ, 2553)

4.1 การเป็นตลาดและการผลิตเดียวกัน เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีและการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรม ได้แก่

- การจัดมาตรการกีดกันทางการค้าทั้งที่เป็นภาษีและไม่ใช่ภาษี
- การเร่งรัดการเปิดเสรีสินค้าและบริการที่สำคัญ 11 สาขา เป็นสาขานำร่อง และ

กำหนดประเทศสมาชิกที่รับผิดชอบในแต่ละสาขา ได้แก่ ไทยรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและการบิน พม่ารับผิดชอบสินค้าเกษตรและสินค้าประมง อินโดนีเซียรับผิดชอบผลิตภัณฑ์ยานยนต์และผลิตภัณฑ์ไม้ มาเลเซียรับผิดชอบผลิตภัณฑ์ยางและสิ่งทอ ฟิลิปปินส์รับผิดชอบอิเล็กทรอนิกส์ และสิงคโปร์รับผิดชอบเทคโนโลยีสารสนเทศ และผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพ

4.2 การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมการสร้างขีดความสามารถในด้านต่างๆ เช่น นโยบายการแข่งขันของอาเซียน การคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และนโยบายภาษีและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเงิน การขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ

4.3 การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิก และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ สนับสนุนการพัฒนา SMEs และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ

4.4 การบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมการรวมกลุ่มเข้ากับประชาคมโลกโดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค เช่น การจัดทำเขตการค้าเสรีและการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตหรือจำหน่ายภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก

2.5.3 ทิศทางและยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่เกี่ยวข้องกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ครรชิต พุทธิโกษา (ออนไลน์, 2554) สรุปสาระสำคัญยุทธศาสตร์ของประเทศในการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีทิศทางที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้จัดทำร่างทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) โดยมีหลักการสำคัญคือ มุ่งพัฒนาภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และขับเคลื่อนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติที่ชัดเจนในทุก ระดับ ยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา ให้ความสำคัญกับการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคม พัฒนาประเทศสู่ความสมดุลในทุกมิติอย่างบูรณาการและเป็นองค์รวม และยึดวิสัยทัศน์ปี พ.ศ. 2570 ดังนี้

“คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นในวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึงและมีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาทรซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน อยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี”

โดยมียุทธศาสตร์ที่มีลำดับความสำคัญสูง 6 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาค้นสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน
3. ยุทธศาสตร์การสร้างสมดุลและมั่นคงของอาหารและพลังงาน
4. ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพบนฐานความรู้
5. ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาค
6. ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้การพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรต่างๆ ทั้งทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม หรือกฎหมาย เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มีความเกี่ยวข้องในเกือบทุกยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยเฉพาะยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพบนฐานความรู้ และยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาค ซึ่งมีรายละเอียดแนวทางการดำเนินงานในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพบนฐานความรู้ ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวของเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นอีกทางเลือกใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ช่วยการสร้างงานและรายได้ ตลอดจนพัฒนาระบบการแข่งขันที่เป็นธรรม และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ ให้เอื้อต่อการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจบนฐานความรู้ และสามารถใช้ออกาสจากการเปลี่ยนแปลงสถานะแวดล้อมหรือปัจจัยภายนอกให้เกิดประโยชน์กับประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้เศรษฐกิจไทยมีการเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพ

2) ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาค ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการ ดังนี้

- มุ่งเน้นการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะแผนงานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

- พัฒนาฐานลงทุนโดยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันในอนุภูมิภาค มุ่งเน้นความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการสร้างฐานการผลิตตามแนว Economic Corridor ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ที่สามารถตอบสนองต่อการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ

- สร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยผลักดันให้ไทยมีบทบาทนำที่สร้างสรรค์ในเวทีระหว่างประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

- การเข้าร่วมเป็นภาคีความร่วมมือระหว่างประเทศระหว่างภูมิภาค โดยมีบทบาทที่สร้างสรรค์เพื่อเป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศในเวทีโลก เพื่อรักษาสมดุลในปฏิสัมพันธ์ระหว่างไทยและมหาอำนาจต่างๆ และประโยชน์อื่นๆ ของประเทศทั้งในด้านการค้า ความมั่นคงของอาหาร/พลังงาน โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ไทย การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างประชาชนในกรอบนานาชาติ การรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงของไทยและภูมิภาคโดยรวม

- สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ ในลักษณะเกื้อกูลกัน ผ่านกิจกรรมเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิต และการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างกันอย่างเสรีและมีประสิทธิภาพ
- ป้องกันภัยจากการก่อการร้ายและอาชญากรรม ยาเสพติด ภัยพิบัติ และการแพร่ระบาดของโรคภัยที่ส่งผลกระทบต่อสถานะทางเศรษฐกิจในระยะยาว จากผลกระทบในด้านความมั่นคงแห่งชีวิต เศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในภูมิภาค
- เสริมสร้างความร่วมมือที่ีระหว่างประเทศในการสนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีจริยธรรมไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- สนับสนุนการเปิดการค้าเสรีและกำหนดแนวทางป้องกันผลเสียที่จะเกิดขึ้น
- ปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคีการพัฒนาภายในประเทศตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่น ให้พร้อมต่อการเชื่อมโยงทิศทางการพัฒนาที่เปลี่ยนแปลงในบริบทโลก อาเซียน และอนุภูมิภาค

2.5.4 หน่วยงานภาครัฐกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หน่วยงานรัฐทุกภาคส่วนได้ตระหนักถึงความสำคัญและจัดเตรียมยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานระดับประเทศในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนี้

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ออนไลน์, ม.ป.ป.) ได้จัดทำแผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของโลกปัจจุบัน โดยมีวิสัยทัศน์ คือ “พัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทยให้เติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทย” ซึ่งทิศทางการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) จะมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในทุกกระดับ ซึ่งต้องสร้างสมรรถนะเพื่อแข่งขันในเชิงคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์และนวัตกรรม รวมทั้งมุ่งเน้นให้เกิดการรวมตัวและเชื่อมโยงกันทางธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเน้นการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในแต่ละพื้นที่โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ส่วนในด้านการเสริมสร้างศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมและสร้างโอกาสจากการค้า และการลงทุนระหว่างประเทศนั้น จะมุ่งเน้นการสนับสนุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน และการสร้างสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ

โดยในแผนยุทธศาสตร์ที่ 3 นั้นเน้นเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อตกลงภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อประกอบการธุรกิจในสาขาต่างๆ การสนับสนุนการปรับปรุงและการประกอบธุรกิจให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้สามารถเตรียมพร้อมและรองรับการแข่งขันที่มีมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมศักยภาพและขยายโอกาสทางการค้าการลงทุนระหว่างประเทศให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และสนับสนุนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยมีแนวทางในการดำเนินการ 3 ด้าน ได้แก่

1) เสริมสร้างความพร้อมให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการเข้าสู่การเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนโดยเสริมสร้างองค์ความรู้ เพื่อเผยแพร่ความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์การค้าระหว่างประเทศ ซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจในหลายๆ สาขาธุรกิจ รวมทั้งสนับสนุนการศึกษาทิศทางผลกระทบที่เกิดขึ้น เพื่อชี้นำสาขาธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบ ตลอดจนปรับปรุงการประกอบธุรกิจให้สามารถรองรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2) เสริมสร้างศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการประกอบธุรกิจระหว่างประเทศ โดยเสริมสร้างความรู้ความสามารถให้กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการดำเนินธุรกิจการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปยังต่างประเทศในรูปแบบต่างๆ

3) สร้างความร่วมมือระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลก

ทางด้านสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม (ออนไลน์, 2557) จัดทำยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2559-2564 ซึ่งมีที่มาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับด้านการพัฒนาประเทศและภาคอุตสาหกรรม ได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 มติและข้อสั่งการคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) นโยบายรัฐบาล (พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา) นโยบายรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (นายจักรมณต์ ฝาสุกวนิช) แผนแม่บทการพัฒนาอุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 รวมถึงบริบทในระดับมหภาคทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงบริบทเชิงพื้นที่ โดยให้ความสำคัญกับจุดยืนทางยุทธศาสตร์ของกลุ่มจังหวัด (Positioning) ซึ่งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 ได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม เร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่างๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการ

พัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ และความคิด สร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคง และยั่งยืน โดยจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 11 มี 5 ยุทธศาสตร์หลักที่เกี่ยวข้องกับด้าน อุตสาหกรรม ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมในสังคม 2) ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาค เกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน 3) ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมี คุณภาพและยั่งยืน 4) ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทาง เศรษฐกิจและสังคม และ 5) ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทาง เศรษฐกิจและสังคม จะเน้นการพัฒนาความเชื่อมโยงด้านการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ภายใต้กรอบความ ร่วมมือในอนุภูมิภาคต่างๆ การพัฒนาฐานลงทุนโดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับอนุภูมิภาค การสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การเข้าร่วมเป็นภาคีความร่วมมือระหว่างประเทศและ ภูมิภาคภายใต้บทบาทที่สร้างสรรค์ เป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศในเวทีโลก การ สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ การเสริมสร้างความร่วมมือที่ดีระหว่างประเทศในการ สนับสนุนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีจริยธรรมและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้ง เปิดรับความร่วมมือกับองค์กรระหว่างประเทศที่ไม่แสวงหากำไร การเร่งรัดการใช้ประโยชน์จากข้อตกลง การค้าเสรีที่มีผลบังคับใช้แล้ว การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นฐานการลงทุน และการประกอบธุรกิจใ นเอเชียรวมทั้งเป็นฐานความร่วมมือในการพัฒนาภูมิภาค การปรับปรุงและเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคี การพัฒนาภายในประเทศตั้งแต่ระดับชุมชนท้องถิ่น

นอกจากนี้ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายของรัฐบาลต่อสภานิติ บัญญัติเมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2557 โดยนโยบายรัฐบาลฉบับนี้ นำยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศว่า ด้วยการเข้าใจ เข้าถึง และพัฒนาตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาเป็นหลัก สำคัญ และใช้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แนวทาง ของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ และความต้องการของประชาชน มาเป็นแนวทางการกำหนดนโยบาย ซึ่งมี 2 นโยบายหลักที่เกี่ยวข้องกับกระทรวงอุตสาหกรรมในการดำเนินงานเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน ดังนี้

1) นโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการลดอุปสรรคในการส่งออกเพื่อให้ เกิดความคล่องตัว เช่น ปรับปรุงวิธีการตรวจรับรองมาตรฐานสินค้าและมาตรฐานการผลิตระดับโรงงาน เป็น

ต้น ให้สะดวกรวดเร็วขึ้น ตลอดจนลดขั้นตอนของกระบวนการด้านธุรการและเอกสาร ที่จะช่วยให้ระบบ การส่งสินค้าเร็วขึ้นพร้อมทั้งแสวงหาตลาดที่มีศักยภาพเพื่อขยายฐานการส่งออกซึ่งครอบคลุมถึงการค้า ชายแดนที่มีความสำคัญมากขึ้น นอกจากนี้ยังส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับศักยภาพ พื้นฐานของประเทศ เช่น ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดย การพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการ พัฒนาวัตถุกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและแก้ไขปัญหาที่สำคัญของประเทศ เป็นต้น ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้การออกแบบและสร้างสรรค์ และ ส่งเสริมอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อปรับกระบวนการผลิตสู่ระบบอัตโนมัติและ กึ่งอัตโนมัติ รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้ แข็งแกร่งสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเพิ่มองค์ความรู้ในด้านการปรับปรุงประสิทธิภาพ ของกระบวนการผลิต ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และพัฒนากิจการบริหารจัดการภายในองค์กร ปรับโครงสร้าง กลไกการสนับสนุนและการขับเคลื่อนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้เป็นระบบและมีเอกภาพที่ ชัดเจนทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและบริการทางการเงินและการลงทุนสำหรับวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดและโอกาสในการลงทุนในต่างประเทศ

นอกจากนี้การส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและวางรากฐานของเศรษฐกิจดิจิทัลให้เริ่มขับเคลื่อน ได้อย่างจริงจัง ซึ่งจะทำให้ทุกภาคเศรษฐกิจก้าวหน้าไปได้ทันโลก และสามารถแข่งขันในโลกสมัยใหม่ได้ ซึ่งหมายรวมถึง การผลิตและการค้าผลิตภัณฑ์ดิจิทัลโดยตรง ทั้งผลิตภัณฑ์ฮาร์ดแวร์ ผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ อุปกรณ์สื่อสารดิจิทัล อุปกรณ์โทรคมนาคมดิจิทัล และการใช้ดิจิทัลรองรับการให้บริการของภาคธุรกิจ การเงินและธุรกิจบริการอื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคสื่อสารและบันเทิง ตลอดจนการใช้ดิจิทัลรองรับการ ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม และการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปรับปรุงบทบาทและภารกิจของหน่วยงานที่ รับผิดชอบโดยตรงให้ดูแลและผลักดันงานสำคัญของประเทศชาติ และจะจัดให้มีคณะกรรมการระดับชาติ เพื่อขับเคลื่อนเรื่องนี้อย่างจริงจัง

2) นโยบายการส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน โดยเร่งส่งเสริมความ เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน ในภูมิภาคอาเซียนและขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับ ประเทศเพื่อนบ้าน โดยใช้ประโยชน์จากโครงข่ายคมนาคมขนส่งและโทรคมนาคมที่เชื่อมโยงระหว่างกัน ของอาเซียน ระบบการออกใบรับรอง/ใบอนุญาตผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ร่วมกันในอาเซียน รวมทั้งการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากความตกลงทางการค้าการลงทุนภายใต้ กรอบ ความร่วมมือในระดับทวิภาคีและพหุภาคีที่มีผลบังคับใช้แล้ว เร่งขยายการจัดทำข้อตกลงการยอมรับ

ร่วมกันของสินค้าด้านการตรวจสอบและรับรองมาตรฐานโดยให้ความสำคัญต่อสินค้าที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูงโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภค รวมถึงการปรับกฎเกณฑ์ การค้าและระบบพิธีการศุลกากรให้สะดวก ลดขั้นตอนต่างๆ หรือยกเลิกขั้นตอนบางเรื่อง และปรับระบบภาษีและการอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่อดึงดูดให้มีการตั้งสำนักงานปฏิบัติการประจำภูมิภาคที่กรุงเทพมหานคร เพื่อพัฒนาให้กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจการค้าการลงทุนของภูมิภาคได้ในที่สุด รวมถึงการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยทุกระดับ โดยสอดคล้องกับข้อตกลงในการเคลื่อนย้ายในด้านสินค้า บริการ การลงทุน แรงงานฝีมือ และปัจจัยการผลิตต่างๆ ที่เปิดเสรีมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยให้สามารถแข่งขันได้ รวมทั้งสามารถดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ประกอบการในประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อนำไปสู่ความเชื่อมโยงกับห่วงโซ่อุปทานตลาดโลกได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งฐานการผลิตสินค้าหลายชนิดและธุรกิจเกี่ยวเนื่องที่ประเทศไทยได้เข้าไปลงทุนขยายฐานการผลิตในประเทศอื่นในอาเซียนมาเป็นเวลานานแล้ว ตลอดจนกลุ่มการผลิตที่ผู้ประกอบการของไทยเตรียมที่จะขยายฐานการผลิตเพิ่มเติมอีกหลายชนิด ซึ่งช่วยให้ประเทศไทยมีฐานการผลิตสินค้าคุณภาพหลากหลายเพื่อขายในตลาดต่างๆ ได้มากขึ้น ทั้งในอาเซียนและในตลาดโลก และเป็นการช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านในกระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรม

จากแนวคิดดังกล่าวสรุปได้ว่า อาเซียน หรือ สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบด้วย 3 เสาหลัก ได้แก่ 1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (ASEAN Political Security Community: APSC) เพื่อให้อาเซียนเป็นสังคมที่มีความไว้วางใจซึ่งกันและกัน มีเสถียรภาพสันติภาพ และความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน 2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เพื่อให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความมั่นคง มั่งคั่ง และสามารถแข่งขันกับภูมิภาคอื่นๆ ได้ และ 3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural: ASCC) เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของอาเซียน โดยประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เป็นการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของอาเซียนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอาเซียนในตลาดโลก โดยสาระสำคัญของพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ประกอบด้วย 4 เสาหลักสำคัญ ได้แก่ 1) การเป็นตลาดการค้าเสรีร่วมกัน เพื่อส่งเสริมให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ การลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรี และการเคลื่อนย้ายเงินทุนอย่างเสรีมากขึ้น 2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน โดยให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของ

สมาชิก และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ และ 4) การบูรณาการเข้ากับ เศรษฐกิจโลก เพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่มเข้ากับประชาคมโลกโดยเน้นการปรับประสานนโยบายเศรษฐกิจ ของอาเซียนกับประเทศภายนอกภูมิภาค ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐทุกภาคส่วนได้ตระหนักถึงความสำคัญใน การจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นแนวทางในการ พัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ในที่สุด

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มี ผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

นักวิจัยหลายท่านได้ทำการศึกษาถึงผลกระทบ ความพร้อม รวมทั้งแนวทางในการปรับตัวของ ประเทศไทย เพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทวีศักดิ์ รูปสิงห์ (2554) ศึกษาถึงผลกระทบและความพร้อมของประเทศไทยในการเข้าร่วม ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สรุปสาระสำคัญได้ว่า การรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียนจะช่วย ส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวในด้านมาตรการภาษีและมาตรการที่ไม่ใช่ภาษี รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือเพื่อ อำนวยความสะดวกทางการค้าและการลงทุน เมื่อพิจารณาถึงผลกระทบที่ประเทศไทยจะได้รับพบว่า เป็น โอกาสที่ดีในการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีข้อเสียเปรียบที่จะต้องปรับปรุง เช่น ป้องกันสินค้าไม่ได้มาตรฐานเข้ามาวางจำหน่ายในประเทศ เกิด การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า และการแข่งขันในอุตสาหกรรมสินค้าบาง ประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น ดังนั้นประเทศไทยต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อม และบรรเทาผลกระทบ ในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นทั้งในเชิงรุก และเชิงรับ โดยการปรับตัวในเชิงรุกนั้น ประเทศไทยต้องแสวงหาแหล่ง วัตถุดิบเพื่อลดต้นทุน ศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในกลุ่มอาเซียน พิจารณาความเป็นไปได้ใน การย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่เหมาะสม พัฒนาระบบโลจิสติกส์ในภูมิภาคให้สะดวกและถูกลง ส่วน การปรับตัวเชิงรับจะต้องเรียนรู้คู่แข่งและวิเคราะห์ SWOT เพื่อเปรียบเทียบศักยภาพของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางการใช้มาตรการเสริมจุดแข็งลดจุดอ่อน และต้องหาแนวทางในการผูกมัดใจลูกค้าทุก รูปแบบโดยเน้นเรื่องคุณภาพที่ได้มาตรฐานและการบริการที่ดี

นอกจากนี้ วราภรณ์ จุลปานนท์ (2555) ทำการศึกษาพัฒนาการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กับผลกระทบต่อไทย ดำเนินการวิจัยโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสาร เก็บรวบรวม ข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลที่มีบทบาทในการดำเนินการจัดตั้งประชาคม เศรษฐกิจอาเซียนของไทย สรุปสาระสำคัญได้ว่า อาเซียนเริ่มต้นบูรณาการเศรษฐกิจในกรอบเขตการค้า

เสรี เมื่อปี ค.ศ. 1992 และกำหนดจะเป็น “ตลาดเดียว” ในปี ค.ศ. 2015 ส่วนการดำเนินการของไทยในการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้บรรลุผลตามเป้าหมาย ในปี ค.ศ. 2015 รัฐบาลไทยได้ให้กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศเป็นหน่วยงานหลักแห่งชาติในการประสานงาน และติดตามการดำเนินงานดังกล่าวไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งองค์ประกอบที่ส่งเสริมการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทย ได้แก่ (1) กฎบัตรอาเซียน (2) AEC Blueprint (3) นโยบายภาครัฐ (4) งบประมาณ (5) กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศในฐานะที่เป็นหน่วยงานกลางของชาติที่ทำหน้าที่ขับเคลื่อนประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (6) การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจการเมืองโลก และ (7) ศักยภาพที่มีอยู่ในอาเซียนเอง ส่วนองค์ประกอบที่เหนี่ยวนำการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของไทย ได้แก่ (1) ผลประโยชน์ของประเทศสมาชิกอาเซียน (2) กฎหมายภายในชาติ (3) ปัญหาการประสานงานของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจน (4) ความไม่พร้อมของทรัพยากรมนุษย์ สำหรับผลกระทบและโอกาสที่ประเทศไทยจะได้รับหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ค.ศ. 2015 คือ ปริมาณการค้าและการบริการของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนจะขยายตัวมากขึ้นจากการลดภาษี การเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า การบริการ และการลงทุน นักลงทุนและผู้ส่งออกจะมีโอกาสในการเข้าถึงตลาดและย้ายฐานการผลิตที่กว้างขึ้น การส่งออกสินค้าสะดวกขึ้นผ่านระบบ Asean Single Window นอกจากนี้ การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะเป็นโอกาสของไทยที่จะปรับตัวด้านเศรษฐกิจ การศึกษา การบริหารงานอาเซียน โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพทรัพยากรมนุษย์ สนองตอบการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจการค้าทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก ดังนั้นประเทศไทยต้องเร่งปรับกฎเกณฑ์ภายในให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์การเปิดเสรีของอาเซียน ตลอดจน การเร่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจต่างประเทศ ตลอดจนทักษะด้านภาษาอังกฤษ และภาษาอาเซียน เพื่อให้เกิด “วิสัยทัศน์เดียว อัตลักษณ์เดียว ประชาคมเดียว” เป็นจริงเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงภายในภูมิภาค และอาเซียนจะได้เป็นแกนกลางของโครงสร้างสถาปัตยกรรมด้านความร่วมมือในภูมิภาคเอเชีย

ด้านการศึกษาการคุ้มครองลิขสิทธิ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อศึกษากรอบบังคับการตามกฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน รวมทั้งศึกษาปัญหาในการคุ้มครองลิขสิทธิ์ในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่แตกต่างกัน กาลัญญูตา ปักโคกะทัง (2554) ได้ผลสรุปว่า ประเทศสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นประเทศกำลังพัฒนาและประเทศที่มีการพัฒนาน้อยที่สุด ประกอบกับประเด็นการคุ้มครองลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเป็นประเด็นค่อนข้างใหม่ ซึ่งประเทศดังกล่าวขาดความรู้และการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีความแตกต่างกันและไม่เป็นไปตามหลักสากล ซึ่งความแตกต่างทางกฎหมายส่งผลต่อสิทธิของเจ้าของลิขสิทธิ์และผู้ละเมิดลิขสิทธิ์ในการได้รับโทษทั้งทางแพ่ง

และทางอาญาแตกต่างกันไม่เป็นไปตามมาตรฐานเดียวกัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการแก้ไข ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน ซึ่งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะต้องมีบทบาทที่สำคัญในการ กำหนดความตกลงที่มีผลผูกพันประเทศสมาชิก โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายบัตรอาเซียนที่เป็นกรอบทาง กฎหมายในการกำหนดความสัมพันธ์ภายในอาเซียน ซึ่งในการทำความตกลงจะต้องกำหนดถึงการคุ้มครอง ลิขสิทธิ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยพิจารณาเกณฑ์ระหว่างประเทศเป็นหลักเพื่อให้เกิดความเป็นสากล โดยอาจจัดทำ model law เพื่อเป็นมาตรฐานให้ประเทศสมาชิกรับไปปรับปรุงแก้ไขกฎหมาย ภายในประเทศของตน เพื่อเป็นไปตามพันธกรณีในฐานะสมาชิกของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้ควร คำนึงถึงความแตกต่างของระบบกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ของประเทศสมาชิกทั้งหมดเพื่อรักษาสมดุล ไม่ให้ประเทศใดประเทศหนึ่งได้เปรียบหรือเสียเปรียบกัน ซึ่งอาจดำเนินการควบคู่ไปพร้อมกับการ ดำเนินการให้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบัญญัติที่ เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการเสรี เนื่องจากลิขสิทธิ์นั้นใช้บังคับตามหลักดินแดน และสิทธิของ เจ้าของงานอันมีลิขสิทธิ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่ประเทศสมาชิกในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต้องดำเนินการ เจริญจากกันต่อไป

ส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบด้านการลงทุน กนิษฐา ไทยศิริ (2556) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผล กระทบต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กรณีศึกษาประเทศ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และไทย โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาภาคตัดขวาง (panel data) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2533 – 2553 พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในกลุ่มประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ได้แก่ ปัจจัยขนาดของตลาด ระดับของการเปิดประเทศ และระดับการเปิดเสรีทางการ เงิน โดยทั้ง 3 ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ ซึ่งรัฐบาล สามารถกำหนดมาตรการหรือนโยบายต่างๆ เพื่อส่งเสริมการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ โดยส่งเสริม การพัฒนาปัจจัยด้านขนาดของตลาดหรืออัตราการเติบโตของเศรษฐกิจ นโยบายด้านการส่งออก การ นำเข้า หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเปิดประเทศ รวมไปถึงนโยบายหรือมาตรการการเปิดเสรีทาง การเงินที่ต้องมีความระมัดระวังในการกำหนดและวางแผนนโยบาย ส่วนทางด้านค่าจ้างแรงงานและ คุณภาพของแรงงาน รัฐบาลควรพัฒนาแรงงานทั้งสองด้านควบคู่กันไปเพื่อเพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพ ของแรงงานให้สูงขึ้น เนื่องจากยังคงเป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้เป็น อย่างดี

สรุปได้ว่า การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการพัฒนาขีดความสามารถในการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปริมาณการค้าและการบริการกับประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนจะขยายตัวมากขึ้นจากการลดภาษี นักลงทุนและผู้ส่งออกจะมีโอกาสในการเข้าถึงตลาดและย้ายฐานการผลิตที่กว้างขึ้น การส่งออกสินค้าสะดวกขึ้น อย่างไรก็ตาม มีข้อเสียเปรียบที่ประเทศไทยต้องเตรียมรับมือ เช่น การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีไปประเทศที่ให้ค่าตอบแทนสูงกว่า และการแข่งขันในอุตสาหกรรมสินค้าบางประเทศที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น อีกทั้ง องค์ประกอบที่เป็นอุปสรรคสำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ผลประโยชน์ของประเทศสมาชิกอาเซียน กฎหมายภายในชาติ ปัญหาการประสานงานของหน่วยงานภาครัฐ ตลอดจนความไม่พร้อมของทรัพยากรมนุษย์ ดังนั้น ประเทศไทยต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อม และบรรเทาผลกระทบในเชิงลบที่อาจเกิดขึ้น โดยต้องเร่งปรับกฎเกณฑ์ภายในให้สอดคล้องกับกฎเกณฑ์การเปิดเสรีของอาเซียน การเร่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในด้านเศรษฐกิจต่างประเทศ ตลอดจนทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาอาเซียน นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสำคัญกับระบบกฎหมายคุ้มครองลิขสิทธิ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบัญญัติที่เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการเสรี ซึ่งเป็นประเด็นที่ประเทศสมาชิกต้องทำการเจรจาร่วมกัน อีกทั้ง ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาค่าจ้างแรงงานและคุณภาพแรงงานควบคู่กัน เพื่อดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากนักลงทุนต่างประเทศ

ในส่วนของงานวิจัยด้านการเตรียมความพร้อมของบุคลากรในหน่วยงานต่างๆ ของภาครัฐ ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์ในโรงพยาบาลภาครัฐ บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีผู้ทำการศึกษาไว้ดังนี้

ณัฐชญา น่วมเรือง (2556) ทำการศึกษาความรู้ ความพร้อม และความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรีตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลภาครัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยพบว่า ความรู้และความพร้อมเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความต้องการเพื่อเตรียมความพร้อมนั้นอยู่ในระดับมาก โดยมีความต้องการเตรียมความพร้อมด้านภาษาเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังพบว่า อายุของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลรัฐที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อระดับความรู้ แต่มีผลต่อระดับความพร้อมในด้านกฎหมายและวัฒนธรรม และความต้องการในการเตรียมความพร้อมด้านภาษาเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรี ทั้งนี้พยาบาลวิชาชีพในโรงพยาบาลรัฐที่มีความรู้เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีในระดับมาก และทราบว่าพวกตนยังไม่มีความพร้อมเพื่อเตรียมตัวรับมือที่เพียงพอ อย่างไรก็ตามพยาบาลวิชาชีพที่มีความพร้อมเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรีแล้วนั้น จะมีความต้องการในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเคลื่อนย้าย

แรงงานฝีมือเสรีตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในทุกด้าน ได้แก่ ด้านวิชาชีพ ด้านภาษา ด้านกฎหมาย และด้านวัฒนธรรม

อีกทั้ง การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดขอนแก่นของ สุธิดา ศรีโสตาพล (2556) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอาชีพ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาลในจังหวัดขอนแก่น และศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจการเคลื่อนย้ายแรงงาน พบว่าปัจจัย 5 อันดับแรกที่มีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอาชีพ แพทย์ ทันตแพทย์ และพยาบาลในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ ได้รับค่าจ้างและเงินเดือนสูงกว่าการทำงานในประเทศ ต้องการมีประสบการณ์การทำงานต่างประเทศ มีโอกาสได้อบรมพัฒนาทักษะเกี่ยวกับเทคโนโลยีและความรู้ความสามารถที่ทันสมัย ได้รับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น และมีโอกาสได้รับความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้น ซึ่งแรงงานอาชีพแพทย์ ทันตแพทย์ และพยาบาลในจังหวัดขอนแก่นส่วนใหญ่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่การเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับมาก โดยการเพิ่มความรู้ ความสามารถ เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนที่สูงขึ้น การปรับตัวให้เข้ากับผู้ร่วมงานที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ภาษา และวัฒนธรรม การเรียนรู้และปฏิบัติตามมาตรฐานสากลได้ เช่น การตรงต่อเวลา การมีความรับผิดชอบ และการมีความเคารพสามารถยอมรับคำติเตียน การใช้มาตรฐานสากลเพื่อใช้เป็นตัววัดระดับความรู้ ความสามารถของแรงงานอาชีพ มีความต้องการเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและภาษาอื่นๆ ของอาเซียนมากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอาชีพทันตแพทย์ และพยาบาลในจังหวัดขอนแก่น โดยเฉพาะผู้ที่มีอายุน้อย และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่มาก จะมีแนวโน้มในการเคลื่อนย้ายไปทำงานต่างประเทศมากที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสิงคโปร์

ศุภฤกษ์ ฤทธิรอน (2557) ศึกษาการเตรียมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการตนเองเพื่อปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเตรียมความพร้อมเพื่อปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต โดยการดูแลสวัสดิการของผู้สูงอายุ การจัดการด้านสาธารณสุขพื้นฐาน การดูแลสวัสดิการของคนพิการและด้อยโอกาส ความเพียงพอของสถานที่ให้บริการด้านสาธารณสุข และความเพียงพอของสถานศึกษาในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านอายุ รายได้ อายุการทำงาน และขนาดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการตนเองเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทางด้านความคิดเห็นต่อแนวทางในการ

ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ สรุปได้ว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องมีการบริหารงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในทุกๆ ด้าน เนื่องจากการรองรับและเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เป็นภาระหน้าที่ของ บุคลากรในองค์กรทุกคนที่ต้องตระหนักและให้ความสนใจในการพัฒนาศักยภาพของตนเอง รวมถึงการ ประสานการทำงานร่วมกันให้เป็นเอกภาพและองค์รวมเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุปได้ว่า บุคลากรทางการแพทย์มีความรู้และความพร้อมในการปรับตัวเพื่อเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีความต้องการเพื่อเตรียม ความพร้อมอยู่ในระดับมากโดยเฉพาะความต้องการในการเตรียมความพร้อมด้านภาษา อย่างไรก็ตาม พบว่า ปัจจัยมีผลต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานอาชีพของบุคลากรทางการแพทย์ คือ การได้รับค่าจ้างและ เงินเดือนสูงกว่าการทำงานในประเทศ ได้รับสวัสดิการและสิทธิประโยชน์เพิ่มขึ้น และมีโอกาสได้รับ ความก้าวหน้าในอาชีพการงานมากขึ้น สำหรับบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐมีการเตรียมความพร้อมเพื่อ ปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในระดับมาก ซึ่งบุคลากรมีความคิดเห็นว่าการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ เพื่อการบริการสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรใน ทุกๆ ด้าน เช่น การพัฒนาศักยภาพของตนเอง และการประสานการทำงานร่วมกัน เป็นต้น เป็นแนวทาง ในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับงานวิจัยทางการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งภาพรวมของอุตสาหกรรม ในการรับมือเพื่อเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน มีผู้ทำการศึกษาดังต่อไปนี้

พูนสวัสดิ์ แก้วเกียรติสกุล (2555) ศึกษาศักยภาพของผู้ประกอบการไทยที่มีผลต่อความสำเร็จ ทางด้านการตลาดในอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558 พบว่า ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก โดยเฉพาะด้านการตลาด ได้แก่ การแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า การ ได้รับการจ้างงานซ้ำที่สม่ำเสมอจากลูกค้า การส่งมอบงานตรงตามความต้องการ และผลงานที่มีคุณภาพ จะสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าในระดับมาก ช่วยปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาด กลางและขนาดย่อมในด้านมาตรฐาน และด้านกฎหมายอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้มาตรฐานในการ ก่อสร้างเพื่อลดอุบัติเหตุจากการทำงาน การขอรับมาตรฐาน ISO ในการอำนวยความสะดวก ป้องกัน และ แก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า รวมถึงปฏิบัติตามกรอบกฎหมายการก่อสร้างเพื่อลดความเสี่ยงในการทำงาน โดย ทั้งปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกด้านการตลาด และปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการ นำมา

สู่ความสำเร็จทางการตลาดของงานก่อสร้างตามมาตรฐานประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น และมีการเพิ่มขึ้นของทรัพย์สินอย่างมีนัยสำคัญ

การศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และระบบพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยฐิตินันท์ วสุพลวัทธิกร (2556) ทำการเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศอินโดนีเซีย พบว่าอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มควรมุ่งเน้นการพัฒนาด้านนวัตกรรม เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านทุนที่มีความรุนแรง ซึ่งระบบการพัฒนาผู้ประกอบการเชิงนวัตกรรมอย่างยั่งยืนเป็นประเด็นที่หลายองค์กรให้ความสนใจ เห็นได้จากโครงการความร่วมมือการจัดงานเปิดทางการค้าระหว่างประเทศ การฝึกอบรมผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการรุ่นใหม่เลือกทำธุรกิจอื่นที่มีความง่ายและลงทุนน้อยกว่า ทั้งนี้ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนา การจัดการความรู้ รวมถึงวัฒนธรรมในองค์กร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งอุตสาหกรรมสิ่งทอในประเทศไทยนั้นผู้ประกอบการยังขาดความคิดสร้างสรรค์ จึงมีความจำเป็นที่ผู้ประกอบการจะต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความรู้ ซึ่งความรู้เชิงสร้างสรรค์ถือเป็นทรัพยากรในองค์กร ต้องมีการจัดการและรวบรวมให้อยู่ในองค์กร ควรมีการเรียนรู้ด้านแพชชั่นการออกแบบเพื่อให้สามารถคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของแพชชั่น และตามกระแสแพชชั่นได้ทันท่วงที 2) ด้านทักษะ อาศัยทักษะในการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นทั้งตัวผู้ประกอบการตลอดจนบุคลากรในองค์กร โดยการฝึกออกแบบแพชชั่นให้เกิดความชำนาญ และวิเคราะห์แนวโน้มด้านแพชชั่นเพื่อให้เกิดทักษะในการปรับตัว เปลี่ยนแปลงตามกระแสที่เปลี่ยนไป และ 3) ด้านทัศนคติ ผู้ประกอบการต้องทัศนคติที่ดีต่อความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นการพัฒนาสมรรถนะเริ่มต้นที่ดี และกระตุ้นให้บุคลากรเป็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงไม่ยึดติดกับแพชชั่นเดิมๆ

นอกจากนี้ การศึกษาการปรับตัวของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อภิชาติ คุณธรรมรักษ์ (2556) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และระดับการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกมีความรู้ความเข้าใจถึงผลกระทบต่อธุรกิจค้าปลีกของการเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) การลงทุนในอาเซียนทำได้โดยเสรี สามารถทำธุรกิจบริการได้โดยเสรี ทำให้คู่แข่งสามารถเข้ามาแข่งขันได้ถึงในประเทศไทย 2) สามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่เหมาะสมเป็นแหล่งผลิต เช่น มีวัตถุดิบ แรงงาน เป็นต้น และ 3) ภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ ทำให้อุปสรรคนอกเหนือภาษีหมดไป เกิดความได้เปรียบด้านราคาและคุณภาพ ส่วนการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก พบว่า มีการปรับตัวอยู่ในระดับมาก ดังนี้ 1)

ด้านการตลาด มีการเพิ่มจำนวนและประเภทสินค้าภายในร้าน เลือกสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานเข้าร้าน มีสินค้าหลายขนาดให้ลูกค้าเลือก มีป้ายติดแสดงราคาไว้ชัดเจน มีการจัดวางสินค้าแยกประเภทเป็นหมวดหมู่ เพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวก และมีการตกแต่งร้านเพิ่มเติมเพื่อจูงใจลูกค้าให้เข้าร้าน 2) ด้านการลงทุน โดยการจัดทำบัญชีของร้านเพื่อควบคุมค่าใช้จ่าย 3) ด้านการบริหารจัดการ โดยมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นขั้นตอน สะดวก เข้าใจง่าย 4) ด้านบุคลากร มีการจ้างพนักงานมาช่วยงานในสถานประกอบการ มีการอบรมและฝึกงานให้กับลูกจ้าง จัดสวัสดิการและผลตอบแทนให้กับลูกจ้างอย่างยุติธรรม ควบคุมคุณภาพการบริการ และมีการฝึกภาษาอังกฤษให้กับพนักงานภายในร้าน 5) ด้านสารสนเทศ นำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเก็บข้อมูลลูกค้า จัดการคลังสินค้า พยากรณ์ยอดขาย และใช้ในการคิดเงินลูกค้า 6) ด้านบริหารสินค้า มีการวางแผนที่จะจัดหาสินค้าที่หลากหลายมาวางจำหน่ายภายในร้านในอนาคต และ 7) ด้านการบริหารร้านค้า มีการควบคุมต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ในร้านค้าให้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ วางแผนผังร้านที่เป็นระเบียบ สะดวกในการหยิบสินค้า และศึกษาข้อมูลความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน เพื่อจัดหาสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า สำหรับการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุในการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกพบว่า ประเภทร้านค้า และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

รศดา เวชฎาพันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ (ม.บ.ป) ศึกษาโครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสายบัวในปีงบประมาณ 2555 ได้ดำเนินการคัดเลือกโครงการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก และโครงการจัดทำเว็บไซต์เพื่อการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นลำดับที่ 2 ปรากฏว่าทั้ง 2 โครงการมีอัตราประสิทธิผลในระดับที่ค่อนข้างสูง ด้านประสิทธิผลของโครงการพบว่า ต้นทุนต่อหน่วยที่ใช้จริงสูงกว่าแผนที่ตั้งไว้ ส่วนต้นทุน-ประสิทธิผลของโครงการแรกสูงกว่าโครงการลำดับที่ 2 นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุน โดยกำหนดอัตราคิดลดร้อยละ 10 ต่อปี และอายุโครงการ 10 ปี ปรากฏว่า ทั้งกรณีที่ไม่มีการดำเนินการจัดทำระบบ GMP และกรณีที่มีการดำเนินการจัดทำระบบ GMP เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีความคุ้มค่าในการลงทุน แต่กรณีหลังมีความคุ้มค่าทางการเงินสูงกว่า สำหรับข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสายบัวในระยะต่อไป ประกอบด้วย 1) การพัฒนาด้านการผลิต ด้วยการส่งเสริมการเพาะปลูกวัตถุดิบพวกสมุนไพร 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการพัฒนาความรู้เพื่อการปรับปรุงกระบวนการผลิตให้เข้าสู่ระบบ GMP ด้วยการปรับปรุงอาคาร สถานที่ ให้เรียบร้อยตามเกณฑ์ GMP การจัดทำเอกสารมาตรฐานวิธีการปฏิบัติ (SOP) และการตรวจสอบตนเอง นอกจากนี้ควรพัฒนาความรู้เรื่องการเก็บรักษาสินค้าให้นานขึ้น การให้ความรู้

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) การพัฒนาด้านการบริหารจัดการ ด้วยการวางแผนการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในระบบบริหารจัดการมากขึ้น และควรจัดทำงบกำไรขาดทุน 4) การพัฒนาด้านการตลาด ด้วยการส่งเสริมการจัดทำเว็บไซต์ให้สามารถดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ และ 5) การพัฒนาด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้วยการพัฒนาแรงงานฝ่ายการผลิตรุ่นใหม่แทนแรงงานรุ่นเก่าและการอบรมบุคลากรให้สามารถจัดทำระบบ GMP ได้ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งในด้านการตลาด การลงทุน การบริหารจัดการ บุคลากร สารสนเทศ การบริหารสินค้า และการบริหารร้านค้า โดยความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของผู้ประกอบการมีอิทธิพลต่อการปรับตัวเพื่อเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งผู้ประกอบการมีความเข้าใจในสาระสำคัญของการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนว่า 1) เป็นการลงทุนโดยเสรี 2) สามารถย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศที่เหมาะสมกับการเป็นแหล่งผลิต และ 3) ไม่มีอุปสรรคด้านภาษีนำเข้า ทำให้เกิดความได้เปรียบด้านราคาและคุณภาพ โดยปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการ ได้แก่ ปัจจัยด้านการตลาด ที่ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้า และการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ส่วนปัจจัยด้านศักยภาพของผู้ประกอบการเองต้องให้ความสำคัญกับมาตรฐานและกฎหมายต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดความเสี่ยงในการทำงาน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เช่น ความคิดสร้างสรรค์ การวิจัยและพัฒนา การจัดการความรู้ รวมถึงวัฒนธรรมในองค์กร เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ ซึ่งผู้ประกอบการไทยยังขาดความคิดสร้างสรรค์ ที่ควรได้รับการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้เชิงสร้างสรรค์ ทักษะในการคิดเชิงสร้างสรรค์ และทัศนคติที่ดีต่อความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำมาสู่ความสำเร็จในการบริหารจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการไทยให้มีศักยภาพในการแข่งขัน

ทางด้านการเตรียมความพร้อมเพื่อพัฒนาความสามารถในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น มีนักวิจัยได้ทำการศึกษาซึ่งสามารถสรุปผลได้ดังนี้

การศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: ศึกษากรณี จังหวัดจันทบุรี มลฤดี สมทอง (2556) พบว่าการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีมีการตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อม เพื่อรองรับ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยต้องพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้ ด้านที่หนึ่ง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ควรพัฒนาและ

ปรับปรุงระบบโลจิสติกส์และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การสร้างโครงข่ายเส้นทางคมนาคม และระบบเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค เพื่อเตรียมความพร้อมของ ประเทศให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ แต่ต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของจังหวัดจันทบุรี ด้านที่สอง การพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ต้องฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมให้มีความสมบูรณ์ดังเดิม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในลักษณะของกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวรอง และยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานในระดับสากล สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ด้านที่สาม การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว ต้องพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กิจกรรม นวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยว การป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็ง และพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนด้านการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ด้านที่สี่ การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยต้องเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สร้างสภาพแวดล้อมและพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรับรู้และเข้าใจในภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดจันทบุรี สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และสร้างกระแสการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมากขึ้น โดยมุ่งเน้น การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านที่ห้า การส่งเสริม กระบวนการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว โดยจะต้อง สร้างและพัฒนากลไกในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว เชิงนิเวศมีเอกภาพ มีการบูรณาการร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจ และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้า มามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกๆระดับ

ด้านการศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม ภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รสสุคนธ์ ชันคำกาศ (2556) สรุปแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบ่งออกเป็น 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ ระหว่างองค์กร เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ มุ่งเน้นความร่วมมือเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ รวมทั้งกำหนดมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์ด้านการพัฒนาบุคลากร เพื่อสร้าง วัฒนธรรมบริการ พัฒนาความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งพัฒนาและยกระดับ คุณภาพของบุคลากรในธุรกิจบริการการท่องเที่ยว โดยประเมินความต้องการด้านความรู้และทักษะที่

จำเป็น และจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษะ เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) กลยุทธ์ด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนเพื่อพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบธุรกิจบริการของการท่องเที่ยว ได้แก่ การให้คำปรึกษาทางเทคนิคแก่ผู้ประกอบการในการดำเนินธุรกิจ การจัดการประสบการณ์ลูกค้า (CEM) โดยการใช้ Social Media ในการพูดคุยกับลูกค้า นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นทางด้านการพัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยนำแนวคิดการสร้างนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารธุรกิจ การจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม และมุ่งเน้นส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวของกลุ่มธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกับประเทศเพื่อนบ้านภายใต้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยจัดกิจกรรมกีฬาสัมพันธ์ 3 ประเทศ 9 จังหวัด

นอกจากนี้ ปฎิมา พิมพ์สกุล (2557) ศึกษาการคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยว ในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย พบว่าผู้ประกอบการในจังหวัดเชียงรายคาดการณ์ว่าการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนจะมีผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยว อาทิ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การค้าเสรี การเคลื่อนย้ายของกลุ่มแรงงาน แต่เนื่องจากทั้งภาคการค้าและการท่องเที่ยวมีการขยายตัวที่มากขึ้นอย่างรวดเร็วอาจทำให้เกิดปัญหาด้านมลภาวะและกำแพงภาษาของผู้ประกอบการธุรกิจชาวไทยเป็นผลให้ไม่สามารถขยายตัวได้อย่างยั่งยืน และอาจเป็นผลให้ได้รับความเสียหายจากประเทศเพื่อนบ้านได้ ดังนั้นจึงควรมีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาศักยภาพ และสร้างมาตรฐานในการให้บริการ เพื่อตอบสนองฐานลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น และเป็นการต่อต้านการลงทุนจากนายทุนชาวต่างชาติอีกด้วย รวมทั้ง ภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการและพัฒนาในด้านการท่องเที่ยว และการค้ามากขึ้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้

สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีความตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้ประกอบการเห็นความสำคัญถึงการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาศักยภาพและสร้างมาตรฐานในการให้บริการ โดยเฉพาะการพัฒนาบุคลากรทั้งด้านความรู้และทักษะการให้บริการเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยว รวมทั้ง ภาครัฐและเอกชนควรมีส่วนร่วมในการจัดการและพัฒนาในด้านการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาขีดความสามารถด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับการสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม การนำนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ การ

ป้องกันและรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมการบริหารจัดการในทุกระดับ เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจ มุ่งเน้นความร่วมมือเพื่อเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจ รวมทั้งกำหนดมาตรฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว

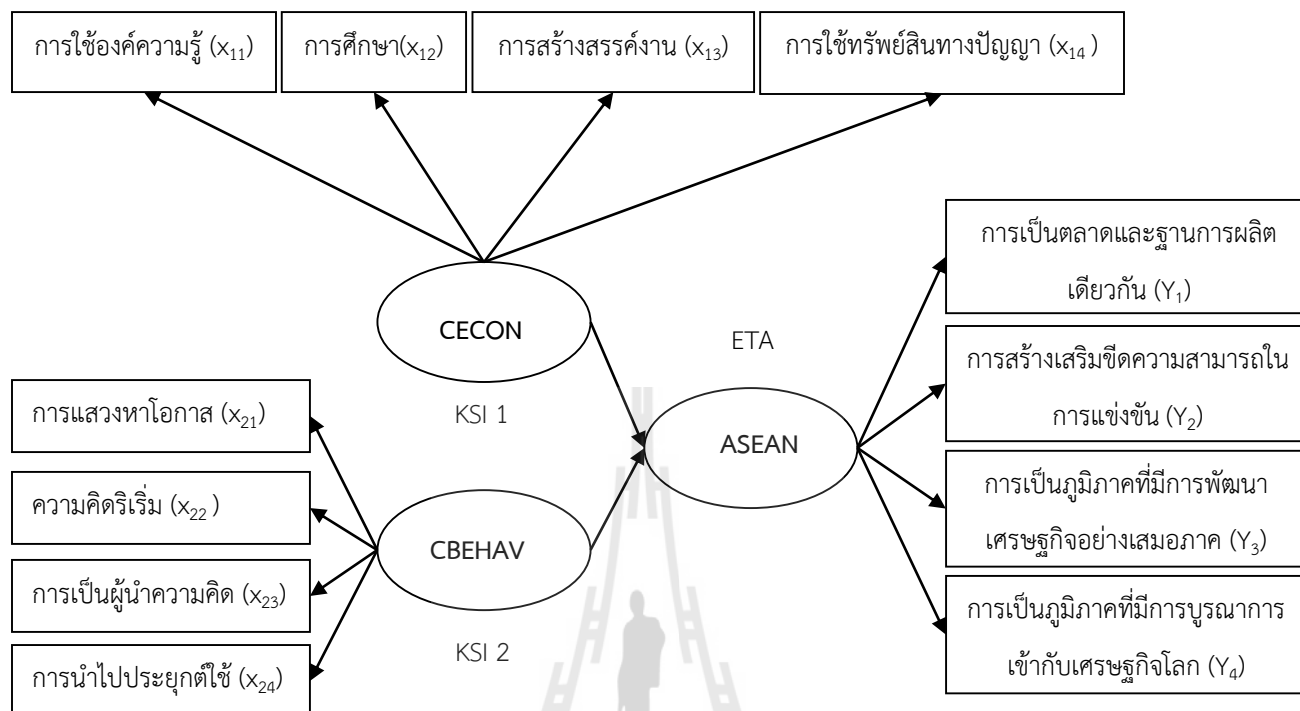
2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พหุติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถสรุปได้ว่า หน่วยงานต่างๆ ในประเทศไทยมีความตระหนักถึงความสำคัญในการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยมีทิศทางที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเตรียมความพร้อมด้านทรัพยากรต่างๆ ทั้งทรัพยากรมนุษย์ สิ่งแวดล้อม หรือกฎหมาย เพื่อรองรับการรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้น โดยเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพ บนฐานความรู้ ซึ่งให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเศรษฐกิจภายในประเทศ เพื่อสนับสนุนการปรับโครงสร้างภาคการผลิตและบริการในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่อุปทาน ที่เน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ ช่วยการสร้างงานและรายได้ ตลอดจนพัฒนาระบบการแข่งขันที่เป็นธรรม และบริหารจัดการเศรษฐกิจส่วนรวมอย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในภูมิภาคนั้น มีแนวทางในการดำเนินการโดยเน้นการผลักดันให้ประเทศไทยมีบทบาทหน้าที่สร้างสรรค์ในเวทีระหว่างประเทศในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเป็นทางเลือกในการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศในเวทีโลก ในการรักษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและประเทศมหาอำนาจต่างๆ รวมทั้งประโยชน์ด้านอื่นๆ ของประเทศทั้งในด้านการค้า ความมั่นคงของอาหาร/พลังงาน โอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของไทย และการรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงของประเทศไทยและภูมิภาคโดยรวม

ประกอบกับการที่หน่วยงานภาครัฐได้จัดเตรียมยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานให้มีความสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานระดับประเทศในการเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทุกระดับ ซึ่งต้องสร้างสมรรถนะเพื่อแข่งขันในเชิงคุณภาพ เพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์และนวัตกรรม ในส่วนของสำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม ในการเร่งสร้าง

ภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่างๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน รวมทั้ง กำหนดนโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยการพัฒนานวัตกรรมและกระบวนการผลิตให้มีคุณภาพได้มาตรฐานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อาหารไทยบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญา ส่งเสริมการวิจัยเกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรและแก้ไขปัญหาที่สำคัญของประเทศ เป็นต้น จึงนำมาสู่การกำหนดสมมติฐานในการวิจัยที่ว่า “ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย”

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ส่วนปัจจัยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ การแสวงหาโอกาส ความคิดริเริ่ม การเป็นผู้นำความคิด และการนำไปประยุกต์ใช้ และตัวแปรตามซึ่งเป็นปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ประกอบด้วยเสาหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว แสดงดังภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย




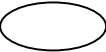

รูปภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา 1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553)

2. De Jong and Den Hartog (2008)

3. องค์ความรู้อาเซียน (2557)

สัญลักษณ์ของแบบจำลอง

	หมายถึง	ตัวแปรสังเกตได้ (observed variable)
	หมายถึง	ตัวแปรแฝง หรือองค์ประกอบ (latent variable)
ต้น 	ตาม หมายถึง	ตัวแปรต้นมีผลโดยตรงต่อตัวแปรตาม (ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ)

โดยที่

CECON	คือ	เศรษฐกิจสร้างสรรค์
CBEHAV	คือ	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย
ASEAN	คือ	ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

X ₁₁	คือ	การใช้องค์ความรู้
X ₁₂	คือ	การศึกษา
X ₁₃	คือ	การสร้างสรรค้งาน
X ₁₄	คือ	การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา
X ₂₁	คือ	การแสวงหาโอกาส
X ₂₂	คือ	ความคิดริเริ่ม
X ₂₃	คือ	การเป็นผู้นำความคิด
X ₂₄	คือ	การนำไปประยุกต์ใช้
Y ₁	คือ	การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน
Y ₂	คือ	การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน
Y ₃	คือ	การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
Y ₄	คือ	ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย มีวิธีในการดำเนินการ วิจัยดังนี้

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์จากประชากรกลุ่มเป้าหมาย โดยนำมาตรวจสอบกับ แบบจำลองที่เป็นสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) และใช้สถิติเปรียบเทียบ เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลองที่สร้างขึ้น (computed covariance matrix) กับเมทริกซ์ ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเครื่องมือที่เป็น แบบสอบถาม (sample covariance matrix) หลังจากนั้นจะค้นพบว่า ประเด็นใดของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของ ประเทศไทย และยังค้นพบอีกว่าองค์ประกอบใดมีความสำคัญมากที่สุดในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ดังกล่าว การวิจัยนี้มีวิธีดำเนินการดังนี้

1. ค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อเรียงเรียงความสำคัญของปัญหา
2. กำหนดวัตถุประสงค์
3. พัฒนารอบแนวความคิดงานวิจัย
4. ระบุประชากรที่จะทำการศึกษา และเลือกสถานที่ที่จะทำการวิจัย
5. พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งหาประสิทธิภาพของ เครื่องมือ
6. เก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมที่ได้จากการคำนวณ
7. วิเคราะห์ผลการวิจัย
8. สรุปและอภิปรายผลที่ได้จากการวิจัย
9. ระบุข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ประโยชน์

3.2 ประชากร การกำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง สถานที่ทำการวิจัย

3.2.1 ประชากร

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ 1) ประชาชนในประเทศไทยที่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นปี (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2506 มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี เป็นคนที่มีชีวิตเพื่อการทำงาน เคารพกฎเกณฑ์ กตึกา อดทน ให้ความสำคัญกับผลงานแม้ว่าจะต้องใช้เวลามากกว่าจะประสบความสำเร็จ อีกทั้งยังมีแนวคิดที่จะทำงานหนักเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว มีความทุ่มเทกับการทำงานและองค์กรมาก คนกลุ่มนี้จะไม่เปลี่ยนงานบ่อยเนื่องจากมีความจงรักภักดีกับองค์กรอย่างมาก 2) เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507-2519 มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี เป็นกลุ่มประชากรที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ต้องการความเป็นอิสระและต้องการการยอมรับ มีอุปนิสัยชอบเสี่ยงและชอบทำอะไรใหม่ๆ ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้ดี มีความยืดหยุ่น และมักท้าทายกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่อาจไม่เหมาะสมกับยุคสมัย 3) เจนเนอเรชั่นวาย (Why Generation) คือ กลุ่มประชากรที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520-2542 มีช่วงอายุระหว่าง 17- 39 ปี เป็นกลุ่มคนที่มองโลกในแง่ดี ยอมรับความเปลี่ยนแปลง ใช้เทคโนโลยีเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ให้ความสนใจกับผลสำเร็จของงานหรือความท้าทายของเนื้อหาของงานมากกว่าวิธีการทำงาน ที่สำคัญมักเปิดใจยอมรับและปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างและความหลากหลายในแง่มุมต่างๆ เช่นความเป็นสากลได้ดี มีความสนใจใฝ่รู้ด้านเทคโนโลยีอย่างมาก และมีความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ (Social Integrated, ออนไลน์, 2556; เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล และคณะ, 2557) โดยกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวได้เน้นเฉพาะผู้ที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีความรู้ในเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตชุมชนเมือง โดยจะทำการศึกษาในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา มีจำนวนประชากรรวม 10,454,063 คน

3.2.2 การกำหนดขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษา คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นปี (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2506 มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507-2519 มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520-2542 มีช่วงอายุระหว่าง 17- 39 ปี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยเลือก

กลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามจังหวัดที่เป็นพื้นที่เป้าหมาย 4 จังหวัด และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน มีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ Taro Yamane (Yamane, 1967) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

- โดยที่ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 P(1-P) = ค่าความแปรปรวนของค่าสัดส่วน โดยกำหนดให้ P มีค่าเท่ากับ 0.5
 e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05
 Z = ระดับความเชื่อมั่น ในการศึกษาครั้งนี้ใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้น Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อนำตัวเลขไปแทนค่าในสูตร จะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ

$$n = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ ราย}$$

จากการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้นได้ให้ความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ในที่นี้ผู้วิจัยได้ปรับขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 405 คน และได้จำแนกการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเป็นส่วนตามประชากรในแต่ละจังหวัด ดังตารางที่ 3.1 ถ้าหากพิจารณาจากกรอบแนวคิดที่เป็นสมการโครงสร้าง (SEM) แล้ว มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 12 ตัวแปร ดังนั้นจำนวนตัวอย่างต้องมีอย่างน้อย 5-10 เท่าของจำนวนตัวแปรสังเกตได้คือ 60-120 คน (Ullman and Bentler, 2003) ในที่นี้การวิจัยมีการเก็บข้อมูลที่มากกว่าจึงเป็นไปตามเกณฑ์

ตารางที่ 3.1 การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิเป็นสัดส่วนกับจำนวนประชากรทั้งหมดในจังหวัด
เป้าหมาย

จังหวัด	จำนวนประชากร	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
กรุงเทพมหานคร	5,674,843	220
เชียงใหม่	1,646,144	64
ขอนแก่น	1,766,066	68
สงขลา	1,367,010	53
รวมทั้งสิ้น	10,454,063	405

ที่มา: กรมการปกครอง (ออนไลน์, 2555) และจากการคำนวณ

จากการคำนวณสัดส่วนตามจำนวนประชากรแต่ละจังหวัดในตารางที่ 3.1 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประเทศทั้ง 4 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 220 คน จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 64 คน จังหวัดขอนแก่น จำนวน 68 คน จังหวัดสงขลา จำนวน 53 คน รวมทั้งสิ้น 405 คน

3.2.3 สถานที่ทำการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดสถานที่ทำการวิจัย คือ พื้นที่ในจังหวัดซึ่งเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา ที่ประชากรกลุ่มเป้าหมายพักอาศัยและทำงานอยู่ คือ กลุ่มเจนเนอเรชั่นบี (Baby Boomer Generation) ที่มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) ที่มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Why Generation) ที่มีช่วงอายุระหว่าง 17- 39 ปี

3.3 ตัวแปรที่ศึกษาในงานวิจัย

ในการวิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

3.3.1 ตัวแปรสังเกตได้ (observed variable)

ได้แก่ การใช้องค์ความรู้ (x_1), การศึกษา (x_2), การสร้างสรรค์งาน (x_3), การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (x_4), การแสวงหาโอกาส (x_5), ความคิดริเริ่ม (x_6), การเป็นผู้นำความคิด (x_7), การนำไปประยุกต์ใช้ (x_8), การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (y_1), การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน (y_2), การ

เป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค (y_3) และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (y_4)

3.3.2 ตัวแปรแฝง (latent variable)

ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CECON) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย (CBEHAV) และ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของประเทศไทย เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และระดับรายได้ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (close ended question) มีลักษณะข้อมูลเป็นมาตรานามบัญญัติ (nominal scale) และมาตราเรียงลำดับ (ordinal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านการใช้องค์ความรู้ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพยากรทางปัญญา

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำความคิด และด้านการนำไปประยุกต์ใช้

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบด้วย ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย มีลักษณะเป็นคำถามแบบเปิด (open ended question)

สำหรับแบบสอบถามส่วนที่ 2 3 และ 4 มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด (close ended question) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (interval scale) (Argyrous, 2011) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งแสดงระดับการให้ความสำคัญในแต่ละข้อคำถาม ดังนี้

การให้ระดับความสำคัญแต่ละข้อคำถาม มี 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับคะแนน 5 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด
- ระดับคะแนน 4 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญมาก
- ระดับคะแนน 3 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญปานกลาง
- ระดับคะแนน 2 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญน้อย
- ระดับคะแนน 1 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญน้อยมาก

การกำหนดเกณฑ์สำหรับการวัดความคิดเห็นในการให้ระดับความสำคัญนั้น ใช้วิธีการนำคะแนนสูงสุดลบคะแนนต่ำสุด และหารด้วยจำนวนชั้น ตามหลักสถิติการวัดการกระจายข้อมูล เพื่อให้ได้ความกว้างของอันตรภาคชั้น (บุญใจ ศรีสถิตนรากร, 2555) โดยมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$I = \frac{R}{k}$$

โดยที่ I หมายถึง ความกว้างของชั้น

R หมายถึง พิสัย (ค่าสูงสุด-ค่าต่ำสุด)

k หมายถึง จำนวนชั้น

เมื่อนำตัวเลขแทนค่าสูตรจะได้

$$I = \frac{5-1}{5}$$

$$I = 0.8$$

จากการกำหนดเกณฑ์ดังกล่าว ได้ความกว้างของชั้น เท่ากับ 0.8 สามารถนำมากำหนดเกณฑ์ในการอธิบายความหมายของระดับความสำคัญตามช่วงคะแนนดังนี้

- ช่วงคะแนน 4.21 – 5.00 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญมากที่สุด
- ช่วงคะแนน 3.41 – 4.20 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญมาก
- ช่วงคะแนน 2.61 – 3.40 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญปานกลาง
- ช่วงคะแนน 1.81 – 2.60 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญน้อย
- ช่วงคะแนน 1.00 – 1.80 หมายถึง มีระดับการให้ความสำคัญน้อยมาก

3.5 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามและการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือมีดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

2. กำหนดกรอบและขอบเขตของแบบสอบถามให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และสมมุติฐานของงานวิจัย โดยเรียงลำดับตามลักษณะของคำถามและแยกเป็นหมวดหมู่ตามแนวคิดของงานวิจัย

3. สร้างแบบสอบถามตามกรอบที่กำหนดและขอบเขตที่ได้ตั้งไว้ ทำการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.มงคล ดอนขวา มหาวิทยาลัยขอนแก่น อาจารย์ ดร. กัมปนาท วิจิตรศรีกมล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกรัตน์ เอกศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อให้เป็นไปตามจุดประสงค์ของงานวิจัย โดยวัดจากการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (Index of item objective congruence: IOC) ซึ่งปกติแล้วจะให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป โดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน	+1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	0	ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์
ให้คะแนน	-1	ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

คำนวณได้จากสูตร $IOC = \frac{\sum R}{N}$

โดย	IOC	แทน	ดัชนีความสอดคล้อง A
	R	แทน	คะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	$\sum R$	แทน	ผลรวมของคะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
	N	แทน	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับการให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณานั้น ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 แสดงว่ามีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา มีความเหมาะสมในการใช้วัดตัวแปรที่ทำการศึกษาได้ (Rovinelli and Hambleton, 1977)

4. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ สอบถามกับกลุ่มประชากรเป้าหมายจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) ของแบบสอบถาม เฉพาะในส่วนที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (interval scale) ซึ่งเป็นการวัดความสอดคล้องภายใน (measure of

internal consistency) โดยจะพิจารณาข้อคำถามทั้งหมดในเครื่องมือนี้ว่าสามารถวัดในเรื่องเดียวกันหรือไม่ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ทั้งนี้ผลที่ได้จากการทดสอบแบบสอบถามมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงเป็นแบบสอบถามที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งหากอยู่ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะพบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอย่างมีนัยสำคัญ (Santos, 1999)

5. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้จริงในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างใน 4 จังหวัดที่เป็นศูนย์กลางความเจริญในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา

3.6 ผลการหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือในการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.50-1.00 และการทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาไม่ต่ำกว่า 0.70 ซึ่งแสดงรายละเอียดดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ

ปัจจัย	จำนวนข้อคำถามก่อนทดสอบ IOC	จำนวนข้อคำถามหลังทดสอบ IOC	Alpha's Cronbach
เศรษฐกิจสร้างสรรค์	20	17	0.964
- การใช้อ็องค์ความรู้	5	4	0.842
- การศึกษา	5	4	0.910
- การสร้างสรรค์งาน	5	4	0.830
- การใช้ทรัพยากรสินทางปัญญา	5	5	0.928
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย	20	16	0.970
- การแสวงหาโอกาส	5	4	0.898
- ความคิดริเริ่ม	5	4	0.936
- การเป็นผู้นำความคิด	5	4	0.922
- การนำไปประยุกต์ใช้	5	4	0.940
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	16	16	0.919
- การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน	4	4	0.937
- การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน	4	4	0.860

ตารางที่ 3.2 ผลการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ (ต่อ)

ปัจจัย	จำนวนข้อคำถาม ก่อนทดสอบ IOC	จำนวนข้อคำถาม หลังทดสอบ IOC	Alpha's Cronbach
- การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่าง เสมอภาค	4	4	0.825
- การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับ เศรษฐกิจโลก	4	4	0.886

จากตารางที่ 3.2 ในการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) จากการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า มีข้อคำถามที่มีค่าคะแนนเท่ากับ 0.33 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือ ระหว่าง 0.50 – 1.00 จึงได้ทำการตัดข้อคำถามออก เนื่องจากข้อคำถามนั้น อาจยังไม่มีความสอดคล้องเหมาะสมในการใช้วัดปัจจัย ส่วนข้อคำถามที่มีคะแนน 0.67 และ 1 นั้นจะถูกนำไปใช้ในแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป สรุปได้ว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากจำนวนข้อคำถาม 20 ข้อ ถูกตัดออกเหลือ 17 ข้อ ได้แก่ ด้านการใช้องค์ความรู้ 4 ข้อ ด้านการศึกษา 4 ข้อ ด้านการสร้างสรรคงาน 4 ข้อ และด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา 5 ข้อ ส่วนปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย จากจำนวนข้อคำถาม 20 ข้อ ถูกตัดออกเหลือ 16 ข้อ ได้แก่ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านความคิดริเริ่ม ด้านการเป็นผู้นำความคิด และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ จำนวนด้านละ 4 ข้อ และปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เหลือจำนวนข้อคำถาม 16 ข้อ เท่าเดิม ได้แก่ ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก จำนวนด้านละ 4 ข้อ ซึ่งรายละเอียดค่าคะแนนแต่ละข้อคำถามแสดงในภาคผนวก ข ผลการทดสอบค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง

สำหรับการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคไม่ต่ำกว่า 0.70 สรุปได้ว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งปัจจัยรวมและปัจจัยย่อยทั้ง 4 ด้าน ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้งปัจจัยรวมและปัจจัยย่อยทั้ง 4 ด้าน และปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนทั้งปัจจัยรวมและปัจจัยย่อยทั้ง 4 ด้าน พบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ในช่วง 0.825 – 0.970 ซึ่งไม่ต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือ 0.70 ดังนั้นสรุปได้ว่าแบบสอบถามเรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่

ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้ผ่านการทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยมีทั้งความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและมีความน่าเชื่อถือสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้

3.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (qualitative data) จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data sources) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data sources) ดังต่อไปนี้

3.7.1 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยจากหน่วยงาน หรือองค์การที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกพื้นที่เป้าหมาย รวมถึงข้อมูลที่ได้จากหนังสือ บทความในวารสาร รายงานการประชุม สัมมนาวิชาการ บทความออนไลน์ รายงานการวิจัย บทความวิชาการ และฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ออนไลน์ เป็นต้น

3.7.2 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่จัดเก็บจากประชากรกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 405 คน ในจังหวัดที่เป็นตัวแทนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง 4 จังหวัด ซึ่งเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา และทำการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling) โดยแบ่งตามจังหวัดที่เป็นพื้นที่เป้าหมาย 4 จังหวัด และสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ประชากรมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆ กัน

3.8 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) โดยใช้สมการโครงสร้าง (structural equation model: SEM) มีรายละเอียดของสถิติที่ใช้ดังตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ของตัวแปรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งทั้ง 3 ตัวแปร มีปัจจัยต่างๆ เป็นองค์ประกอบย่อยนั้น วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

(confirmatory factor analysis) ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย และโมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยใช้เกณฑ์ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI/TLI) มากกว่า 0.9 หรือ 0.95 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (SRMR) มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2006; Hair et al., 2010)

วัตถุประสงค์ที่ 2 แบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความแปรปรวนร่วม (covariance) ในการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง โดยใช้เกณฑ์ค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน (CFI/TLI) มากกว่า 0.9 หรือ 0.95 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) และค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (SRMR) มีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2006; Hair et al., 2010)

วัตถุประสงค์ที่ 3 การศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์กับยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติสหสัมพันธ์ โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ปรับมาตรฐาน (estimate standardization) ค่าความคลาดเคลื่อน (S.E.) และค่าความผันแปรของข้อมูล (R^2)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ทำการศึกษากับ กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นบี (Baby Boomer Generation) มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี และกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Why Generation) มีช่วงอายุระหว่าง 17- 39 ปี จำนวน 405 คน โดยเป็นผู้ที่อาศัย อยู่ในจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 220 คน เชียงใหม่ จำนวน 64 คน ขอนแก่น จำนวน 68 คน และสงขลา จำนวน 53 คน ซึ่งแสดงผลการวิเคราะห์ตามหัวข้อต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย
- 4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย
- 4.5 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด
- 4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

เป็นการวิเคราะห์ความถี่และร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา การประกอบอาชีพ และระดับรายได้ แสดงดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อคำถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	177	43.7
หญิง	228	56.3
รวม	405	100

ตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
29-36 ปี	124	30.6
37-44 ปี	103	25.4
45-52 ปี	112	27.7
53-62 ปี	66	16.3
รวม	405	100
ข้อความ	จำนวน	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ปริญญาตรี	225	55.6
ปริญญาโท	168	41.5
ปริญญาเอก	12	3.0
รวม	405	100
อาชีพ		
รับราชการ	145	35.8
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	84	20.7
พนักงานเอกชน	87	21.5
ธุรกิจส่วนตัว	69	17.0
อื่นๆ	20	4.9
รวม	405	100
รายได้ปัจจุบันเฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 20,000 บาท	46	11.4
20,000 – 24,999 บาท	96	23.7
25,000 – 29,999 บาท	55	13.6
30,000 – 34,999 บาท	38	9.4
35,000 – 39,999 บาท	24	5.9
40,000 – 44,999 บาท	26	6.4
45,000 – 49,999 บาท	28	6.9
50,000 บาทขึ้นไป	92	22.7
รวม	405	100

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามในตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.3 มีอายุระหว่าง 29 – 36 ปี ร้อยละ 30.6 การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.6 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 35.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท ร้อยละ 23.7

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4 ด้าน ได้แก่ การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งแสดงผลทั้งในรายข้อย่อยและรายด้าน ดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
การใช้องค์ความรู้			
1. การจัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลพื้นฐานทางวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนและเสริมข้อมูลระดับประเทศ	4.08	.894	มาก
2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักธุรกิจ นักลงทุน และแรงงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม	3.98	.794	มาก
3. การแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมงามที่แฝงฝังอยู่ในการใช้ชีวิตของคนให้กลายเป็นสินค้าและบริการ เพื่อทำให้มีความรู้สึกร่วมมีส่วนร่วมและเต็มใจในความงาม	3.87	.794	มาก
4. มีการสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ	4.07	.769	มาก
รวม	3.99	.675	มาก

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ต่อ)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
การศึกษา			
5. ระบบการศึกษาที่มีการวางรากฐานด้านความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ระดับก่อนวัยเรียน	4.07	.912	มาก
6. การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีบทบาท และมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตร	4.04	.882	มาก
7. การเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะในการคิด และการมีความคิดริเริ่มโดยมีการฝึกปฏิบัติกันในสถานศึกษาทุกระดับอย่างเข้มข้น	4.10	.910	มาก
8. การปรับกระบวนการให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคม โดยอาศัยความรู้จากการศึกษาและการสร้างภูมิปัญญา ด้วยการฝึกฝนตั้งแต่วัยเด็ก	4.04	.908	มาก
รวม	4.06	.793	มาก
การสร้างสรรคงาน			
9. การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการโดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	4.06	.874	มาก
10. การให้ความสำคัญกับกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของงานศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์	3.86	.863	มาก
11. การให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการประเภทงานสร้างสรรค์และการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น แฟชั่น และการโฆษณา เป็นต้น	3.97	.791	มาก
12. การให้ความสำคัญกับกลุ่มสื่อ เช่น ทีวี วิทยุ การพิมพ์ และดนตรีรวมทั้งกลุ่มสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เช่น ซอฟต์แวร์ และเนื้อหาดิจิทัล	4.02	.788	มาก
รวม	3.98	.680	มาก
การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา			
13. ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ความคิดสติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรมให้มากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสมัยใหม่	4.25	.789	มากที่สุด
14. การส่งเสริมให้มีเครือข่ายการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนาสินค้าและบริการ ที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่แตกต่างกัน	4.11	.718	มาก

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ (ต่อ)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
15. พัฒนาการที่มีระบบและขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ๆอย่างรวดเร็วและคล่องตัว	4.08	.832	มาก
16. การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐเรื่องกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น	4.07	.856	มาก
17. การมีบทลงโทษทางกฎหมายอย่างเข้มงวดในกรณีที่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา	4.12	.974	มาก
รวม	4.13	.692	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในระดับมากเป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 รองลงมาคือ การให้ความสำคัญในด้านการศึกษา ด้านการใช้องค์ความรู้ และด้านการสร้างสรรค์งานในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 3.99 และ 3.98 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญานั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ความคิด สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรมให้มากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสมัยใหม่ ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

ด้านการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะในการคิด และการมีความคิดริเริ่มโดยมีการฝึกปฏิบัติกันในสถานศึกษาทุกระดับอย่างเข้มข้น ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ด้านการใช้องค์ความรู้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการจัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลพื้นฐานทางวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนและเสริมข้อมูลระดับประเทศ ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08

และด้านการสร้างสรรค์งาน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการโดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06

4.3 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย

แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย 4 ด้าน ได้แก่ การแสวงหาโอกาส การมีความคิดริเริ่ม การเป็นผู้นำทางความคิด และการนำไปประยุกต์ใช้ ซึ่งทำการแสดงผลทั้งในรายข้อย่อยและรายด้าน ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
การแสวงหาโอกาส			
1. การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนางาน	4.17	.796	มาก
2. ความพยายามคิดค้นวิธีการทำงานใหม่เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานให้เกิดคุณภาพมากขึ้น	4.13	.748	มาก
3. ความผิดพลาดในงานที่เกิดขึ้นทำให้ต้องคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อป้องกันความผิดพลาด	3.98	.764	มาก
4. ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นและสิ่งที่ดีควรจะเป็นทำให้ต้องคิดสิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาการทำงาน	3.98	.756	มาก
รวม	4.06	.645	มาก
การมีความคิดริเริ่ม			
5. การรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานอยู่เสมอ	4.15	.752	มาก
6. การวิเคราะห์งานที่รับผิดชอบอยู่เสมอเพื่อพัฒนาวิธีการทำงาน	4.05	.736	มาก
7. ความสามารถในการนำความคิดใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่างๆ	4.15	.731	มาก
8. การเป็นผู้นำทางความคิดในการพัฒนางานในองค์กรให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ	4.08	.747	มาก
รวม	4.11	.644	มาก

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัย
พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย (ต่อ)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
การเป็นผู้นำทางความคิด			
9. การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆเพื่อนำมาใช้ในการทำงาน	4.11	.819	มาก
10. การนำเสนอสิ่งใหม่ๆต่อหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานให้เห็น ด้วยกับความคิดของตน	4.00	.818	มาก
11. ความคิดในการพัฒนาองค์กรได้รับการสนับสนุนจากเพื่อน ร่วมงาน หัวหน้างาน และองค์กร	4.02	.816	มาก
12. การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อนร่วมงานให้แสดงความคิดเห็น การพัฒนางานอยู่เสมอ	4.01	.811	มาก
รวม	4.04	.698	มาก
การนำไปประยุกต์ใช้			
13. การวางแผนเพื่อนำแนวความคิดใหม่ๆที่มีประโยชน์ไปใช้ ในการปฏิบัติงาน	4.06	.757	มาก
14. การนำความคิดใหม่ๆที่มีประโยชน์ เข้ามาประยุกต์ใช้ ในการทำงานอยู่เสมอ	4.11	.768	มาก
15. การทดสอบผลของการนำแนวความคิดใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ ซึ่งได้นำมาใช้กับการปฏิบัติงาน	3.99	.790	มาก
16. การนำความรู้จากการติดตามข่าวสารการเปลี่ยนแปลงทาง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	3.97	.802	มาก
รวม	4.03	.682	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์
ของคนไทย ตามตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรม
สร้างสรรค์ในด้านการมีความคิดริเริ่มในระดับมาก เป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11
รองลงมาคือ ด้านการแสวงหาโอกาส ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ใน
ระดับมากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 4.04 และ 4.03 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายชื่อย่อยพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยในด้านการมี
ความคิดริเริ่มนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆที่เป็น
ประโยชน์ในการพัฒนางานอยู่เสมอ และความสามารถในการนำความคิดใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในการ
แก้ปัญหาต่างๆในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ด้านการแสวงหาโอกาส ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนางานในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำงานในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการนำความคิดใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานอยู่เสมอในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

4.4 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปลผลระดับการให้ความสำคัญของผู้ตอบแบบสอบถามในปัจจุบันเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย 4 ด้าน ได้แก่ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ซึ่งทำการแสดงผลทั้งในรายข้อย่อยและรายด้าน ดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน			
1. การเคลื่อนย้ายสินค้าและการบริการเสรี	4.09	.820	มาก
2. การเคลื่อนย้ายการลงทุนเสรี	3.93	.763	มาก
3. การเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากยิ่งขึ้น	3.90	.773	มาก
4. การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือโดยเสรี	3.91	.764	มาก
รวม	3.96	.682	มาก
การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน			
5. นโยบายเพื่อทำให้เกิดการแข่งขันที่เท่าเทียมกันนำไปสู่การเสริมสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคในระยะยาว	4.15	.784	มาก
6. การคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันของภาคธุรกิจที่เป็นธรรม	4.12	.807	มาก

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในการให้ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย (ต่อ)

ข้อคำถาม	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
7. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายภายในกลุ่ม	4.19	.784	มาก
8. มาตรการด้านภาษีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมโยงภายในกลุ่ม	4.03	.780	มาก
รวม	4.12	.668	มาก
การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค			
9. ลดช่องว่างการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยกว่า	4.08	.814	มาก
10. การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในการเข้า AEC	4.11	.789	มาก
11. การริเริ่มในการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiatives for ASEAN Integration: IAI) เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาในระดับ SME	4.02	.761	มาก
12. ประเทศสมาชิกทุกประเทศได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ	4.07	.784	มาก
รวม	4.07	.669	มาก
การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก			
13. มาตรการการจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) และความเป็นหุ้นส่วน ทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดกับประเทศนอกกลุ่มอาเซียน	4.09	.761	มาก
14. ภาครัฐกิจของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีการรวมตัวกันทางการเงินเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันได้กับตลาดระหว่างประเทศและกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคอื่น	4.05	.750	มาก
15. ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก	4.14	.750	มาก
16. ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนมีตลาดที่พึ่งพากันภายในกลุ่ม และมีส่วนร่วมในเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานโลก เพื่อให้มีตลาดอุตสาหกรรมและบริการที่พึ่งพากัน	4.13	.719	มาก
รวม	4.10	.639	มาก

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาว ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ตามตารางที่ 4.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ความสำคัญในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับมาก เป็นลำดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 รองลงมาคือ การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก การเป็น ภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ในระดับ มากเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 4.07 และ 3.96 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณารายข้อย่อยพบว่า ปัจจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำเร็จกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อ เชื่อมโยงโครงข่ายภายในกลุ่มในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19

ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำเร็จกับการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจ โลก ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14

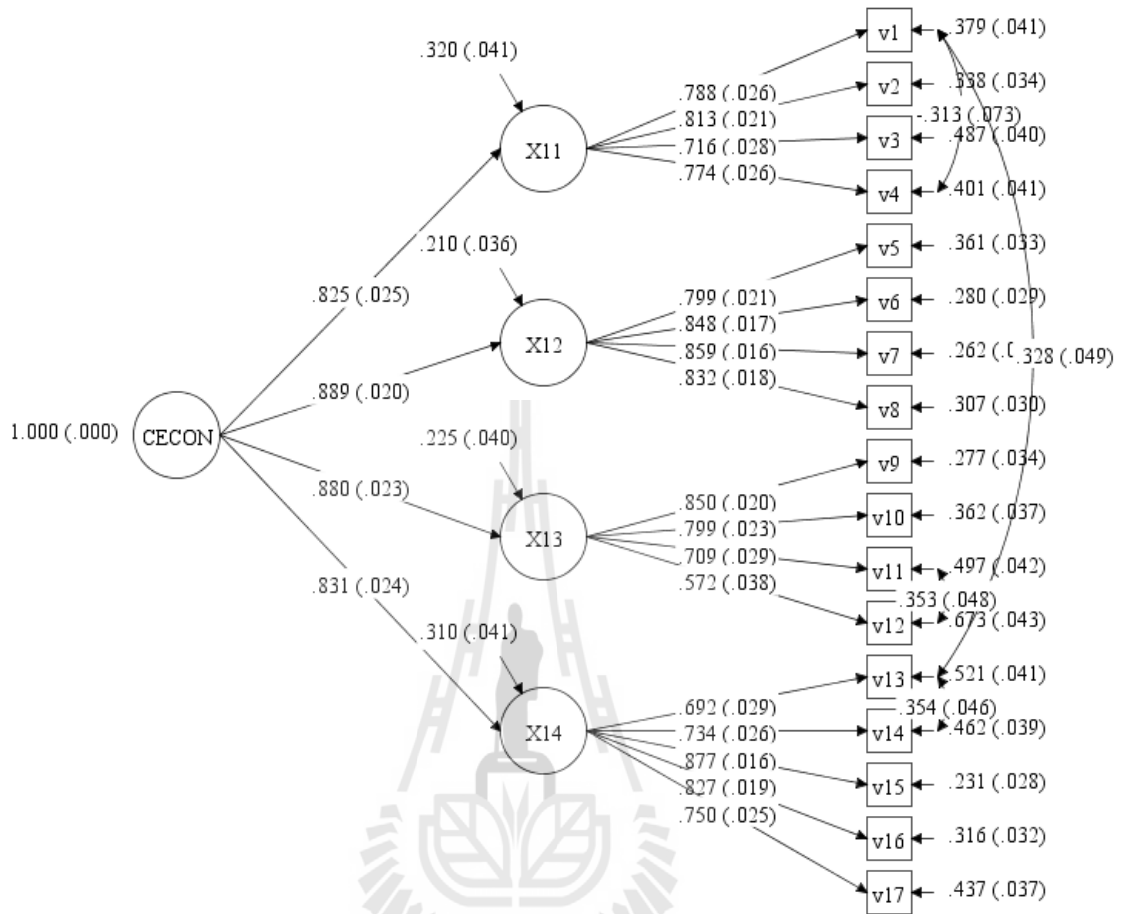
ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค ผู้ตอบแบบสอบถามให้ ความสำเร็จกับการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเสริมสร้างความสามารถใน การแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11

ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการ เคลื่อนย้ายสินค้าและการบริการเสรีในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09

4.5 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัด

เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (confirmatory factor analysis) เพื่อตรวจสอบ ความตรงเชิงโครงสร้างของโมเดลการวัด 3 โมเดล ได้แก่ โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศไทย โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย และโมเดลการวัดปัจจัย ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยผลการวิเคราะห์ แสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

4.5.1 โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย



$\chi^2 = 266.257$; $df = 111$; $\chi^2 / df = 2.39$; CFI = 0.965; TLI = 0.957; RMSEA = 0.059; SRMR = 0.046

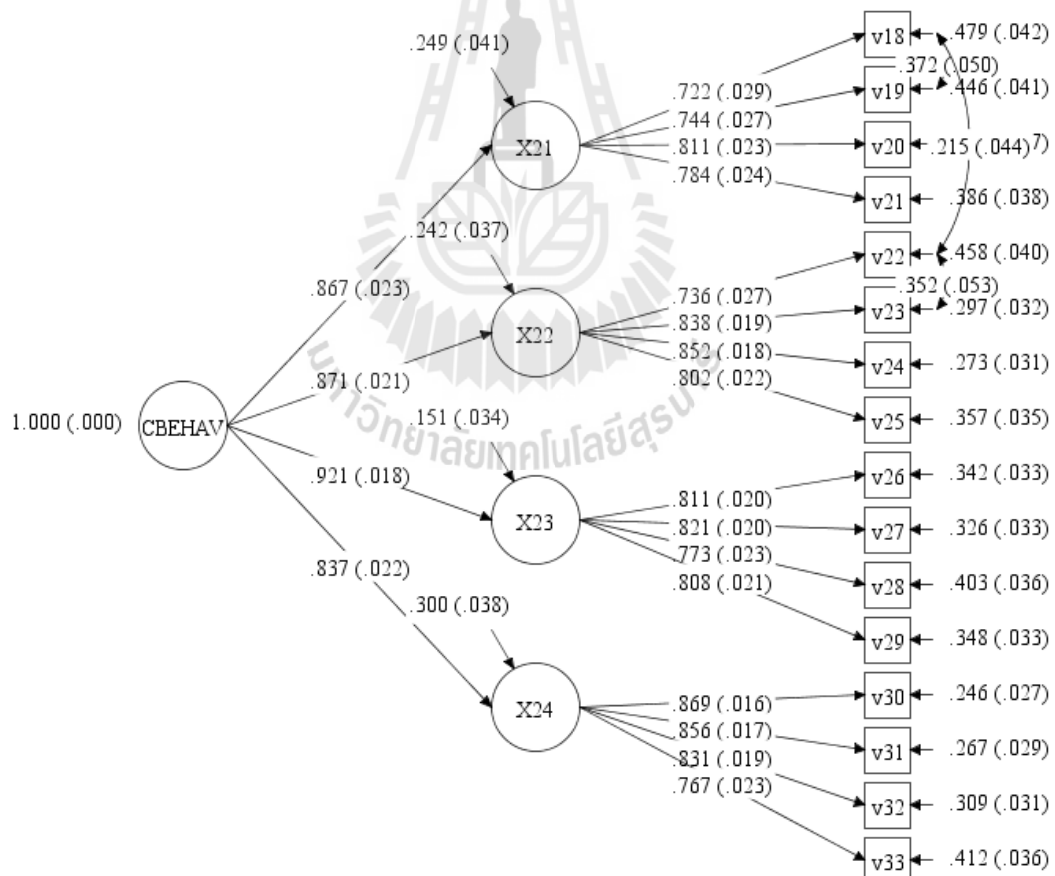
ภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

โดยที่	CECON คือ	ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์
	X ₁₁ คือ	การใช้องค์ความรู้
	X ₁₂ คือ	การศึกษา
	X ₁₃ คือ	การสร้างสรรคงาน
	X ₁₄ คือ	การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2 / df = 266.257/111$) เท่ากับ 2.39 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน

เปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.965 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.957 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.059 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยสามารถวัดได้ด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบด้วยกัน โดยวัดได้จากองค์ประกอบด้านการศึกษามากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.889 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์งาน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.880 องค์ประกอบด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.831 และองค์ประกอบด้านการใช้องค์ความรู้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.825

4.5.2 โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย



$\chi^2 = 251.024$; $df = 97$; $\chi^2 / df = 2.58$; CFI = 0.966; TLI = 0.958; RMSEA = 0.063;

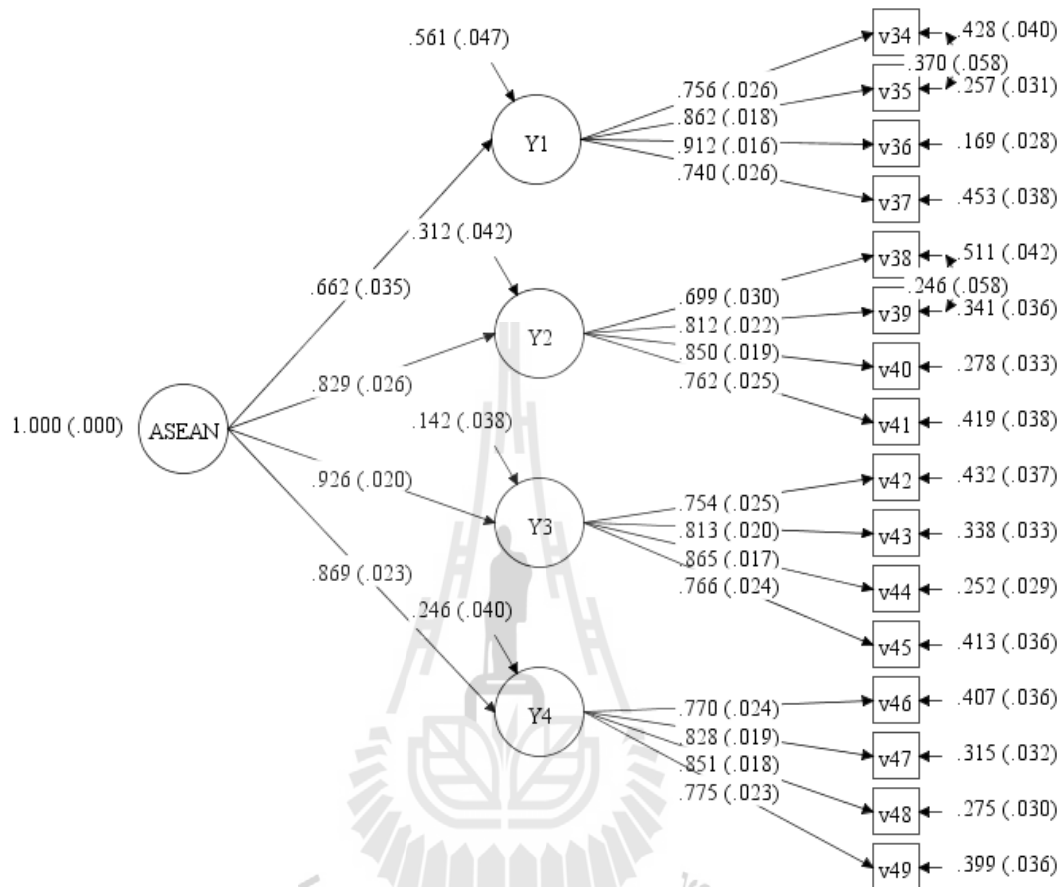
SRMR = 0.034

ภาพที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย

โดยที่	CBEHAV	คือ	ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย
	X ₂₁	คือ	การแสวงหาโอกาส
	X ₂₂	คือ	ความคิดริเริ่ม
	X ₂₃	คือ	การเป็นผู้นำความคิด
	X ₂₄	คือ	การนำไปประยุกต์ใช้

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ ($\chi^2/df = 251.024/97$) เท่ากับ 2.58 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.966 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.063 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยสามารถวัดได้ด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยวัดได้จากองค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำความคิดมากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.921 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านความคิดริเริ่ม มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.871 องค์ประกอบด้านการแสวงหาโอกาส มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.867 และองค์ประกอบด้านการนำไปประยุกต์ใช้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.837

4.5.3 โมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย



$\chi^2 = 247.047$; $df = 98$; $\chi^2 / df = 2.52$; CFI = 0.966; TLI = 0.958; RMSEA = 0.061;
SRMR = 0.037

ภาพที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

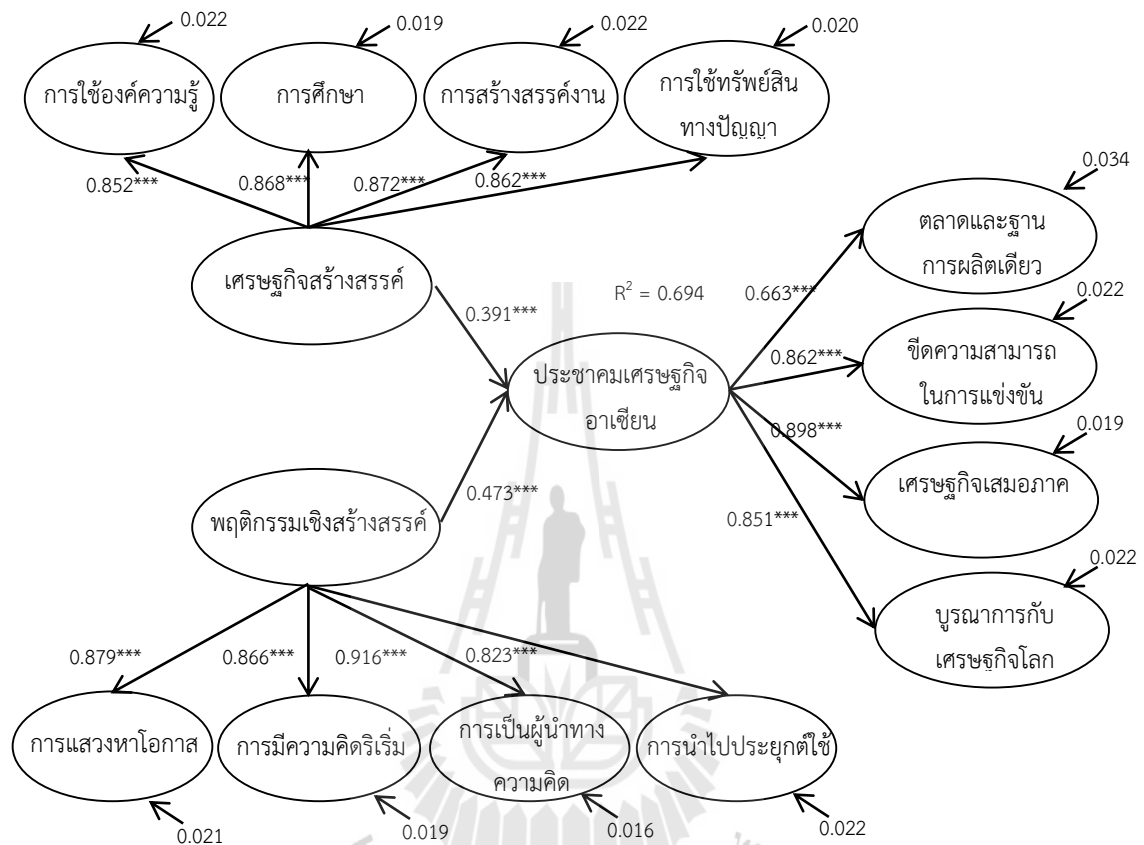
โดยที่	ASEAN คือ	ปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย
	Y1 คือ	การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน
	Y2 คือ	การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน
	Y3 คือ	การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
	Y4 คือ	การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก

ผลการวิเคราะห์โมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย พบว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2 / df = 247.047/98$) เท่ากับ 2.52 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.966 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.061 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยสามารถวัดได้ด้วยองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยวัดได้จากองค์ประกอบด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคมากที่สุด มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.926 รองลงมาคือ องค์ประกอบด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.869 องค์ประกอบด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.829 และองค์ประกอบด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.662

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐาน

งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ได้กำหนดสมมติฐานเพื่อเป็นแนวคำตอบล่วงหน้าในการทำวิจัยไว้ 2 ข้อ และมีผลการวิเคราะห์แสดงดังหัวข้อต่อไปนี้

4.6.1 เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลอง (computed covariance matrix)
 เทียบกับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ (sample covariance matrix)



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

***p-value < .001

ภาพที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย พบว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ ($\chi^2 / df = 2338.022/1110$) เท่ากับ 2.11 ซึ่งมีน้อยกว่า 3 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.916 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.911 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.9 (Hair et al., 2006) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.052 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ,

2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.047 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลองเท่ากับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์

4.6.2 ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ดังภาพที่ 4.4 นั้น พบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ซึ่งวัดได้จากองค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์งานเป็นลำดับแรก โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.872 และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ซึ่งวัดได้จากองค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำความคิดเป็นลำดับแรก โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.916 นั้น มีอิทธิพลต่อปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ซึ่งวัดได้จากองค์ประกอบด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคเป็นลำดับแรก โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.898 นอกจากนี้ยังพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีอิทธิพลต่อปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยมีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.473 ซึ่งมากกว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ที่มีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.391 จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบ ได้แก่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2) สร้างแบบจำลอง สมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิง โครงสร้าง และ 3) ศึกษาถึงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิง สร้างสรรค์ที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเก็บรวบรวม ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในกลุ่มเจนเนอเรชันบี (Baby Boomer Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิด ระหว่างปี พ.ศ. 2489 – 2506 มีช่วงอายุระหว่าง 53 – 70 ปี กลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Extraordinary Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2507-2519 มีช่วงอายุระหว่าง 40-52 ปี และกลุ่ม เจนเนอเรชันวาย (Why Generation) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2520-2542 มีช่วงอายุ ระหว่าง 17- 39 ปี ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดย เลือกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยแบ่งตามจังหวัดที่เป็นศูนย์กลาง ทางเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 220 คน จังหวัด เชียงใหม่ จำนวน 64 คน จังหวัดขอนแก่น จำนวน 68 คน จังหวัดสงขลา จำนวน 53 คน รวมทั้งสิ้น 405 คน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยในหัวข้อต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.3 มีอายุระหว่าง 29 – 36 ปี ร้อยละ 30.6 การศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.6 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 35.8 รายได้ เฉลี่ยต่อเดือน 20,000 – 24,999 บาท ร้อยละ 23.7

ผลการวิเคราะห์การให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.13$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการ ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ความคิด สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับรากฐาน วัฒนธรรมให้มากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสมัยใหม่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$)

รองลงมาคือ การให้ความสำคัญในด้านการศึกษา ($\bar{X} = 4.06$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะในการคิด และการมีความคิดริเริ่มโดยมีการฝึกปฏิบัติกันในสถานศึกษาทุกระดับอย่างเข้มข้นในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) สำหรับด้านการใช้องค์ความรู้มีการให้ความสำคัญในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการจัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลพื้นฐานทางวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมข้อมูลระดับประเทศในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) และมีการให้ความสำคัญในด้านการสร้างสรรค์งานในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{X} = 3.98$) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการโดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$)

ผลการวิเคราะห์การให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยพฤติกรรมสร้างสรรค์ในด้านการมีความคิดริเริ่มในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.11$) โดยให้ความสำคัญในประเด็นด้านการรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานอยู่เสมอ และความสามารถในการนำความคิดใหม่ๆ ไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหาต่างๆ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ การให้ความสำคัญด้านการแสวงหาโอกาสในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนางานในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) สำหรับการให้ความสำคัญด้านการเป็นผู้นำทางความคิดอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{X} = 4.04$) โดยให้ความสำคัญกับการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการทำงานในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) และให้ความสำคัญในด้านการนำไปประยุกต์ใช้ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการนำความคิดใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานอยู่เสมอในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$)

ผลการวิเคราะห์การให้ระดับความสำคัญกับปัจจัยเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยทั้ง 4 ด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับมากเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 4.12$) โดยให้ความสำคัญในประเด็นด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายภายในกลุ่มในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมาคือ การให้ความสำคัญในด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลกในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) โดยให้ความสำคัญในประเด็นด้านการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) สำหรับการให้ความสำคัญในด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาคอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน ($\bar{X} = 4.07$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$) และให้ความสำคัญใน

ด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าและการบริการเสรีในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$)

ทั้งนี้ สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ แสดงผลการสรุปดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาขนาดของความสำคัญของตัวแปรเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันของการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย และโมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย สรุปได้ว่า

1) โมเดลการวัดปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2/df = 266.257/111$) เท่ากับ 2.39 ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 2 ถึง 5 (Marsh and Hocevar, 1985) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.965 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.957 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.9 ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.059 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.046 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2006) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยสามารถวัดได้จาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการศึกษา (0.889) ด้านการสร้างสรรคงาน (0.880) ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (0.831) และด้านการใช้องค์ความรู้ (0.825)

2) โมเดลการวัดปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2/df = 251.024/97$) เท่ากับ 2.58 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.966 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.063 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.034 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยสามารถวัดได้จาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำความคิด (0.921) ด้านความคิดริเริ่ม (0.871) ด้านการแสวงหาโอกาส (0.867) และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ (0.837)

3) โมเดลการวัดปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพันธ์ ($\chi^2/df = 247.047/98$) เท่ากับ 2.52 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 ค่าดัชนีวัด

ระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.966 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.95 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.061 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.037 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักในแต่ละองค์ประกอบพบว่า ปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยสามารถวัดได้จาก 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค (0.926) ด้านการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก (0.869) ด้านการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน (0.829) และด้านการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (0.662)

2. เพื่อสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง

สรุปได้ว่า แบบจำลองสมการโครงสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาจากค่าดัชนีอัตราส่วนไค-สแควร์สัมพัทธ์ ($\chi^2 / df = 2338.022/1110$) เท่ากับ 2.11 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 3 (Hair et al., 2010) ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (CFI) เท่ากับ 0.916 และค่าดัชนี Tucker-Lewis (TLI) เท่ากับ 0.911 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.9 (Hair et al., 2006) ค่าดัชนีความคลาดเคลื่อนในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (RMSEA) เท่ากับ 0.052 ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.051 – 0.080 (โกศล จิตวิรัตน์ และคณะ, 2556) ถือว่ามีความสอดคล้องในเกณฑ์ดี และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยกำลังสองของส่วนที่เหลือ (SRMR) เท่ากับ 0.047 ซึ่งมีค่าต่ำกว่า 0.05 (Hair et al., 2010) จึงยอมรับสมมติฐานที่ว่า เมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลองเท่ากับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์

3. เพื่อศึกษาถึงขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างในการสรุปผลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นั้นพบว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยซึ่งวัดได้จากองค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำความคิดเป็นลำดับแรก (0.916) มีอิทธิพลต่อปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยมีค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.473 ในขณะที่ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยซึ่งวัดได้จากองค์ประกอบด้านการสร้างสรรค์งานเป็นลำดับแรก (0.872) มีอิทธิพลต่อ

ปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ที่ค่าขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.391 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยมีอิทธิพลต่อปัจจัยยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย มากกว่าปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย อย่างไรก็ตามข้อสรุปดังกล่าวยอมรับสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และปัจจัยพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

1. การสร้างแบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย และทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้าง พบว่า แบบจำลองดังกล่าวมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) นั้น ได้มีงานวิจัยทางด้านการศึกษา ด้านเศรษฐศาสตร์ และด้านบริหารธุรกิจเป็นจำนวนมากใช้แบบจำลองดังกล่าวในการทำวิจัย แต่ยังไม่มีการวิจัยที่ใช้แบบจำลองดังกล่าวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย อย่างไรก็ตามงานวิจัย เรื่อง การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (ขวัญกมล ดอนขวา, 2556) แบบจำลองปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสถานะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขวัญกมล ดอนขวา, 2557) และโมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ, 2558) ได้สร้างแบบจำลองโดยใช้ SEM และผลการวิจัยดังกล่าวพบว่าเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากแบบจำลอง (Compute Covariance Matrix) เท่ากับเมทริกซ์ความแปรปรวนร่วมจากข้อมูลเชิงประจักษ์ (Sample Covariance Matrix) ซึ่งหมายถึง แบบจำลองที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ได้เก็บรวบรวมมาจากพื้นที่เป้าหมาย

2. การศึกษาขนาดของความสัมพันธ์ในแต่ละองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า น้ำหนัก 4 องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านการสร้างสรรค้งาน ด้านการใช้ทรัพยากรทางปัญญา และด้านการใช้องค์ความรู้ มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.825 – 0.889 โดยด้านการศึกษาที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด (0.889) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของขวัญกมล ดอนขวา (2557) ที่ได้ศึกษาเรื่องปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และพบว่า น้ำหนักองค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้ง 4 องค์ประกอบ มีค่าเป็นบวกโดยมีค่าตั้งแต่ 0.83-0.90 โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบด้านการการศึกษามีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด (0.90) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับ

เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก และ สุกัญญา แสงเดือน (2554) ที่พบว่า ด้านองค์ความรู้มีความสำคัญมากที่สุด อีกทั้งผลการวิจัยยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาการประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ของ ณ์ัฐ ชลเทพ (2554) ที่พบว่า ในการดำเนินธุรกิจมีการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมาประยุกต์ใช้จะทำให้สามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญด้านองค์ความรู้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้าน การศึกษา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้ทรัพยากรสินทางปัญญาเป็นองค์ประกอบหลักของแต่ละธุรกิจ ตามลำดับ

ในด้านน้ำหนักร่องค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ได้แก่ ด้านการเป็นผู้นำทางความคิด ด้านการการมีความคิดริเริ่ม ด้านการนำไปประยุกต์ใช้ และด้านการแสวงหาโอกาส โดยมีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.837 – 0.921 นั่นคือ ่องค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำทางความคิด มีความสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด (0.921) ซึ่งผลงานการวิจัยสอดคล้องกับ ศิวพร โปทยานนท์ (2554) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผล ต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 และพบว่า องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552 มีพฤติกรรมของผู้นำ สภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ และความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากรอยู่ที่ระดับสูง โดยพฤติกรรมของผู้นำทั้ง 3 รูปแบบ ได้แก่ พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นงาน พฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นสัมพันธ์ และพฤติกรรมของผู้นำแบบเน้นการเปลี่ยนแปลง แสดงถึงบุคลากรมีการเป็นผู้นำทางความคิดจนเกิดมูลค่าทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามผลการวิจัยไม่สอดคล้องกับ พรทิพย์ ไชยฤกษ์ และ ขวัญกมล ดอนขวา (2558) ที่ศึกษาพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน) ที่พบว่า ด้านการแสวงหาโอกาสมีความสำคัญมากที่สุดต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร

สำหรับน้ำหนัก 4 องค์ประกอบของยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีค่าเป็นบวก ตั้งแต่ 0.662 – 0.926 โดยองค์ประกอบด้านการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค มีความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด (0.926) ผลงานการวิจัยสอดคล้องกับ ธิดารัตน์ โชคสุชาติ (2553) ที่ศึกษาการจัดทำพิมพ์เขียวเพื่อจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นการกำหนดทิศทางดำเนินงานในด้านเศรษฐกิจให้ชัดเจนตามกรอบระยะเวลาที่กำหนดจนบรรลุเป้าหมายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี ค.ศ. 2015 และเป็นการสร้างพันธะสัญญาระหว่างประเทศสมาชิกที่จะดำเนินการไปสู่เป้าหมายดังกล่าวโดยพิมพ์เขียวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC Blueprint) ประกอบด้วย 4 เสาหลักสำคัญ และสรุปว่าการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค เป็นแผนงานที่จะส่งเสริมการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจของสมาชิก และลดช่องว่างของระดับการพัฒนาระหว่างสมาชิกเก่าและใหม่ สนับสนุนการพัฒนา SMEs และการเสริมสร้างขีดความสามารถผ่านโครงการต่างๆ ซึ่งจะช่วยสร้างความร่วมมือ

ระหว่างวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมกับธุรกิจในต่างประเทศ โดยสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับธุรกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะในภูมิภาคอาเซียน เพื่อการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างความเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและระดับโลก (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ม.ป.ป.)

3. การศึกษาถึงขนาดของผลกระทบในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทยที่มีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พบว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.391 ($p\text{-value} < .001$) ในขณะที่ด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ด้วยขนาดของอิทธิพลเท่ากับ 0.473 ($p\text{-value} < .001$) จึงสรุปได้ว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มีขนาดของอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ของประเทศไทยมากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ รสสุคนธ์ ชันคำกาศ (2556) ที่สรุปแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนม เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และพบว่า กลยุทธ์ที่สำคัญคือ ด้านการพัฒนาบุคลากร เพื่อสร้างวัฒนธรรมบริการ พัฒนาความรู้และทักษะด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยประเมินความต้องการด้านความรู้และทักษะที่จำเป็น และจัดฝึกอบรมพัฒนาทักษะ เพื่อเตรียมความพร้อมในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการให้บุคลากรเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดองค์ความรู้และการสร้างสรรค์งาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และอีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปฎิมา พิมป์สกุล (2557) ที่ศึกษาการคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยว ในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวมีความตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้ประกอบการเห็นความสำคัญถึงการพัฒนาศักยภาพทั้งด้านความรู้และทักษะการให้บริการเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการ คนในชุมชนรวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และมีการนำนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ซึ่งแสดงถึงการเกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลที่ดีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ผลการวิจัยองค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านการศึกษา ด้านการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ด้านการสร้างสรรคงาน และด้านการใช้องค์ความรู้ ส่งผลกระทบต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรให้การส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคประชาชนและภาคธุรกิจนำทรัพย์สินทางปัญญามาพัฒนาสร้างสรรคงาน และสะสมองค์ความรู้ในการโฆษณา สถาปัตยกรรม ศิลปะ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ งานฝีมือ งานออกแบบ เสื้อผ้าแฟชั่น ภาพยนตร์ ดนตรี การแสดง โทรทัศน์และวิทยุ เป็นต้น รวมทั้งการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของภาคการท่องเที่ยว อาหาร และเครื่องดื่ม การส่งเสริมการผลิตทางวัฒนธรรมนำไปสู่ห่วงโซ่อุปทานในการผลิตที่สร้างผลกำไรมากยิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ส่งผลที่ดีมากที่สุดต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย โดยที่องค์ประกอบด้านการเป็นผู้นำทางความคิด มีความสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์มากที่สุด นั้นหมายถึงประเทศไทยโดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมและรณรงค์ให้ประชาชนในประเทศไทย รวมถึงการประกอบธุรกิจของภาคเอกชนได้รับความรู้และทำความเข้าใจถึงกระบวนการที่ทำให้คนไทยเกิดพฤติกรรมในด้านการเป็นผู้นำทางความคิด ด้านการการมีความคิดริเริ่ม ด้านการแสวงหาโอกาส และด้านการนำไปประยุกต์ใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้คนไทยเกิดพฤติกรรมการเป็นผู้นำทางความคิดให้เกิดขึ้นจริงได้ เพื่อทำให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศไทย ตัวอย่างเช่น การบูรณาการเข้ากับการศึกษาตั้งแต่เริ่มเข้ารับการศึกษาจนถึงระดับอุดมศึกษา ส่วนภาคเอกชนสามารถส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมการประกวดผลงานที่เกิดจากความคิดใหม่ทางนวัตกรรมที่ทำให้เกิดมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจ

3. ผลการวิจัยพบว่า ถึงแม้พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย มีขนาดของอิทธิพลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในประเทศไทยมากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ทั้งพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่างก็ส่งผลในทางที่ดีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ดังนั้น ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องมีความตื่นตัวและกระตือรือร้นเกี่ยวกับการเตรียมพร้อมเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยผู้ประกอบการต้องเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรทั้งด้านความรู้และทักษะในการทำงาน ทั้งทางด้านการผลิตสินค้าและการให้บริการเพื่อยกระดับของคุณภาพ ที่ส่งผลให้ผู้ประกอบการ คนในชุมชน รวมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และมีการนำนวัตกรรมความคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ

สินค้าและบริการ ซึ่งแสดงถึงการเกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลที่ดีต่อยุทธศาสตร์ระยะยาวการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

5.3.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

สำหรับแนวทางในการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัย เพื่อให้ได้แนวทางในการปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ควรมีการศึกษาความพร้อมและการปรับตัวของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐ ว่ามีการเตรียมความพร้อมในการดำเนินงานขององค์กรเพื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปัจจุบันอยู่ในระดับใด รวมทั้งศึกษาถึงระดับการประสานความร่วมมือระหว่างองค์กรภาครัฐ เพื่อวางแนวทางการดำเนินงานที่เป็นมาตรฐานร่วมกัน และเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่เอื้อประโยชน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศให้มีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาความพร้อมในมุมมองของผู้ประกอบการในการเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากเป็นโอกาสในการขยายตลาดและฐานลูกค้า เพื่อหาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการเพิ่มศักยภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ ในการนำมาสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศซึ่งเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. ยังมีประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอีกหลายประเด็นด้วยกัน เนื่องจากวัตถุประสงค์ในการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการเปิดเสรีทางการค้า การท่องเที่ยวและบริการ การลงทุน และด้านแรงงาน ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปสามารถเลือกทำการศึกษาในประเด็นใดประเด็นหนึ่งดังที่กล่าวมา เพื่อให้ครอบคลุมถึงผลกระทบอย่างรอบด้าน

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2555). ระบบสถิติทางการทะเบียน. [ออนไลน์]. ได้จาก: http://stat.dopa.go.th/stat/statnew/upstat_age.php (เข้าถึงวันที่ 17 มกราคม 2559).
- กนิษฐา ไทยศิริ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กัลัญญา ปักโคกะทัง. (2554). การคุ้มครองลิขสิทธิ์ของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายระหว่างประเทศ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กฤษดา แพทย์หลวง. (2554). นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม. วารสารพัฒนบริหารศาสตร์. 51(3): หน้า 207-237.
- เกียรติศักดิ์ พันธุ์ลำเจียก และ สุกัญญา แสงเดือน. (2554). การจัดการความรู้เชิงสร้างสรรค์สู่สังคมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการเรียนรู้ระดับปริญญาตรี. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2549). การคิดเชิงสร้างสรรค์. ชัคเชส มีเดีย: กรุงเทพฯ.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). แบบจำลองปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสถานะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการและวิจัยมทร.พระนคร, 7(2): 139-153.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2557). การจัดการธุรกิจชุมชนบนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. รายงานการวิจัย, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ. (2558). โมเดลเชิงสาเหตุและผลของกระบวนการเศรษฐกิจชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารสมาคมนักวิจัย, 20(2): 127-137.
- ครรชิต พุทธิโกษา. (2554). กรอบประเด็นการวิจัยของประเทศไทยให้พร้อมรับสถานการณ์การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www1.nrct.go.th/index.php?mod=contents&req=view&id=1354> (เข้าถึงวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559)
- ชูวิทย์ มิตรชอบ (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า. วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช, 5(1): หน้า 81 – 114.
- ฐิตินันท์ วสุพลวาทิกร. (2556). ศึกษาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และระบบพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมสิ่งทอเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

- ณัฐ ชลเทพ. (2554). การประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์บริการธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ณัฐชญา น่วมเรือง. (2556). ความรู้ ความพร้อม และความต้องการของบุคลากรทางการแพทย์เพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือเสรีตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาพยาบาลวิชาชีพของโรงพยาบาลภาครัฐ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล. (2554). พฤติกรรมสร้างสรรค์และบริบทของการทำงานในองค์กรจากอิทธิพลของความกล้าเสี่ยง. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์, 33(1): หน้า 33-58.
- เดชา เดชะวัฒน์ไพศาล และคณะ. (2557). การศึกษาเจเนอเรชั่นเอ็กซ์และเจเนอเรชั่นวายในมุมมองต่อคุณลักษณะของตนเองและความคาดหวังต่อคุณลักษณะของเจเนอเรชั่นอื่น. จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์. 36(141): หน้า 1-17.
- ทวีศักดิ์ รุปลิงห์. (2554). ผลกระทบและความพร้อมของประเทศไทยในการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารวิชาการศิลปะศาสตร์ประยุกต์. มกราคม – มิถุนายน 2554: หน้า 71-80.
- ธิดารัตน์ โชคสุชาติ. (2553). ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : ความสำคัญและการเตรียมความพร้อมของไทย. วารสาร มฉก.วิชาการ, 14(27): หน้า 99-112.
- นาฎวดี จำปาดี. (2554). การรับรู้ความสามารถของตนเอง รูปแบบความคิดสร้างสรรค์ และปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมการสร้างสรรค์นวัตกรรม: กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการคำปรึกษาและพัฒนาระบบคอมพิวเตอร์แห่งหนึ่ง. งานวิจัยศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิสวันต์ พิษณุดำรง. (2553). ทุณวัฒนธรรม ชุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ต.ค. – ธ.ค.: หน้า 13-18.
- บุญใจ ศรีสถิตนรากร (2555). การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัตินวัตกรรมเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปฎิมา พิมพ์สกุล. (2557). การคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยว ในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ปิยะรัตน์ พุ่มวิเศษ. (2553). ปัจจัยพยากรณ์พฤติกรรมการสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลเอกชน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พรทิพย์ ไชยฤกษ์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน (องค์การมหาชน). วารสารเทคโนโลยีสุรนารี, 8(2): หน้า 61 – 69.
- พรพรรณ บัวทอง. (2557). สถานการณ์ในการทำงาน และลักษณะทางจิตที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการทำงานวิจัยอย่างสร้างสรรค์ของนักวิจัยในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มรัตนโกสินทร์. ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พวงแก้ว พรพิพัฒน์. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์: พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ต.ค. – ธ.ค.: หน้า 6-12.
- พชญา เอ็งบริบูรณ์พงศ์. (2545). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ เจตคติต่องานบรรยากาศเชิงสร้างสรรค์ กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพโรงพยาบาลชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาพยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิริยะ ผลพิรุฬห์. (2556). เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทรรศน์ สถาบันพัฒนศาสตร์, 7(1): หน้า 1-69.
- พูนสวัสดิ์ แก้วเกียรติสกุล. (2555). ศักยภาพของผู้ประกอบการไทยที่มีผลต่อความสำเร็จทางการตลาดในอุตสาหกรรมก่อสร้างไทยเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน พ.ศ. 2558. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภัทรจิต จุมพล กอชโซลี. (2553). ถอดบทเรียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากต่างประเทศ. วารสารเศรษฐกิจและสังคม, ต.ค. – ธ.ค.: หน้า 32-37.
- มลฤดี สมอทอง. (2556). แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: ศึกษากรณี จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รสดา เวชญาพันธุ์ และ สุมาลี สันติพลวุฒิ. (ม.ป.ป). โครงการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและการประเมินผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสายบัว ในปีงบประมาณ 2555. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รสสุคนธ์ ชันคำภาศ. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์ด้านธุรกิจบริการของการท่องเที่ยวชายแดนจังหวัดนครพนมภายใต้บริบทประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วรรณวิ โชคบรรดาลสุข และคณะ. (2558). การพัฒนากลยุทธ์การแข่งขันตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำในจังหวัดราชบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัย, 20(1): หน้า 62-73.

- วราภรณ์ จุลปานนท์. (2555). พัฒนาการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนกับผลกระทบต่อไทย. ศึกษานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต(การเมือง), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วินิชา พานิชย์. (2557). กลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดสกลนคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร และ โสมสกา เพชรานนท์. (2554). สถานะและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย: กรณีศึกษากลุ่มการสืบทอดทางวัฒนธรรมและศิลปะ. บทความงานวิจัย, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศุภฤกษ์ ฤทธิรอน. (2557). การเตรียมความพร้อมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการตนเองเพื่อปรับตัวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ศิวพร โปทยานนท์. (2554). พฤติกรรมของผู้นำและสภาพแวดล้อมการทำงานที่ส่งผล ต่อความสร้างสรรค์ในงานของบุคลากร: กรณีศึกษา องค์กรธุรกิจไทยที่มีนวัตกรรมยอดเยี่ยมปี 2552. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิวะนันท์ ศิวพิทักษ์. (2554). การจัดการนวัตกรรมขององค์กรธุรกิจที่มีผลต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมของพนักงาน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุชาติ จรประดิษฐ์ และคณะ. (2557). อิทธิพลของการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจัยขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ระดับ 5 ดาวในประเทศไทย. *สุทธิปริทัศน์*, 28(88): 170-195.
- สุดารัตน์ อีธรรมธาดา. (2557). ปัจจัยแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ และความฉลาดทางอารมณ์ ที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการท างานของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุดารัตน์ เหลาฉลาด. (2547). ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจภายใน ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าหอผู้ป่วย สภาพแวดล้อมในงาน กับพฤติกรรมสร้างสรรค์ของพยาบาลวิชาชีพ โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยของรัฐ. วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุธิดา ศรีโสดาพล. (2556). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลกระทบจากการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อการเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดขอนแก่น**. การศึกษาอิสระปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา. (2553). Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย. *Executive Journal*, 30(1): 23-28.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy**. พิมพ์ครั้งที่ 2. บริษัท บี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด: กรุงเทพฯ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11(พ.ศ.2555-2559)**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nesdb.go.th>. (เข้าถึงวันที่ 28 มกราคม 2559).
- สำนักงานปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม. (2557). **แผนยุทธศาสตร์กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2559 – 2564**. [ออนไลน์]. ได้จาก: [http://www.industry.go.th/psd/joomlatoolsfiles/docmanfiles/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B9%88%E](http://www.industry.go.th/psd/joomlatoolsfiles/docmanfiles/%E0%B8%99%E0%B9%82%E0%B8%A2%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B8%A3%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1/final-MOI%20strategic%20plan%2059-64.pdf) (เข้าถึงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559).
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2543). **รายงานประจำปี 2543**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.nstda.or.th/pub/2001/20010326-annual-report-2000.pdf>. (เข้าถึงวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559)
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป.). **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2555-2559)**. [ออนไลน์]. ได้จาก: <http://www.sme.go.th/SiteCollectionDocuments/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AA%E0%B9%88%E>

0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B4%E0%B8%A1SM
 Es/03/%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%A1%E0%
 B9%88%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%AF%20%E0%B8%89%E0%B8%9A%
 E0%B8%B1%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%203.pdf
 (เข้าถึงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559)

สำนักนโยบายและแผน สำนักงานปลัดกระทรวงมหาดไทย. (ม.ป.ป.). **รายงานการศึกษา โอกาสและ
 ผลกระทบของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อกระทรวงมหาดไทย.** [ออนไลน์]. ได้จาก:
[http://www.dpt.go.th/foreign/index2.php?option=com_wrapper&view=wrapper
 &Itemid=47](http://www.dpt.go.th/foreign/index2.php?option=com_wrapper&view=wrapper&Itemid=47) (เข้าถึงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2559)

อภิชาติ คุณธรรมรักษ์. (2556). **การปรับตัวของกลุ่มธุรกิจค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่การ
 เป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต,
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

องค์ความรู้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (2557). **ความเป็นมา AEC.** [ออนไลน์]. ได้จาก:
<http://www.thai-aec.com/> (เข้าถึงวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2559)

Amabile, T. A., Conti, R., Lazenby, J., Coon, H., & Herron, M. (1996). Assessing the work
 environment for creativity. *Academy of Management Journal*. 39: 1154 -
 1184.

Argyrous G. (2011). **Statistics for research: With a guide to SPSS.** (3rd ed). London:
 SAGE Publications Ltd.

De Jong, J. P., & Den Hartog, D. N. (2008). Innovative work behavior: Measurement
 and validation. *EIM Business and Policy Research*, 1-27.

Ford, C.M. (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains.
Academy of Management Review, 21 (4): 1112 – 1142.

Georg, J. M., Zhou, J. (2001). **When job dissatisfaction leads to creativity:
 Encouraging the expression of voice.** *Academy of Management Journal* Vol.
 44, No. 4, pp. 682-696.

Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). **Multivariate data
 analysis.** (6th ed.). New Jersey: Pearson Educational International.

Hawkins, J. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas.**
 Penguin Publishing.

- Kleysen R. F., and Street, C. T. (2001). Toward a multi-dimensional measure of individual Innovative Behavior. **Journal of Intellectual Capital 2**.
- 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.
- 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. (2556). **ความแตกต่างของคนหลากหลาย Generation**. [ออนไลน์] ได้จาก:
<http://socialintegrated.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%99%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%81-generation>. (เข้าถึงวันที่ 25 มีนาคม 2559)
- Ullman, J. B., & Bentler, P. M. (2003). **Structural equation modeling**. John Wiley & Sons, Inc.
- UNCTAD. (2008). **Creative Economy Report 2008**. [Online]. Available from:
<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php/> (Accessed Date 25 January 2015)
- Yamane, T. (1967). **Statistics, An Introductory Analysis**. (2nd ed.). New York: Harper and Row.



ภาคผนวก ก
แบบสอบถามในการวิจัย



แบบสอบถามในการวิจัย

เรื่อง แบบจำลองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว
ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศไทย
(A Model of Factors in Creative Economics and Innovative Behavior Affecting
the Long-run AEC Strategies of Thailand.)

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง 3 องค์ประกอบ ดังนี้
องค์ประกอบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ การใช้
องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา

องค์ประกอบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย ประกอบไปด้วย 4 ตัวแปร ได้แก่ การ
แสวงหาโอกาส การมีความคิดริเริ่ม การเป็นผู้นำทางความคิด และการนำไปประยุกต์ใช้

องค์ประกอบยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ประกอบไปด้วย
4 ตัวแปร ได้แก่ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน การสร้างเสริมขีดความสามารถในการ
แข่งขัน การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค และการเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณา
การเข้ากับเศรษฐกิจโลก

ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพื่อนำไปใช้
เป็นข้อมูลในเชิงวิชาการเท่านั้น โดยไม่มีผลกระทบใดๆต่อท่าน และข้อมูลในการตอบแบบสอบถามจะ
เก็บเป็นความลับทั้งหมด

คำแนะนำ แบบสอบถามนี้ประกอบด้วยชุดคำถาม 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง () หน้าข้อความที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () 29 – 36 ปี () 37 – 44 ปี
() 45 – 52 ปี () 53 – 62 ปี

3. ระดับการศึกษา

- () ปริญญาตรี () ปริญญาโท
() ปริญญาเอก

4. อาชีพ

- () รับราชการ () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() พนักงานบริษัทเอกชน () เจ้าของกิจการ/ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
() อื่นๆ (ระบุ).....

5. รายได้ปัจจุบันเฉลี่ยต่อเดือน

- () ต่ำกว่า 20,000 บาท () 20,000 – 24,999 บาท () 25,000 – 29,999 บาท
() 30,000 – 34,999 บาท () 35,000 – 39,999 บาท () 40,000 – 44,999 บาท
() 45,000 – 49,999 บาท () 50,000 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การใช้องค์ความรู้						
1	การจัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลโดยเฉพาะข้อมูลพื้นฐานทางวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนและเสริมข้อมูลระดับประเทศ					
2	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักธุรกิจ นักลงทุน และแรงงานอย่างสร้างสรรค์ เพื่อผลิตสินค้าที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม					
3	การแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมดงามที่แฝงฝังอยู่ในการใช้ชีวิตของคนให้กลายเป็นสินค้าและบริการ เพื่อทำให้มีความรู้สึกร่วมและเต็มใจในความงาม					
4	มีการส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่อย่างต่อเนื่องและนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ					
การศึกษา						
5	ระบบการศึกษาที่มีการวางรากฐานด้านความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ระดับก่อนวัยเรียน					
6	การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆมีบทบาท และมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตร					
7	การเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะในการคิด และการมีความคิดริเริ่มโดยมีการฝึกปฏิบัติกันสถานศึกษาทุกระดับอย่างเข้มข้น					
8	การปรับกระบวนการให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคม โดยอาศัยความรู้จากการศึกษาและการสร้างภูมิปัญญา ด้วยการฝึกฝนตั้งแต่วัยเด็ก					

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การสร้างสรรคงาน						
9	การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการโดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี					
10	การให้ความสำคัญกับกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของงานศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์					
11	การให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการประเภทงานสร้างสรรค์และการออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน เช่น แฟชั่น และการโฆษณา เป็นต้น					
12	การให้ความสำคัญกับกลุ่มสื่อ เช่น วิทยุทัศน์ การพิมพ์ และดนตรีรวมทั้งกลุ่มสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เช่น ซอฟต์แวร์ และเนื้อหาดิจิตอล					
การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา						
13	ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ความคิด สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงกับรากฐานวัฒนธรรมให้มากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมสมัยใหม่					
14	การส่งเสริมให้มีเครือข่ายการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนาสินค้าและบริการ ที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่แตกต่างกัน					
15	พัฒนาการที่มีระบบและขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ๆอย่างรวดเร็วและคล่องตัว					
16	การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐเรื่องกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้น					
17	การมีบทลงโทษทางกฎหมายอย่างเข้มงวดในกรณีที่มีการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา					

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของคนไทย

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การแสวงหาโอกาส						
18	การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนางาน					
19	ความพยายามคิดค้นวิธีการทำงานใหม่เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานให้เกิด คุณภาพมากขึ้น					
20	ความผิดพลาดในงานที่เกิดขึ้นทำให้ต้องคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อป้องกันความ ผิดพลาด					
21	ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่เป็นและสิ่งที่ควรจะเป็นทำให้ต้องคิดสิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาการทำงาน					
การมีความคิดริเริ่ม						
22	การรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานอยู่ เสมอ					
23	การวิเคราะห์งานที่รับผิดชอบอยู่เสมอเพื่อพัฒนาวิธีการทำงาน					
24	ความสามารถในการนำความคิดใหม่ๆไปใช้ประโยชน์ในการแก้ปัญหา ต่างๆ					
25	การเป็นผู้นำทางความคิดในการพัฒนางานในองค์กรให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ					
การเป็นผู้นำทางความคิด						
26	การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆเพื่อนำมาใช้ในการทำงาน					
27	การนำเสนอสิ่งใหม่ๆต่อหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานให้เห็นด้วยกับความคิด ของตน					
28	ความคิดในการพัฒนาองค์กรได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และองค์กร					
29	การส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อนร่วมงานให้แสดงความคิดเห็นในการ พัฒนางานอยู่เสมอ					

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การนำไปประยุกต์ใช้						
30	การวางแผนเพื่อนำแนวความคิดใหม่ๆที่มีประโยชน์ไปใช้ในการปฏิบัติงาน					
31	การนำความคิดใหม่ๆที่มีประโยชน์ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำงานอยู่เสมอ					
32	การทดสอบผลของการนำแนวความคิดใหม่ๆ ที่มีประโยชน์ ซึ่งได้นำมาใช้กับการปฏิบัติงาน					
33	การนำความรู้จากการติดตามข่าวสารการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน					

ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

คำชี้แจง กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ระยะยาว การเข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง(3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน						
34	การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการเสรี					
35	การเคลื่อนย้ายการลงทุนเสรี					
36	การเคลื่อนย้ายเงินทุนที่เสรีมากยิ่งขึ้น					
37	การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือโดยเสรี					

ที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญต่อ ยุทธศาสตร์ระยะยาวการ เข้าสู่ AEC				
		มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง	น้อย (2)	น้อยที่สุด
การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน						
38	นโยบายเพื่อทำให้เกิดการแข่งขันที่เท่าเทียมกันนำไปสู่การเสริมสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจของภูมิภาคในระยะยาว					
39	การคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันของภาคธุรกิจที่เป็นธรรม					
40	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายภายในกลุ่ม					
41	มาตรการด้านภาษีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมโยงภายในกลุ่ม					
การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค						
42	ลดช่องว่างการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาน้อยกว่า					
43	การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในการเข้า AEC					
44	การริเริ่มในการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiatives for ASEAN Integration: IAI) เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาในระดับ SME					
45	ประเทศสมาชิกทุกประเทศได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ					
การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก						
46	มาตรการการจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) และความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดกับประเทศนอกกลุ่มอาเซียน					
47	ภาคธุรกิจของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมีการรวมตัวกันทางการเงินเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันได้กับตลาดระหว่างประเทศและกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคอื่น					
48	ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายในด้านการผลิตภายในภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลก					
49	ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนมีตลาดที่พึ่งพากันภายในกลุ่ม และมีส่วนร่วมในเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานโลก เพื่อให้มีตลาดอุตสาหกรรมและบริการที่พึ่งพากัน					

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม





ภาคผนวก ข

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC)

	ปัจจัยด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ค่า IOC
	การใช้องค์ความรู้	
1	การจัดเก็บ รวบรวม และพัฒนาระบบข้อมูลระดับท้องถิ่นเพื่อสนับสนุนและเสริมข้อมูลระดับประเทศ	1
2	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนักธุรกิจ นักลงทุน และแรงงานอย่างสร้างสรรค์	0.67
3	ภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมการนำนโยบายในการนำทุนทางวัฒนธรรมมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ	0.33
4	การแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมงดงามที่แฝงฝังอยู่ในการใช้ชีวิตของคนให้กลายเป็นสินค้าและบริการ ทำให้มีความรู้สึกร่วมและเต็มใจในความงดงาม	0.67
5	มีการส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่อย่างต่อเนื่อง และนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ	0.67
	การศึกษา	
6	การวางรากฐานการศึกษาด้านความคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมตั้งแต่ระดับก่อนวัยเรียน	0.67
7	การส่งเสริมการพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับมัธยมศึกษา	0.33
8	การส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีบทบาทและมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการพัฒนาหลักสูตร	0.67
9	การเรียนการสอนเพื่อฝึกทักษะในการคิด และการมีความคิดริเริ่มโดยมีการฝึกปฏิบัติกันในระดับโรงเรียน และมหาวิทยาลัยอย่างจริงจัง	0.67
10	การปรับกระบวนการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้นโดยอาศัยความรู้จากการศึกษาและการสร้างภูมิปัญญาโดยการฝึกฝนตั้งแต่วัยเด็ก	0.67
	การสร้างสรรคงาน	
11	การสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการโดยเชื่อมโยงเข้ากับรากฐานทางวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี	1
12	การให้ความสำคัญกับกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของงานศิลปะ	0.67
13	การให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการประเภทการออกแบบ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน	1
14	การให้ความสำคัญกับกลุ่มสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) เช่น ซอฟต์แวร์ และเนื้อหาดิจิทัล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน	0.67

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) (ต่อ)

การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา		
15	การให้ความสำคัญกับกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative services) เช่น การบริการทางโฆษณา นันทนาการ งานวิจัย และพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการในการเพิ่มมูลค่า	0.33
16	การมีบทลงโทษทางกฎหมายอย่างเข้มงวดในกรณีที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์	1
17	การประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานของรัฐเรื่องกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ๆเกิดขึ้น	1
18	การใช้ความคิด สติปัญญา และความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรม	0.67
19	การส่งเสริมให้มีการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนาสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมของกลุ่มผู้ผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่แตกต่างกัน	0.67
20	การมีระบบและขั้นตอนในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าและบริการที่มีนวัตกรรมใหม่ๆเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและคล่องตัว	0.67
ปัจจัยด้านพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์		ค่า IOC
การแสวงหาโอกาส		
21	การเรียนรู้สิ่งใหม่ๆจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อหาแนวทางในการพัฒนางาน	0.67
22	ความพยายามคิดค้นวิธีการทำงานใหม่เพื่อปรับปรุงวิธีการทำงานให้เกิดคุณภาพมากขึ้น	1
23	ความผิดพลาดในงานที่เกิดขึ้นทำให้ต้องคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อป้องกันความผิดพลาด	0.67
24	ความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ เป็นและสิ่งที่ควรจะเป็นทำให้ต้องคิดสิ่งใหม่ๆ ในการพัฒนาการทำงาน	1
25	การปรับเปลี่ยนทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้ต้องคิดสิ่งใหม่ๆ	0.33
การมีความคิดริเริ่ม		
26	การรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงาน	0.33
27	การรวบรวมความรู้จากข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนางานอยู่เสมอ	1
28	การได้วิเคราะห์งานที่รับผิดชอบอยู่เสมอเพื่อพัฒนาวิธีการทำงาน	1
29	การเป็นผู้นำทางความคิดในการแก้ปัญหา	0.67

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) (ต่อ)

30	การเป็นผู้นำทางความคิดในการพัฒนางานให้ก้าวหน้าอยู่เสมอ	0.67
	การเป็นผู้นำทางความคิด	
31	การคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆในการทำงาน	1
32	การแสดงความคิดเห็นด้านการพัฒนางานในการประชุมขององค์กรเสมอ	0.33
33	การนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ต่อหัวหน้าและเพื่อนร่วมงานให้เห็นด้วยกับความคิดของตน	0.67
34	ความคิดในการพัฒนาองค์กรได้รับการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน และองค์กร	0.67
35	การสนับสนุนเพื่อนร่วมงานที่มีความคิดใหม่ในการพัฒนางานอยู่เสมอ	0.67
	การนำไปประยุกต์ใช้	
36	การนำความรู้ที่ได้จากการประชุมหรือสัมมนามาใช้ในการปฏิบัติงานที่เหมาะสมกับองค์กร	0.67
37	การทดสอบผลที่เกิดจากการนำความรู้จากการประชุมหรือสัมมนามาใช้ในองค์กรอยู่เสมอ	0.67
38	การนำความรู้จากผลสรุปรายงานวิจัยมาใช้ปรับปรุงการปฏิบัติงาน เพื่อให้เหมาะสมกับองค์กรอยู่เสมอ	0.67
39	การทดสอบผลที่เกิดจากการนำความรู้จากงานวิจัยมาใช้ในองค์กรอยู่เสมอ	0.33
40	การนำความรู้จากการติดตามข่าวสารการเปลี่ยนแปลงทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการปฏิบัติงาน	0.67
	ปัจจัยด้านยุทธศาสตร์ระยะยาวในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	ค่า IOC
	การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน	
41	การเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการเสรี	1
42	การเคลื่อนย้ายการลงทุนเสรี	1
43	การเคลื่อนย้ายเงินทุนเสรีมากยิ่งขึ้น	1
44	การเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมือโดยเสรี	1
	การสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน	
45	นโยบายเพื่อทำให้เกิดการแข่งขันที่เท่าเทียมกันนำไปสู่การเสริมสร้างการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภูมิภาคในระยะยาว	1
46	การคุ้มครองผู้บริโภคและสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (IPR) เพื่อสร้างวัฒนธรรมการแข่งขันของภาคธุรกิจที่เป็นธรรม	0.67
47	การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อเชื่อมโยงโครงข่ายคมนาคมภายในกลุ่ม	1

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยพิจารณาค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) (ต่อ)

48	มาตรการด้านภาษีและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เชื่อมโยงภายในกลุ่ม	1
การเป็นภูมิภาคที่มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค		
49	ลดช่องว่างการพัฒนาระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้วกับประเทศที่มีระดับการพัฒนาที่น้อยกว่า	0.67
50	การพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	1
51	การริเริ่มในการรวมกลุ่มของอาเซียน (Initiatives for ASEAN Integration: IAI) เพื่อลดช่องว่างการพัฒนาในระดับ SME	1
52	ประเทศสมาชิกทุกประเทศได้รับประโยชน์จากการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจ	0.67
การเป็นภูมิภาคที่มีการบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจโลก		
53	ภาคธุรกิจของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนสามารถแข่งขันได้ในตลาดระหว่างประเทศและกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาคอื่น	1
54	มีมาตรการการจัดทำเขตการค้าเสรี (FTA) และความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดกับประเทศนอกกลุ่มอาเซียน	1
55	การมีส่วนร่วมในเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานโลก เพื่อให้มีตลาดอุตสาหกรรมและบริการที่พึ่งพากัน	1
56	ประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียนมีตลาดที่พึ่งพากันภายในกลุ่ม	0.67

ประวัติผู้เขียน

รศ.ดร. ขวัญกมล ดอนขวา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปัจจุบัน อายุ 57 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอกทางด้านเศรษฐศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาได้เข้าทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์ผังเมือง กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ได้ประมาณ 6 ปี หลังจากนั้นได้โอนมารับราชการ ณ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในตำแหน่งเศรษฐกรได้ประมาณ 6 ปี จึงลาออกจากมารับราชการ มาดำรงตำแหน่งปัจจุบันดังกล่าวแล้วข้างต้น โดยรับผิดชอบการสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท มากกว่า 10 รายวิชา

บทความวิจัย และการนำเสนอผลงาน (พ.ศ.2543-ปัจจุบัน)

ภาษาไทย

- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การศึกษาเพื่อพัฒนาหัตถกรรมในครัวเรือนชนบทสู่ระบบการค้าเชิงพาณิชย์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 17(3): 64-74.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2543). “การรับรู้ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจการเกษตรของครัวเรือนเกษตรกรในชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 18(3): 73-85.
- ขวัญกมล กลิ่นศรีสุข. (2545). “ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 11(1): 1-44.
- ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2549). “ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของเครื่องตีผสมปูนไฟรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 13(4): 373-381.
- ขวัญกมล ดอนขวา และสุนิตยา เกื้ออนาคี. (2549). “การศึกษาศักยภาพและแนวโน้มการจัดการการค้าปลีกในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 13 (2): 95-132.
- เรวัตร ก่อวงศ์กาญจน์ และขวัญกมล ดอนขวา.(2551). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของข้าราชการกรมส่งเสริมสหกรณ์”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 2(1): 47-66.

- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา และขวัญกมล ดอนขวา. (2552). “ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(1): 37-54.
- ณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ และขวัญกมล ดอนขวา. (2552). “การใช้ช่องทางการตลาดของผู้บริโภคในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 3(2): 127-142.
- ขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “การพัฒนาการวิจัยทางการจัดการหรือด้านบริหารธุรกิจระดับบัณฑิตศึกษา”. วารสารราชพฤกษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. 7 (2) : 6-10.
- จิราภา เจริญจรรยากุล คณิต ไช่มุกด์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2553). “ระบบปฏิสัมพันธ์เพื่อการประเมินคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร. 4 (1): 71-84.
- ฉวีวรรณ เพ็ชรประสม และขวัญกมล ดอนขวา.(2553). “ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์และการบริหารประสบการณ์ลูกค้าต่อคุณค่าตราสินค้าในธุรกิจสินค้าเชื่อบัตรเครดิต”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 4(2): 33-48.
- ชลิตา แควกลาง และขวัญกมล ดอนขวา. (2553). “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจประกันภัย”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร. 4(2): 51-64.
- ขวัญกมล ดอนขวา และณัชชา ลิมปศิริสุวรรณ.(2554). “กลยุทธ์การตลาดของภาคธุรกิจไทยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าภายใต้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. 2(2): 145-164.
- ขวัญกมล ดอนขวา.(2554). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้สูงอายุบนพื้นฐานเศรษฐกิจพอเพียง”. วารสารการจัดการภาครัฐและภาคเอกชนสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. 19 (2): 77-110.
- สุจิตา ศรีไชยวาน และขวัญกมล ดอนขวา. (2556).“ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา”. วารสารวิชาการและวิจัย มทร. พระนคร. 7 (1): 36-47.
- ขวัญกมล ดอนขวา. (2556). “แบบจำลองปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงกับสภาวะเศรษฐกิจสังคมของครัวเรือนในชุมชนชนบทภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร. 7(2): 139-153.
- ประภาวี วงษ์บุตรศรี และขวัญกมล ดอนขวา. (2556). “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.” วารสารสหศาสตร์. 13(2): 254-272.
- ขวัญกมล ดอนขวา และ จิตตานันท์ ตีกุล. (2557). “การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี: 8(1): 55-72.

พรทิพย์ ไชยฤกษ์ และ ขวัญกมล ดอนขวา. (2557). “ความผูกพันต่อองค์กรและพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรสถาบันวิจัยแสงซินโครตรอน”.
วารสารเทคโนโลยีสุรนารี: 8(2): 61-70.

พิมพ์พรรณ เปาอินทร์ และ ขวัญกมล ดอนขวา. (2557). “การศึกษาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของยาระหว่างโรงพยาบาลป๋กธงชัยและโรงพยาบาลกรุงเทพ-ราชสีมา”. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี. 10(1): 61-70.

ภาษาอังกฤษ

K.Donkwa, S.Chanmei, and L.Xiaohong. (2006). “An Analysis of SMEs’ problems and basic demands between Thailand and China (Case Study : Nakhon Ratchasima and Guiyang.)” *Journal of Public and Private Management.*, 12(3): 59-88.

K.Donkwa. (2007). “An Analysis of Demand and Supply of Coffee in Thailand”. International Conference on Business, Environment, International Competitiveness and Sustainable Development of the Asia Pacific Economics 2007 by Monash University, during 3-4, on December, 2007 at Sunway Lagoon Resort Hotel, Selangor Malaysia. (Oral Presentation).

K.Donkwa.(2010). “Increasing the Potential of Rural Communities to Support Tourism Business in Northeast, Thailand.” *Journal of Humanities & Social Science.*, 27(3): 100-118.

K.Donkwa. (2011). “Marketing Strategies of Thai’s Business Sector on A Self-Sufficiency Economy”. The 2011 Barcelona European Business & Economic Conference. during 6-9, on June, 2011 at NH Calderon Hotel in Barcelona, Spain. (Oral Presentation).

K.Donkwa. (2012). “Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand”. *International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference* “. during 1-5, on April, 2012 at Austria Trend Hotel Ananas in Vienna , Austria.(Oral Presentation).

- K.Donkwa, and N.Limpasirisuwon. (2012). “The Tourists’ Perception Toward Service Performance and Economic Effects of Agro Tourism in Northeastern Thailand”. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference”. during 2-7, on December, 2012 at Schulstraße 15, 79288 Gottenheim in German. (Oral Presentation).
- K.Donkwa, and K.Kladsomboon. (2012). “Perceptions of ASEAN Economic Community by Undergraduate Students in Thailand.” Journal of Teaching and Education. 1(7): 339-343. Available from:
<http://www.universitypublications.net/jte/0107/index.html>
- K.Donkwa, P.Wongbutesri and N.Limpasirisuwon. (2013). “The Quality Development of Historical Tourism in Northeastern, Thailand”. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference”. during 5-8, on November, 2013 at the University of London Union, Malet Street, London WC1E 7HY, UK. (Oral Presentation).
- K.Donkwa, N.Limpasirisuwon, and Y.Junpoung. (2014). “Decision-Making Behaviors of the Elderly Concerning the Purchase of Health Products”. International Journal of Arts & Sciences (IJAS) Conference”. During 28-31, on October, 2014 at the American University of Rome, Via Pietro Roselli 4, 00153 Rome. (Oral Presentation).