



การพัฒนานวัตกรรมความรู้ด้วยกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพ

สินค้าและบริการสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมในประเทศไทย

The Development of Innovative Knowledge by Knowledge Transfer Strategies for the Productivity Improvement of Creative Goods and Services in Cultural Tourism Industries in Thailand

อัจฉรา ศรีพันธ์¹

เฟื่องอรุณ ปรีดีติลิก²

atcharamay@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีแนวคิดเพื่อพัฒนากลยุทธ์ถ่ายโอนความรู้มาใช้เพื่อถ่ายทอดความรู้ในเรื่องการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่มรดกโลกด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของการถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) เพื่อวิเคราะห์การปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบัน 3) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต โดยใช้การวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า 1) การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในปัจจุบันมีจุดแข็งคือ การมีองค์ความรู้ท้องถิ่นทางด้านวัฒนธรรมจำนวนมากที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์ จุดอ่อน คือ การขาดการเปิดรับองค์ความรู้จากภายนอกเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ โอกาส คือ การมีพื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาท่องเที่ยว ภาวะคุกคาม คือ การขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความชำนาญในการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ 2) การถ่ายโอนความรู้มีความสัมพันธ์กับผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยความรู้ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ความรู้ด้านการผลิตสร้างสรรค์ ความรู้ด้านการออกแบบ และความรู้ด้านการตลาด แต่ยังคงขาดกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ที่เหมาะสม 3) กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ที่เหมาะสมคือ “กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้โดยใช้ APPRECIATE Model”

คำสำคัญ: กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

The objective of this research was develop knowledge transfer strategies under creative economy concept to improve productivity of goods and service for entrepreneurs in cultural tourism industry in the World Cultural Heritage of Thailand. Specifically, the research attempted to 1) conduct SWOT (Strength, Weakness, Opportunity and Threat) analysis 2) study the productivity improvement of goods and services in cultural tourism industry, and 3) develop knowledge transfer strategies for the productivity improvement of the industry. Both quantitative and quality research were used and the findings are as follows: 1) from SWOT analysis, strength: Thailand has many local cultural knowledge for developing creative goods and services, weakness: lack of knowledge transfer process of necessary global knowledge for developing creative goods and services, opportunity: there are many attractive World Cultural Heritage, and threat: lack of knowledge worker for the industry; 2) Knowledge transfer relates with productivity improvement and knowledge (both local and global) is the key factor of productivity improvement of goods and services in cultural tourism industries under creative economy concept. Critical knowledge for the industry includes knowledge of creative production, creative design and creative market, but lack of the appropriate knowledge transfer strategies 3) appropriate knowledge transfer strategies for the productivity improvement of creative goods and services in cultural tourism industries in Thailand is participatory knowledge transfer strategy among entrepreneurs, workers, public sector, business sector and other important stakeholders. Discovered from this research, suitable tool of this strategy is APPRECIATE Model.

Keywords: Knowledge Transfer Strategies, Creative Economy, Cultural Tourism Industry

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

² อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



บทนำ

พลวัตการพัฒนาเศรษฐกิจโลกที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นตัวเร่งสำคัญทำให้เกิดภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโลกซึ่งนำไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวคิดในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจจากอดีตที่มุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการจำนวนมาก (Mass Production) โดยพึ่งพิงเครื่องจักรและแรงงานเป็นปัจจัยหลักเพื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพดีเหมือนกันได้จำนวนมาก จนสินค้าเหล่านั้นเกินความต้องการขึ้นพื้นฐานและกลายเป็นสินค้าส่วนเกินในระบบเศรษฐกิจในที่สุด ซึ่งส่งผลให้เกิดความสิ้นเปลืองทรัพยากรในการผลิตไปสู่ปัจจุบันที่มุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะตัวยากต่อการลอกเลียนแบบ

การเปลี่ยนแปลงวิธีการผลิตที่กล่าวมาข้างต้นเป็นผลสืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือผู้บริโภคในปัจจุบันได้มองหาสิ่งใหม่ที่ก้าวล้ำไปจากการใช้งานตามปกติ ทั้งในด้านความสวยงามและการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเฉพาะและระดับปัจเจกที่นำไปสู่การเกิดขึ้นของวิถีชีวิตใหม่ที่มาพร้อมกับการปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 21 อันเป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ และเทคโนโลยีชีวภาพซึ่งเป็นเครื่องมือในการผลิตสินค้ารูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค

เทคโนโลยีต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้กลายเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ตลอดจนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิตได้ด้วยตนเองซึ่งเป็นวิถีใหม่ที่ก่อกำเนิดให้ประเทศต่าง ๆ จำเป็นต้องแสวงหารูปแบบทางเศรษฐกิจแนวใหม่แทนที่รูปแบบเดิมที่เป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เน้นการพึ่งพาตลาดผ่านกระบวนการผลิตจำนวนมากเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มผลผลิตต่อหน่วยให้มากที่สุดเพื่อรักษาความมั่นคงและความสามารถในการแข่งขันของประเทศให้คงอยู่ต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ประเทศที่เป็นผู้นำในด้านการพัฒนาของโลกส่วนใหญ่จึงสร้างนวัตกรรมในเชิงแนวคิดการพัฒนาเพื่อสร้างความสามารถในการ

แข่งขันด้านเศรษฐกิจขึ้นมา นั่นก็คือ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมภูมิปัญญาของสังคม ผสมเข้ากับเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ นำไปสู่กระบวนการ “คิดอย่างสร้างสรรค์” และ “สร้างแรงบันดาลใจ” ด้วยรากฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมของสังคม” เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและขยายไปถึงการสร้างคุณค่าทางสังคม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552, หน้า 1) ซึ่งแนวคิดนี้ส่งผลต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมตลอดมา ดังจะเห็นได้จากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเจริญเติบโตรวดเร็วที่สุดของประเทศที่เป็นผู้นำทางด้านการพัฒนา ดังปรากฏในสหภาพยุโรปที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีอัตราการขยายตัว ร้อยละ 12 ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมและมีอัตราการจ้างงานประมาณ 4.7 ล้านคน ในปี 2547 และในสหรัฐอเมริกาที่อุตสาหกรรมลิขสิทธิ์ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีมูลค่าถึง 1,388 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.12 ของ GDP และมีการจ้างงานประมาณ 40 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 30 ของการจ้างงานทั้งหมดในสหรัฐอเมริกา เป็นต้น (ฮาวกินส์, 2552, หน้า 19-73)

จากอัตราการขยายตัวของสินค้าและบริการในปัจจุบัน พบว่าสินค้าและบริการที่มีอัตราการขยายตัวของการส่งออกมากที่สุด คือ สินค้าและบริการสร้างสรรค์ (Creative Goods and Services) จากทั่วโลกพบว่าสินค้าและบริการเหล่านี้มีมูลค่า 424.4 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2548 ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 8.7 นับจากปี 2543 เป็นต้นมาโดยประเทศที่พัฒนาแล้วครองส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 82 จึงคาดการณ์ได้ว่าในอีก 10 ปีข้างหน้าการแข่งขันทางด้านการผลิตสินค้าและบริการจะเคลื่อนไปสู่การแข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์เป็นสำคัญ เนื่องจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้ยอมรับแล้วว่าความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำไปสู่การปรับระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจ



สร้างสรรค์เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันไว้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในเอเชียมีประเทศที่ปรับระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ จีน ฮองกง เป็นต้น (ฮาวกินส์, 2552, หน้า 19-73)

ด้วยเหตุนี้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงได้รับความสนใจอย่างมากจากองค์กรระหว่างชาติต่างๆ แต่องค์กรที่เป็นหลัก และให้ความสนใจเรื่องนี้อย่างจริงจัง คือ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ซึ่งได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ประเภท คือ ประเภทมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม เป็นต้น ประเภทศิลปะ (Arts) เป็นกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะและวัฒนธรรม ประเภทสื่อ (Media) เป็นกลุ่มสื่อผลงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ ประเภทกลุ่มของงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มการออกแบบ (Design) กลุ่มสื่อรูปแบบใหม่ (New Media) และกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Services) (UNCTAD, 2010, หน้า 8)

อย่างไรก็ตามประเทศไทยได้กำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy: CE) หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry: CI) โดยยึดเกณฑ์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ที่ได้จัดกลุ่มของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยพิจารณาจากเกณฑ์ของ UNCTAD และ UNESCO ซึ่งจำแนกประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไว้ 4 กลุ่มหลัก 15 สาขาย่อย ดังนี้ ประเภทมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ งานฝีมือและหัตถกรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย ประเภทศิลปะ ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ ประเภทสื่อ ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การกระจายเสียง การพิมพ์ ดนตรี ประเภทงานสร้างสรรค์และออกแบบ ประกอบด้วย การออกแบบ แฟชั่น

สถาปัตยกรรม การโฆษณา ซอฟต์แวร์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552, หน้า1)

จากบริบทแวดล้อมและการดำเนินยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจโลกที่เปลี่ยนแปลงไปดังที่กล่าวมาข้างต้น ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรองรับสถานการณ์ใหม่ ด้วยการมุ่งหน้าไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากไม่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยรูปแบบเศรษฐกิจแบบเดิมที่มีลักษณะพึ่งพาการส่งออกโดยใช้แรงงานต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยสำคัญซึ่งจะทำให้สูญเสียความสามารถในการแข่งขันลงไปเรื่อย ๆ ได้ ดังนั้น ประเทศไทยจึงได้ปรับกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานของการมีข้อได้เปรียบที่สำคัญ คือ การเป็นประเทศที่มีฐานทรัพยากรทางด้านสังคมวัฒนธรรม มีบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีทักษะทางศิลปะในการสร้างสรรค์งานที่มีคุณค่าซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงมุ่งใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจดังปรากฏชัดในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งได้กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจนในพันธกิจของแผนพัฒนาว่า

“พัฒนาฐานการผลิตและบริการให้เข้มแข็งและมีคุณภาพบนฐานความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และภูมิปัญญา สร้างความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน ปรับโครงสร้างการผลิตและการบริโภคให้เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม พร้อมสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม”

นอกจากนั้นยังมีการกล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้อย่างชัดเจนในยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ 6 คือ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ซึ่งมีสาระโดยสรุป ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554, หน้า 74 - 75)

1) สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ตามแนวทางเครือข่ายวิสาหกิจที่มีการเชื่อมโยงและทำงานร่วมกันอย่างมีทิศทางที่ชัดเจนของธุรกิจสร้างสรรค์ตลอดห่วงโซ่อุปทาน

2) ส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้านต่าง ๆ ของพื้นที่หรือเมืองทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ทรัพยากรมนุษย์ กฎ ระเบียบ การบริหารจัดการที่เอื้อต่อการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของธุรกิจสร้างสรรค์ที่มีการสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่มีเอกลักษณ์และสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่หรือเมือง

3) เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการทุกสาขา โดยพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และบุคลากรสร้างสรรค์ที่สำคัญในธุรกิจต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนสนับสนุนการศึกษาวิจัยในประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเร่งพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาต่าง ๆ

4) พัฒนาระบบการเงินเพื่อสนับสนุนการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการจัดหา หรืออำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่มีต้นทุนที่เหมาะสมสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่ยังขาดแคลนเงินลงทุน

5) ส่งเสริมการจดทะเบียน การใช้ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของธุรกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งบังคับใช้กฎหมายเพื่อคุ้มครองการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพ

อาจกล่าวได้ว่าแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นแผนพัฒนาฯ ที่มุ่งพัฒนาคนเป็นศูนย์กลางโดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นเครื่องมือหลักในการพัฒนาทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการพัฒนาภาคการผลิตซึ่งเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญที่สุด โดยได้มุ่งเน้นการนำ “ความคิดสร้างสรรค์” เข้ามาพัฒนากระบวนการในการผลิตสินค้าและบริการ กล่าวคือแผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ได้ นำ “แนวคิดเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์” มาเป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศนั่นเอง

อย่างไรก็ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมเชิงความคิดในด้านการพัฒนา ซึ่งกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนนวัตกรรมเชิงความคิดในการพัฒนาต่าง ๆ คือ “คน” ดังนั้นในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจำเป็นต้องมีกระบวนการ “พัฒนาคน” ควบคู่ไปด้วย ซึ่งกลุ่มคนที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายนี้ คือ “กลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังปรากฏในรายงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ปี 2010 (Creative Economy Report 2010) ของ UNCTAD ที่ระบุว่า การท่องเที่ยวเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (UNCTAD, 2010, หน้า 21) ซึ่งเป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าประเด็นด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นประเด็นสำคัญที่ควรจะมีการวิจัยเพื่อขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่การพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในประเทศไทยอย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างแท้จริง โดยประเภทของการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาสูงก็คือ “การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ในพื้นที่มรดกโลกด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพอย่างมากในการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และจำเป็นต้องมีวิธีการพัฒนาคนให้เกิดผลทั้งในด้านความรู้ และทักษะในการผลิตสินค้าและบริการผ่านกระบวนการศึกษารูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการศึกษานอกระบบ เช่น การฝึกอบรม การฝึกปฏิบัติการในหลักสูตรต่าง ๆ เป็นต้น และการศึกษาตามอัธยาศัย เช่น การศึกษาดูงาน เครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กิจกรรมประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งกระบวนการศึกษาทุกรูปแบบเป็นกระบวนการถ่ายโอนความรู้จากแหล่งความรู้ไปยังแหล่งรับความรู้เพื่อนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาในด้านต่าง ๆ ต่อไป

ด้วยเหตุนี้กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรากฐาน



มาจากมรดกทางวัฒนธรรมตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เนื่องจากกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เป็นกลยุทธ์ทางการศึกษาที่สามารถสร้างนวัตกรรมความรู้เพื่อการพัฒนาที่สำคัญที่จะถ่ายทอดความรู้ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนเป้าหมายได้อย่างแท้จริง โดยในบทความนี้ผู้เขียนจะนำเสนอผลการวิจัยในส่วนของพัฒนาการกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีรากฐานมาจากมรดกทางวัฒนธรรมตามแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นสำคัญ

คำถามการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการถ่ายโอนความรู้ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามเพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างไร
2. การปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเนื่องมาจากการถ่ายโอนความรู้ในปัจจุบันเป็นอย่างไร
3. กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและภาวะคุกคามของการถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อวิเคราะห์การปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเนื่องมาจากการถ่ายโอนความรู้ในปัจจุบัน
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิด

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตถึงเทคนิคและวิธีการทั่วไปที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งพัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ในการวิจัยนี้จะศึกษาผลผลิตภาพของปัจจัยการผลิตโดยรวม (Total Factor Productivity: TFP) ในการผลิตสินค้าและบริการในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของสถานประกอบการในช่วงปี พ.ศ. 2552-2554 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ในเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกถ่ายโอนมาจากแหล่งความรู้ต่างๆ และผลผลิตภาพการผลิตและบริการสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมของผู้ประกอบการในพื้นที่มรดกโลกทางด้านวัฒนธรรมในประเทศไทย
2. การวิจัยนี้ศึกษาผู้ประกอบการที่มีการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่มรดกโลกของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยพื้นที่ 4 จังหวัด คือ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดกำแพงเพชร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นที่ตั้งของมรดกโลกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ทั้ง 5 แห่งที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสัชนาลัย อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (คณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก, 2552)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการถ่ายโอนความรู้ของ Szulanski (1999) Roy, Parent and Desmarais (2003) และ Cummings and Teng (2003)
2. ผลผลิตภาพการผลิต (Productivity) ใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเพิ่มผลผลิตภาพของปัจจัยการผลิตโดยรวม (TFP) ที่มีพื้นฐานมาจากการศึกษา

เรื่องฟังก์ชันการผลิตของ Tinbergen (1942) Tintner (1944) Johnson (1950) และ Solow (1957) และการเจริญเติบโตของผลิตภาพของปัจจัยการผลิตโดยรวม (TFPG) แบบ Growth Accounting Approach หรือ Non- Parametric Index Number Approach

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism Industries) ใช้แนวคิด อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522

4. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งภายใต้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) ดังแสดงในภาพ 1 ความสัมพันธ์ของกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ ดังนี้

1. วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภาวะคุกคามของการถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยศึกษาจากการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้จากแบบสอบถามจำนวน 562 ชุดจากสถานประกอบการ 562 แห่ง เพื่อนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของกระบวนการถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยวิธีการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และการวิเคราะห์เนื้อหาคำตอบที่ได้จากคำถามปลายเปิด ซึ่งคำถามทั้งหมดในแบบสอบถามนี้เป็นคำถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎี 3 ส่วน ดังนี้

(1) แนวคิดและทฤษฎีการถ่ายโอนความรู้ (2) แนวคิดและทฤษฎีการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (3) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลในแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์ที่ 1 นี้ จะได้ข้อมูลที่สามารรถเชื่อมโยงให้เห็นสภาพปัจจุบันของกระบวนการถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของมรดกโลกประเภทวัฒนธรรมของประเทศไทยได้

2. วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์การปรับปรุงผลผลิตการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเนื่องมาจากการถ่ายโอนความรู้ในปัจจุบันโดยศึกษาด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการจำนวน 174 คน และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ การเพิ่มผลผลิตการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการวิเคราะห์ค่า TFP และ TFPG โดยวิเคราะห์สมการ



การผลิตที่แสดงความสัมพันธ์ของผลผลิตและปัจจัยการผลิต ซึ่งปัจจัยการผลิตในที่นี้ประกอบด้วยแรงงาน ทุน ที่ดิน เทคโนโลยี/การจัดการ และการถ่ายโอนความรู้

3. วิธีการดำเนินการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตโดยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการดังนี้

3.1 วิเคราะห์ผลที่ได้จากการการศึกษาจากวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2 แล้วนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

3.2 พัฒนากลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ตามข้อ 3.1

3.3 นำกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการที่พัฒนาได้ในข้อ 3.2 มาให้ผู้ประกอบการและตัวแทนจากภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันวิพากษ์ด้วยวิธีการประชุมกลุ่ม (Focus Group) ในทุกพื้นที่วิจัย และวิเคราะห์ผลที่ได้จากการประชุมกลุ่มนั้นด้วยวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้กรอบในการวิเคราะห์จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1) กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน
- 2) การถ่ายโอนความรู้
- 3) การปรับปรุงผลผลิตภาพในการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ
- 4) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาเป็นกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ที่สามารถพัฒนานวัตกรรมความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุงผลผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป

ผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันของการถ่ายโอนความรู้เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า วิธีการในการการถ่ายโอนความรู้ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือการถ่ายโอนด้วยวิธีการอบรมสัมมนา (ร้อยละ 80) รองลงมาคือ การศึกษาดูงาน (ร้อยละ 65) และการเรียนหลักสูตรระยะสั้น (ร้อยละ 40) ตามลำดับ โดยความรู้ที่ได้รับการถ่ายโอนมา ประกอบด้วย ความรู้ในเรื่องการผลิตสินค้าและบริการ (ร้อยละ 70) ความรู้ในเรื่องการตลาด (ร้อยละ 50) และความรู้ในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 30)

นอกจากนี้หากวิเคราะห์ตามหลักการวิเคราะห์ SWOT จากการสอบถามผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่วิจัยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การมีองค์ความรู้ท้องถิ่นทางด้านวัฒนธรรมจำนวนมากที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (ร้อยละ 80) จุดอ่อน คือ การขาดการเปิดรับองค์ความรู้จากภายนอกเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ (ร้อยละ 87) โอกาส คือ การมีพื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาท่องเที่ยว (ร้อยละ 75) ภาวะคุกคาม คือ การขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความชำนาญในการผลิตสินค้าและให้บริการสร้างสรรค์ (ร้อยละ 87)

2. การถ่ายโอนความรู้เป็นปัจจัยการผลิตที่มีความสัมพันธ์กับผลผลิตอย่างมีนัยสำคัญโดยมีค่า $p < 0.05$ ทั้ง 3 ปี ตั้งแต่ปี 2552- 2554 ดังนี้ ปี 2552 การถ่ายโอนความรู้ ($p=0.000$) โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ .2679631 ค่า intercept จากสมการประมาณการคือ อัตราการเติบโตของผลผลิตภาพในการผลิต (Growth of Total Factor Productivity) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.61 เปอร์เซนต์ ปี 2553 การถ่ายโอนความรู้ ($p=0.000$) โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ .2827956 ค่า intercept จากสมการประมาณการคือ อัตราการเติบโตของผลผลิตภาพในการผลิต (Growth of Total

Factor Productivity) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.80 เปอร์เซนต์ และปี 2554 การถ่ายโอนความรู้ ($p=0.000$) โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.2567693 ค่า intercept จากสมการประมาณการคือ อัตราการเติบโตของผลิตภาพในการผลิต (Growth of Total Factor Productivity) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.92 เปอร์เซนต์ สรุปได้ว่า ทั้ง 3 ปีการถ่ายโอนความรู้ (KT) มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับผลผลิตและผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

นอกจากนี้จากผลการวิจัยยังพบว่าความรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยความรู้ที่สำคัญได้แก่ ความรู้ในด้านการผลิตเชิงสร้างสรรค์ ความรู้ในด้านการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ และความรู้ในด้านการตลาดในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ประกอบการทั้งหมดที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยจะยอมรับว่า ความรู้มีความสำคัญต่อการปรับปรุงผลิตภาพการผลิต แต่ความรู้ที่ได้รับมาจากแหล่งความรู้ต่าง ๆ ในปัจจุบันมิใช่ความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้อย่างแท้จริงในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ เนื่องจากเป็นความรู้ที่มีความซับซ้อนและไม่ตรงกับความต้องการอย่างแท้จริง ตลอดจนวิธีการถ่ายโอนความรู้จากแหล่งความรู้ไปสู่ผู้รับความรู้ไม่สอดคล้องกับวิถีแห่งการเรียนรู้ของผู้รับความรู้

3. กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสม คือ “กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Knowledge Transfer Strategy)” ระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสินค้าและบริการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ APPRECIATE Model ซึ่งประกอบด้วย มียอดประกอบ 10 ประการ คือ Attraction, Participation, Practical, Relation, Education, Culture, Integration, Activity, Technology และ Environment โดยแต่ละองค์ประกอบมีความหมายดังนี้

3.1 Attraction หมายถึง การดึงดูดความสนใจให้เข้าสู่กระบวนการถ่ายโอนความรู้ ทั้งการเป็นผู้ถ่ายโอนความรู้และผู้รับความรู้

3.2 Participation หมายถึง การมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายโอนความรู้ตั้งแต่การกำหนดความรู้ที่ต้องการ กระบวนการถ่ายโอนความรู้ และการรับความรู้

3.3 Practical หมายถึง ความสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงที่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในชุมชนในการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง

3.4 Relation หมายถึง ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและวิถีแห่งการเรียนรู้ของชุมชน

3.5 Education หมายถึง การศึกษาซึ่งครอบคลุมการศึกษาทั้ง 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย

3.6 Culture หมายถึง วัฒนธรรมของพื้นที่มรดกโลกที่เป็นรากฐานของการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.7 Integration หมายถึง การบูรณาการความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมความรู้เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.8 Activity หมายถึง กิจกรรมการถ่ายโอนความรู้ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวิถีแห่งการเรียนรู้ของชุมชน

3.9 Technology หมายถึง เทคโนโลยีที่เหมาะสมสำหรับการนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเป็นเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้นโดยชุมชนเอง

3.10 Environment หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่ครอบคลุมทั้งสิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องตระหนักในการผลิตสินค้าและบริการที่ไม่เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนสังคมในพื้นที่มรดกโลก

จากองค์ประกอบ 10 ประการที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแยกกระบวนการการถ่ายโอนความรู้ตาม APPRECIATE Model ออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้



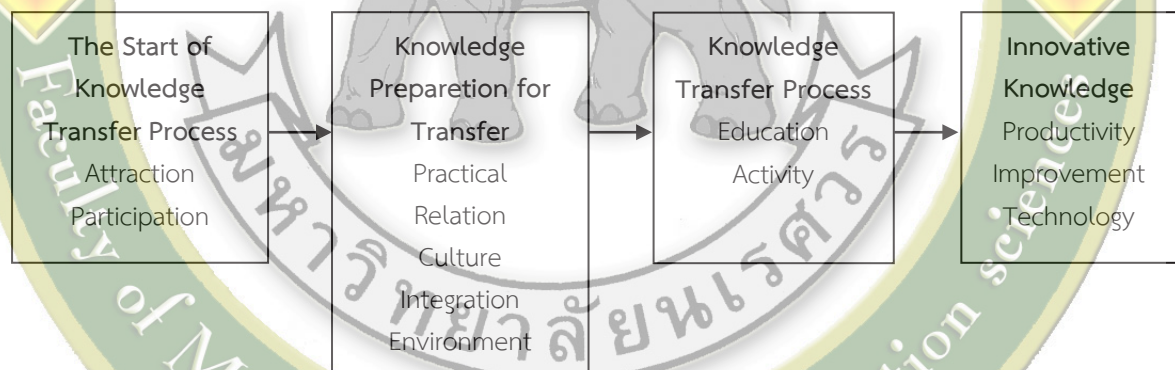
ขั้นตอนการเริ่มต้นกระบวนการถ่ายโอนความรู้ (The Start of Knowledge Transfer Process) ประกอบด้วย การสร้างความสนใจให้เข้าสู่กระบวนการถ่ายโอนความรู้ (Attraction) และการสร้างการมีส่วนร่วมในกระบวนการถ่ายโอนความรู้ (Participatory)

ขั้นตอนการเตรียมความรู้เพื่อการถ่ายโอนสู่ผู้ประกอบการในชุมชน (Knowledge Preparation for Transfer) ประกอบด้วย การจัดรูปแบบความรู้ให้อยู่ในรูปแบบของความรู้เพื่อการนำไปปฏิบัติจริง (Practical Knowledge) ความรู้ที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและวิถีการเรียนรู้ของชุมชน (Relation) ความรู้ที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่มรดกโลก (Culture) ความรู้ที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อมทางสังคม วัฒนธรรม ความรู้ที่บูรณาการ (Integration) และสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชน (Environment)

ขั้นตอนการถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer Process) ประกอบด้วย การถ่ายโอนความรู้

ผ่านกระบวนการศึกษา (Education) ทั้ง 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ (Formal Education) การศึกษานอกระบบ (Informal Education) และการศึกษาตามอัธยาศัย (Non-formal Education) โดยใช้วิธีการถ่ายโอนความรู้ผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ (Activity - based learning)

ขั้นตอนนวัตกรรมความรู้ (Innovative Knowledge) ขั้นตอนนี้เป็นผลลัพธ์จากกระบวนการถ่ายโอนความรู้ทั้ง 3 กระบวนการข้างต้นนำไปสู่การสร้างเทคโนโลยีที่ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมของชุมชน โดยครอบคลุมทั้งเทคโนโลยีที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ (Invention) และนวัตกรรมทางความคิดที่เป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) การผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ต่อไป จากขั้นตอนต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นสามารถแสดงความสัมพันธ์ของแต่ละองค์ประกอบได้ดังนี้



ภาพ 2 แสดงขั้นตอนของ APPRECIATE Model

การอภิปรายผล

1. การผลิตสินค้าและบริการในเชิงวัฒนธรรมของไทยที่ผ่านมายังเป็นการผลิตที่สืบทอดมาจากองค์ความรู้และวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่นเป็นส่วนใหญ่โดยขาดกระบวนการเรียนรู้เพื่อนำองค์ความรู้จากแหล่งความรู้อื่นมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นผู้ผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมนั้นขาดกระบวนการแสวงหา

รับและปรับใช้องค์ความรู้จากภายนอกที่เหมาะสมกับวิถีแห่งการเรียนรู้และวิถีชีวิตของตนเอง

2. ในบางพื้นที่ซึ่งมีการรับองค์ความรู้จากภายนอกเข้ามาเพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมก็มีวิธีการรับความรู้ผ่านวิธีการฝึกอบรม ศึกษาดูงานหรือหลักสูตรระยะสั้น ๆ ซึ่งเป็นวิธีการเรียนรู้ที่นำไปสู่การปฏิบัติตามต้นแบบได้ แต่มิใช่วิธีการเรียนรู้ที่นำไปสู่การต่อยอดความรู้และ

สร้างสินค้าและบริการจากฐานความรู้ของชุมชนท้องถิ่นและเป็นสินค้านวัตกรรมสร้างสรรค์ได้อย่างแท้จริง จึงไม่ใช่กระบวนการรับความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตและสร้างการพัฒนาในด้านการผลิตได้อย่างยั่งยืน

3. สินค้าเชิงวัฒนธรรมบางประเภทเป็นสินค้าที่ยังไม่สามารถนำมาใช้ได้ในชีวิตประจำวันเนื่องจากข้อจำกัดบางประการ เช่น ความคงทน การเคลื่อนย้าย ออกนอกพื้นที่ ความเหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน เป็นต้น จึงจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้ใหม่ในการผลิตสินค้าที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

4. องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาในด้านการผลิตที่ผ่านมาที่ชุมชนได้รับมักจะเป็นองค์ความรู้แบบแยกส่วน เช่น องค์ความรู้ในการเพิ่มผลิตภาพการผลิต องค์ความรู้ในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ความรู้ด้านการตลาด เป็นต้น ทำให้ขาดการบูรณาการความรู้และรับ ปรับ ประยุกต์ใช้ความรู้แบบองค์รวม ซึ่งจะสามารถพัฒนาผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการได้ดีกว่า

5. การผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังขาดการตระหนักถึงมิติด้านสิ่งแวดล้อมส่งผลให้เป็นสินค้าที่ผลิตบนพื้นฐานของวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ มีคุณค่าทางจิตใจ แต่ไม่สอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่ต้องพัฒนาทั้ง 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจและมิติด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

6. กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ในด้านการผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมควรจะใช้กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้แบบมีส่วนร่วมที่เปิดโอกาสในการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในชุมชนสังคม เริ่มตั้งแต่การแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวางในเรื่องความต้องการองค์ความรู้ในการผลิตของชุมชน กระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม การประเมินผล การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมซึ่งนำไปสู่ความรู้ที่ทุกคนเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนกระบวนการเรียนรู้และการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ให้เกิดขึ้นอย่างแท้จริงและ

สอดคล้องกับวิถีชีวิตในแต่ละชุมชนท้องถิ่นซึ่งมีความแตกต่างกัน

7. กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้เพื่อสร้างนวัตกรรมความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่มรดกโลกที่เป็นข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ คือ **APPRECIATE Model** มีองค์ประกอบ 10 ประการ คือ Attraction, Participation, Practical, Relation, Education, Culture, Integration, Activity, Technology, และ Environment ประกอบด้วยกระบวนการการถ่ายทอดความรู้ตาม APPRECIATE Model 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนการเริ่มต้นกระบวนการถ่ายทอดความรู้ (The Start to Knowledge Transfer Process) ขั้นตอนการเตรียมความรู้เพื่อการถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการในชุมชน (Knowledge Preparation for Transfer) ขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้ (Knowledge Transfer Process) และขั้นตอนนวัตกรรมความรู้ (Innovative Knowledge) ซึ่งจากองค์ประกอบทั้ง 10 ประการและขั้นตอนการถ่ายทอดความรู้ 10 ขั้นตอนที่กำลังกล่าวมาข้างต้น หากนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการถ่ายทอดความรู้ของชุมชนจะเกิดการสร้างนวัตกรรมทางความรู้ (Innovative Knowledge) ซึ่งเป็นทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ของชุมชนท้องถิ่นที่สามารถนำไปปรับปรุงกระบวนการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนและการพัฒนาผลิตภาพ (Productivity) การผลิตสินค้าและบริการเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ต่อไป

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สภาพปัจจุบันของการถ่ายทอดความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีจุดแข็งที่สำคัญที่สุด คือ การมีองค์ความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้านวัฒนธรรมจำนวนมากที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการสร้างสรรค์

1.2 จุดอ่อนที่สำคัญที่สุด คือ การขาดการเปิดรับองค์ความรู้จากภายนอกเพื่อนำมาประยุกต์สู่การพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์



1.3 โอกาสที่สำคัญที่สุด คือ การมีพื้นที่มรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทยที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากมาท่องเที่ยว

1.4 อุปสรรคที่สำคัญที่สุด คือ การขาดแคลนแรงงานฝีมือที่มีความชำนาญในการผลิตสินค้าและให้บริการสร้างสรรค์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.5 การถ่ายโอนความรู้มีความสัมพันธ์กับการปรับปรุงผลิตภาพการผลิต โดยความรู้เป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.6 กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อเพิ่มผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมคือ “กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้ APPRECIATE Model”

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 จากผลการวิจัยนี้ควรจะนำไปสู่การนำกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ไปทดลองใช้ในชุมชนท้องถิ่นอื่น ๆ ต่อไป

2.2 จากผลการวิจัยนี้ควรจะนำกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้แบบมีส่วนร่วมเพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการนี้ไปทดลองใช้ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ต่อไป

2.3 งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่บูรณาการระหว่างศาสตร์อื่น ๆ กับการศึกษาโดยใช้การประยุกต์แนวคิด ทฤษฎีด้านการจัดการความรู้และเศรษฐศาสตร์มาใช้ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนานวัตกรรมในการถ่ายทอดความรู้เพื่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ผ่านการศึกษาในระบบและตามอัธยาศัยเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรจะมีการพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบอื่น ๆ และในมิติอื่น ๆ เช่น มิติด้านสังคม

มิติด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น เพื่อพัฒนาการศึกษาให้เป็นกลไกในการพัฒนาประเทศได้อย่างแท้จริง

2.4 จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า การขับเคลื่อนนโยบายใด ๆ ไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องมีกระบวนการพัฒนาคนให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในนโยบายและเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศควบคู่ไปด้วย ซึ่งการพัฒนาคนที่เหมาะสมนั้นเกิดขึ้นได้ด้วยกระบวนการศึกษาทั้ง 3 รูปแบบ คือ การศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัยอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

2.5 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) สำหรับงานวิจัยที่มีปัญหาการวิจัยใกล้เคียงกับงานวิจัยนี้

2.6 ในการวิจัยครั้งต่อไปควรวิจัยในประเด็นการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ตามแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่มุ่งเน้นการพัฒนาทั้ง 3 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติด้านสิ่งแวดล้อมไปพร้อม ๆ กัน

กิตติกรรมประกาศ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้ให้ทุนสนับสนุนวิทยานิพนธ์

มหาวิทยาลัยนเรศวร ผู้สนับสนุนสถานที่และอุปกรณ์ในการวิจัย

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่มรดกโลกด้านวัฒนธรรมในประเทศไทยทุกท่านที่เอื้อเฟื้อข้อมูล

หมายเหตุ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง กลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพการผลิตสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของนางอัจฉรา ศรีพันธ์



บรรณานุกรม

- คณะกรรมการแห่งชาติว่าด้วยอนุสัญญาคุ้มครองมรดกโลก. (มกราคม 2552). **มรดกโลกในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2554, จาก http://www.thaiwhic.go.th/heritage_thai.asp
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (เมษายน 2522). **พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522**. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2553, จาก http://www.mots.go.th/images/article_freetemp/article_20080515102948.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). **จากพลังความคิด...สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (2554). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ฮาวกินส์, จอห์น. (2552). **Creative Economy (CE): เศรษฐกิจสร้างสรรค์: เข้ามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร**. (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- Cummings, J. L. and Teng, B. S. (2003). Tranfering R&D knowledge: The key factors affecting knowledge transfer success. **Journal of Engineering and Technology Management**, (20), 39-68.
- Johnson, D. G. (1950). The nature of the supply function for agricultural product. **Economic Review**, (40), 539-564.
- Roy M., Parent R. and Desmarais L. (2003). From knowledge transfer to knowledge-sharing: Virtual teaming at the Eastern Canada Consortium for Research on Workplace Health and Safety. **The 4th European Conference on Knowledge Management**. United Kingdom: Oxford University.
- Solow, R. M. (1957). Technical change and the aggregate production function. **The Review of Economics and Statistics**, 39(3), 312-320.
- Szulanski, G. (1999). The process of knowledge transfer: A Diachonic Analysis Striciness. **OBHDP**, (6), 1-40.
- Tinbergen, J. (1942). Professor Douglas' production function. **Revue de l' Institut International de Statistique**, (10), 37-48.
- Tintner, G. (1944). A note on the derivation of production functions from farm records. **Econometrica**, (12), 26-34.
- UNCTAD. (2010). **Creative Economy 2010**. United States: United Nation.
- UNESCO. (2005). **Understanding Creative Industries: Cultural statistics for policy maker**. United States: UNESCO.