

สรุปประเด็นอภิปรายจากการสัมมนาเผยแพร่ผลงาน

ประเด็นปัญหาและความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- อุตสาหกรรมของประเทศไทยขาดการสร้างมูลค่า (Value) เพิ่มจากสินทรัพย์ ทั้งที่ประเทศไทยมีทรัพยากรเช่นบุคลากรสร้างสรรค์และมีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ล้นเหลือ แต่บ่อยครั้งพบว่าสินค้าเหล่านั้นถูกผลิตออกมาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการที่ไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น ของที่ระลึก ที่ขาดมูลค่าจากการสรรค์สร้างเชิงนวัตกรรมเทคโนโลยีแก่อินค้า หรือการสร้างเรื่องราวในการประชาสัมพันธ์
- อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังไม่เคยมีการให้คำนิยามอย่างชัดเจน ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบต่อการวางนโยบายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ชัดเจน และมีผลประโยชน์ต่อธุรกิจที่เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างแท้จริง
- อุตสาหกรรมในประเทศไทยยังขาดความนวัตกรรมที่สำคัญ 3 ประการ คือ
 - Supply chain innovation – ขาดการสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพของกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการเพิ่มผลิตภาพ ความคิดสร้างสรรค์ ความรวดเร็ว ฉบับไว และสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น
 - Business model innovation – ขาดการสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพของแผนธุรกิจ เพื่อให้สินค้าและบริการสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแท้จริง สามารถสร้างและรักษาความสัมพันธ์กับผู้บริโภคได้ และมีการบริหารจัดการทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพทางการใช้ทรัพยากร การตลาด การประชาสัมพันธ์ และการเงิน เป็นต้น
 - Little product innovation – ขาดการสร้างนวัตกรรมที่เพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ ในด้านการใช้งาน (Function) การออกแบบ (Design) และการสร้างคุณค่าทางจิตใจ เป็นต้น
- ความขัดแย้งระหว่าง “การปกป้องมรดกทางวัฒนธรรม” และ “การต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่ม” ที่ทำลายมรดกอันควรค่าแก่การรักษาไว้ เช่น การก่อสร้างโรงแรมหรูหรานบนพื้นที่ชุมชนหมู่บ้านเพื่อเป็นจุดท่องเที่ยว โดยควรจะนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการสอดส่องดูแลและการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเพื่อปกป้องแก่นแท้ของมรดกทางวัฒนธรรมตนเอง

ข้อเสนอแนะในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- จุดเริ่มต้นสำหรับประเทศไทยควรจะเริ่มสร้างความสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์และบริการในระดับที่ไม่ซับซ้อนก่อน เช่น การสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ OTOP แล้วจึงค่อยๆ ต่อยอดขึ้นสู่ผลิตภัณฑ์และบริการที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น ซอฟต์แวร์ เกม และแอนิเมชัน
- ควรมีการสนับสนุนด้านอุปสงค์และด้านอุปทานของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างสมดุล โดยด้านอุปสงค์ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด การขยายขนาดของตลาดผ่านการลงทุนโดยตรง และการส่งเสริมอุตสาหกรรมควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านอุปทานได้แก่ ส่งเสริมการผลิต การวิจัยพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์ และการพัฒนาบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์
- ควรมีการส่งเสริมทัศนคติด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative mindset) ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในส่วนภาคการผลิต เพื่อให้สินค้าและบริการทั่วไปมีความคิดสร้างสรรค์และมีนวัตกรรมที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่ม
- ควรมีการสร้างทักษะการนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ (Commercialization) ให้แก่บุคลากรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ เช่น ศิลปิน เพื่อให้ผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของตลาด และสามารถสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจได้
- ควรมีการส่งเสริมความตระหนักด้านทรัพย์สินทางปัญญาแก่ผู้บริโภค และบังคับใช้กฎระเบียบด้านทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันและรักษามูลค่าของความคิดสร้างสรรค์จากการถูกลอกเลียนแบบ โดยในช่วงปัจจุบันที่สินทรัพย์ทางปัญญายังขาดการบังคับใช้ทางกฎหมาย อาจทดแทนด้วยการส่งเสริมช่องทางการกระจายสินค้าและการเข้าถึงตลาดแก่สินค้าและบริการสร้างสรรค์ เพื่อให้ความคิดสร้างสรรค์นั้นสร้างมูลค่าในตนเองจากการเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- ควรมีการส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างความคิดสร้างสรรค์
- ควรมีเจ้าภาพในการดำเนินการที่ดูแลการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างบูรณาการ โดยอาจจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหน่วยงานกลางขึ้น
- ส่งเสริมระบบการศึกษาของไทยให้สามารถผลิตบุคลากรให้มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถคิดนอกกรอบ และมีระเบียบวินัยในการทำงาน

ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลในทางปฏิบัติ

- สำหรับผู้ใช้งานข้อมูล ทั้งผู้ใช้ที่เป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือบุคคลทั่วไป ควรให้ความสำคัญกับการศึกษาพื้นฐานเชิงสถิติ ข้อมูลกิจกรรมตามห่วงโซ่อุปทาน บุคลากรสร้างสรรค์และข้อมูลกิจกรรมที่เป็นการรองรับกิจกรรมหลัก (Supporting activities) เพื่อเป็นการสร้างความรู้ ความเข้าใจในภาพรวมและลักษณะกิจกรรมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในเบื้องต้น
- เพื่อให้ฐานข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ - ควรมีการศึกษาในเชิงลึกในเชิงมูลค่าเพิ่มและค่าใช้จ่ายตามรายการกิจกรรมของห่วงโซ่อุตสาหกรรม
 - ในส่วนการศึกษามูลค่าเพิ่มของสินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ ควรมีการศึกษาตั้งแต่มูลค่าดั้งเดิมของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม และมีการระบุมูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นจากแต่ละกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสำรวจว่ากิจกรรมใดในห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม หรือจะพัฒนาประสิทธิภาพและมูลค่าของกิจกรรมอื่นๆในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างไร กิจกรรมใดคือปัจจัยความสำเร็จและต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ
 - ในส่วนการศึกษาค่าใช้จ่ายของสินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ ควรมีการศึกษาค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมของห่วงโซ่อุปทาน เพื่อสำรวจว่าใดในห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่มีค่าใช้จ่ายสูงสุด และจะสามารถลดค่าใช้จ่ายดังกล่าวได้อย่างไรเพื่อให้อุตสาหกรรมมีประสิทธิภาพทางราคา (Cost Effective) ได้อย่างไร รวมไปถึงศึกษาว่ากิจกรรมใดเป็นคอขวดต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม และจะแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างไรให้ตรงจุด
- เพื่อให้ฐานข้อมูลเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานที่เป็นภาคเอกชน - ควรมีการศึกษาในเชิงลึกในด้านสถิติของจำนวนธุรกิจภายใต้แต่ละอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รายชื่อของธุรกิจ และผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ธุรกิจดังกล่าวนั้นนำเสนอ เพื่อเป็นแนวทางต่อการจับมือต่อยอดทางธุรกิจต่อไปในอนาคต
- ในอนาคต จำเป็นต้องมีการสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อจัดทำฐานข้อมูลรายอุตสาหกรรมที่สะท้อนต่อความเป็นจริงของอุตสาหกรรม และมีทิศทางการจัดเก็บข้อมูลเป็นไปในทางเดียวกันกับสศช.