

## บทที่ 7

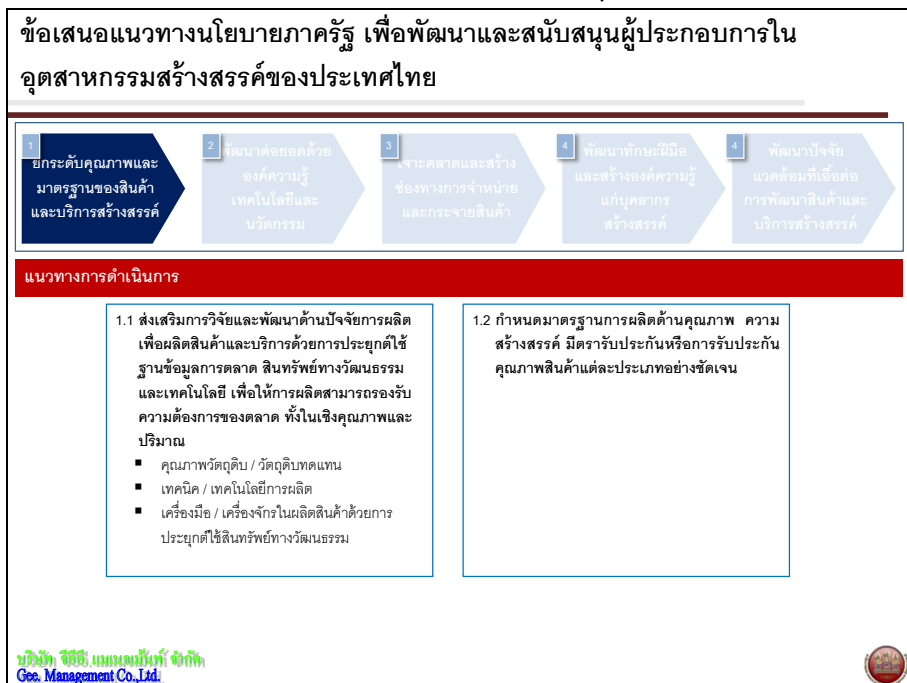
### แนวทางข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ สำหรับภาคการผลิตและบริการของประเทศ

#### 7.1 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์สำหรับการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภาพรวม

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลสถิติ การสำรวจ และการประชุมกลุ่มย่อยที่ผ่านมาในข้างต้น ที่ปรึกษาได้จัดทำร่างข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ต่อการพัฒนาและสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 12 สาขา โดยข้อเสนอแนะถูกจัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริมรากฐานห่วงโซ่อุตสาหกรรมของทุกอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและมีศักยภาพทางการแข่งขัน โดยแบ่งเป็น 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) ยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการสร้างสรรค์
- 2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาต่อยอดด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- 3) ยุทธศาสตร์การเจาะตลาดและสร้างช่องทางการจำหน่ายและกระจายสินค้าและบริการ
- 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาทักษะฝีมือและสร้างองค์ความรู้แก่บุคลากรสร้างสรรค์
- 5) ยุทธศาสตร์การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์

#### แผนภาพที่ 88 – ข้อเสนอแนะทางตามยุทธศาสตร์ที่ 1



---

## **ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าและบริการสร้างสรรค์**

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: เพื่อยกระดับคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอยู่เดิมจากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างแท้จริง ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1.1) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านปัจจัยการผลิตเพื่อผลิตสินค้าและบริการด้วยการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้การผลิตสามารถรองรับความต้องการของตลาด ทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ

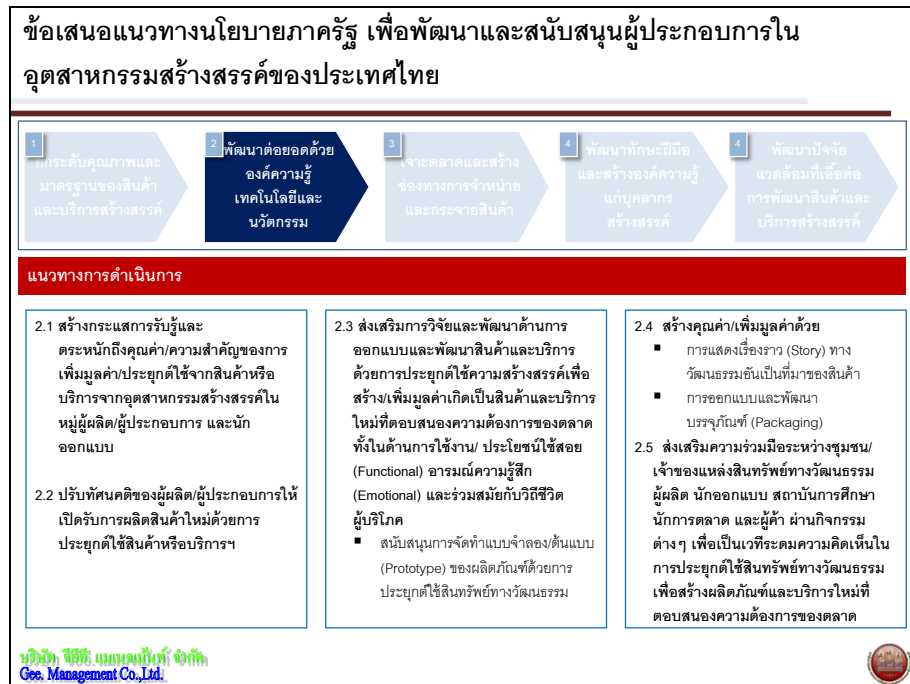
กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาตั้งแต่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และเพื่อจัดหาวัตถุดิบทดแทนที่มีคุณภาพใกล้เคียงหรือสูงขึ้น ซึ่งช่วยแก้ปัญหาภาวะวัตถุดิบขาดแคลน อันเป็นการจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อปริมาณการผลิตและมีคุณภาพที่ดีขึ้น ไปจนถึงการวิจัยและพัฒนาเทคนิค/เทคโนโลยีการผลิต ตลอดจนเครื่องมือ/เครื่องจักรในการผลิตสินค้าที่มีประสิทธิภาพเพื่อผลิตสินค้าที่มีรากฐานจากการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพ ในขณะเดียวกันสามารถรองรับปริมาณการผลิตที่สูงขึ้นในระดับอุตสาหกรรมได้ ในด้านของภาคบริการ ควรมีการจัดฝึกอบรมสัมมนา (Training) ในด้านการส่งเสริมนวัตกรรมองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางสร้างสรรค์ให้แก่ระบบการบริหารจัดการ การออกแบบการบริการ และการให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างสร้างสรรค์

1.2) กำหนดมาตรฐานการผลิตด้านคุณภาพ สุขอนามัย ความปลอดภัย และมีตรารับประกัน หรือการรับประกันคุณภาพสินค้า และการรับรองคุณภาพการให้บริการอย่างชัดเจน

กลยุทธ์นี้เป็นการกำหนดมาตรฐานการผลิตด้านคุณภาพ สุขอนามัยและความปลอดภัยของสินค้า รวมทั้งมีตรารับประกันคุณภาพสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในสินค้า และเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ โดยอาจแสดงให้เห็นปรากฏบนตัวสินค้าถึงการจัดการด้าน Manufacturing Practice แบบมืออาชีพ

ในด้านการให้บริการ ควรมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ ทั้งความพร้อม ความสุภาพ ความเป็นมืออาชีพ ความสามารถในการผสานความคิดสร้างสรรค์และสื่อออกมาทางการบริการ รวมถึงความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการแก่ผู้บริโภค

#### แผนภาพที่ 89 – ข้อเสนอแนะทางตามยุทธศาสตร์ที่ 2



#### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาต่อยอดด้วยองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: เพื่อกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการวิจัยและพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการประยุกต์ใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

2.1) สร้างกระแสการรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของการเพิ่มมูลค่าหรือการประยุกต์ใช้จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมในหมู่ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ และนักออกแบบ

2.2) ปรับทัศนคติของผู้ผลิต/ผู้ประกอบการให้เปิดรับการผลิตสินค้าใหม่ด้วยการประยุกต์ใช้จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ความสร้างสรรค์ องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

2.3) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้ความสร้างสรรค์ (Application) เพื่อสร้าง/เพิ่มมูลค่าเกิดเป็นสินค้าใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของ

---

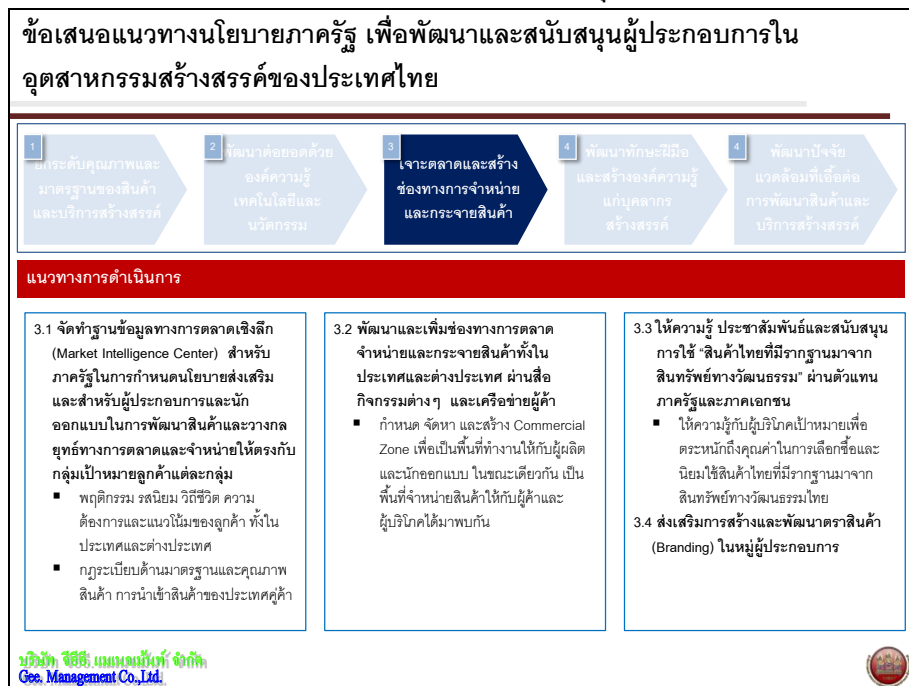
ตลาด ทั้งด้านการใช้งาน/ประโยชน์ใช้สอย (Functional) อารมณ์ความรู้สึก (Emotional) และมีความร่วมสมัยกับวิถีชีวิตของผู้บริโภค เช่น

- สนับสนุนการจัดทำแบบจำลอง/ต้นแบบ (Prototype) ของผลิตภัณฑ์ด้วยการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม

2.4) พัฒนาสินค้าและบริการด้วยการสร้างคุณค่า/เพิ่มมูลค่าเช่น การแสดงประวัติ/เรื่องราว (Story) ของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นที่มาของสินค้า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) กลยุทธ์นี้ให้ความสำคัญกับการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ โดยวิจัยพัฒนาและออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์/ภาชนะบรรจุหีบห่อที่มุ่งเน้นการตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภค ตลอดจนคำนึงถึงการขนส่ง การจัดจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) และให้ดูดี สวยงาม โดดเด่นและน่าซื้อ โดยมีได้ทำลายคุณค่าหรือความเป็นเอกลักษณ์ของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทย รวมทั้งควรมีการแสดงประวัติความเป็นมา เรื่องราว ประวัติศาสตร์ พร้อมหยิบยกจุดแข็ง/ความโดดเด่น/จุดขายของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่นำมาประยุกต์ใช้หรือพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าหรือบริการ มาบอกเล่าเป็นเรื่องราวสั้นๆ ที่เข้าใจง่ายแต่มีมนต์เสน่ห์เข้าถึงได้ง่าย น่าประทับใจ เพื่อเน้นให้เห็นถึงคุณค่า/มูลค่า (Value) ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ อาทิ เช่น พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดูดีสวยงามและมีประโยชน์ในการช่วยยืดอายุ

2.5) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างชุมชน/เจ้าของแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ผู้ผลิต นักออกแบบสถาบันการศึกษา นักการตลาด และผู้ค้า ผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อเป็นเวทีระดมความคิดเห็นในการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด

## แผนภาพที่ 90 – ข้อเสนอแนะทางตามยุทธศาสตร์ที่ 3



### ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: เจาะตลาดและสร้างช่องทางการจำหน่ายและกระจายสินค้า

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการตลาดและเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

3.1) จัดทำฐานข้อมูลทางการตลาดเชิงลึก (Market Intelligence Center) สำหรับภาครัฐในการกำหนดนโยบายส่งเสริม และสำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบในการพัฒนาสินค้าและวางกลยุทธ์ทางการตลาดและการจำหน่ายให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายลูกค้าแต่ละกลุ่ม

กลยุทธ์นี้สนับสนุนและส่งเสริมในการจัดทำฐานข้อมูลทางการตลาดที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเป็นระบบ โดยจัดให้มีการศึกษาวิเคราะห์เชิงลึกด้านการตลาด และจัดทำเป็นฐานข้อมูลด้านการตลาดในลักษณะเป็น Market Intelligence Center เพื่อให้ผู้ผลิต/ผู้ประกอบการ หรือแม้กระทั่งนักออกแบบสามารถทราบและเข้าใจถึงพฤติกรรม รสนิยม วิถีชีวิต ความต้องการและแนวโน้มของลูกค้า ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมไปถึงกฎระเบียบด้านมาตรฐานและคุณภาพสินค้า การนำเข้าสินค้าของประเทศคู่ค้า เพื่อให้ผู้ผลิตสามารถพัฒนาและผลิตสินค้า/บริการที่ตอบสนองความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมายลูกค้าแต่ละกลุ่ม (Target Segment) และมีข้อมูลสนับสนุนในการวางแผนทางธุรกิจ การเจาะตลาด กำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาด

---

กำหนดราคา และสร้างช่องทางการจำหน่ายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายลูกค้าแต่ละกลุ่ม โดย  
ทั้งนี้ ในการจัดทำฐานข้อมูลทางการตลาดเชิงลึกนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ควรดำเนินการดังต่อไปนี้

- ภาคเอกชนควรจัดให้มีการศึกษาวิจัยทางการตลาดลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งด้านพฤติกรรม วิถีชีวิต รสนิยม ความต้องการ และแนวโน้มของลูกค้า ในการเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนกฎระเบียบด้านมาตรฐานและคุณภาพสินค้า และการนำเข้าสินค้าของประเทศคู่ค้า
- เผยแพร่ผลงานวิจัยในวงกว้างโดยเฉพาะในหมู่ผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมทิศทางการพัฒนาสินค้าให้เหมาะสมหรือตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

3.2) พัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาด จำหน่ายและกระจายสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านสื่อกิจกรรมต่างๆ และเครือข่ายผู้ค้า

กลยุทธ์นี้เป็นการมุ่งพัฒนาและเพิ่มช่องทางการตลาดและการจำหน่ายสินค้าให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายตลาดอย่างรวดเร็วและเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงมากยิ่งขึ้น เช่น

- กำหนด จัดหา และสร้าง Commercial Zone เพื่อเป็นพื้นที่ทำงานให้กับผู้ผลิตและนักออกแบบ ในขณะเดียวกัน เป็นพื้นที่จำหน่ายสินค้าให้กับผู้ค้าและผู้บริโภคได้มาพบกัน
- พัฒนาช่องทางการตลาดแบบออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น ส่งเสริมการรวมกลุ่มพันธมิตรและผู้ค้าในเว็บไซต์ทางธุรกิจ (e-Commerce) เพื่อจำหน่ายแลกเปลี่ยนผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ใหม่ๆ หรือองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง พัฒนาเว็บไซต์ของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมหรือสินค้าที่เกิดจากสินทรัพย์นั้นๆ หรือผ่าน Web Blog Facebook Twitter เป็นต้น
- พัฒนาช่องทางการตลาดเชิงรุกที่มีประสิทธิภาพ รวดเร็ว และเข้าถึงได้โดยตรง เช่น
  - การจัดกิจกรรม Road Show ไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
  - การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของไทยทั้งในหมู่คนไทยและชาวต่างประเทศ และอาจยกระดับกิจกรรมงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมสู่ระดับสากล หรือระดับโลก (World Class) เช่น งานกิจกรรมข้าวหอมมะลิโลก งานประเพณีการละเล่นผี (ตาโขน) โลก เป็นต้น

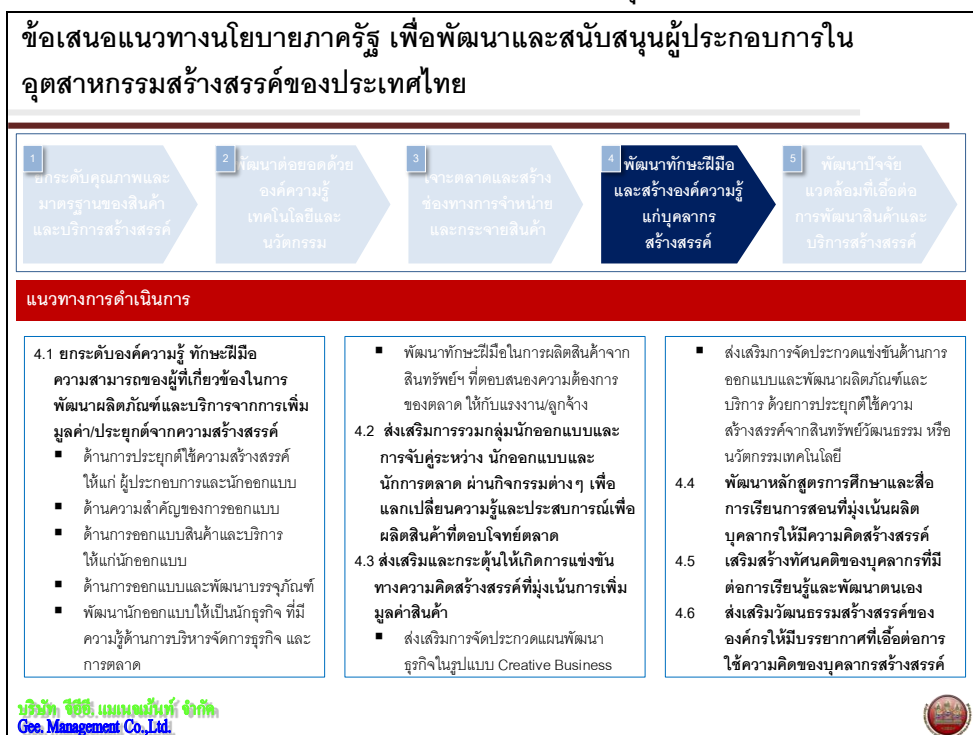
- การออกจำหน่าย ณ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ที่มีอยู่แล้ว เช่น ศูนย์ OTOP หรือ ศูนย์ Outlet ต่างๆ เป็นต้น
- การสร้างพันธมิตรในการจัดจำหน่ายและกระจายสินค้าในตลาดต่างประเทศ ผู้ซึ่งมีความรู้ความเข้าใจในวิถีชีวิต พฤติกรรม รสนิยม หรือความต้องการของคนในประเทศนั้นๆ

3.3) ให้ความรู้ ประชาสัมพันธ์และสนับสนุนการใช้ “สินค้าไทยที่มีรากฐานมาจากความสร้างสรรค์” ผ่านตัวแทนภาครัฐและภาคเอกชน เช่น

- ให้ความรู้กับผู้บริโภคเป้าหมายเพื่อตระหนักถึงคุณค่าในการเลือกซื้อและนิยมใช้สินค้าไทยที่มีรากฐานมาจากความสร้างสรรค์

3.4) ส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตราสินค้า (Brand) ในหมู่ผู้ประกอบการ กลยุทธ์นี้เป็นการมุ่งส่งเสริมให้มีการพัฒนาและประชาสัมพันธ์ตราสินค้า (Brand) ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเองเพื่อให้ผู้บริโภค/ลูกค้าสามารถแยกความแตกต่างได้ระหว่างผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตนเองกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่ผลิตจากแหล่งอื่น

#### แผนภาพที่ 91 – ข้อเสนอแนะทางตามยุทธศาสตร์ที่ 4



---

## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนาทักษะฝีมือและสร้างองค์ความรู้แก่บุคลากรสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เพื่อพัฒนาและยกระดับศักยภาพและขีดความสามารถของบุคลากร ทั้งในระดับผู้ประกอบการ และระดับแรงงาน ให้มีความรู้ ความชำนาญ ทักษะฝีมือ ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ อันนำไปสู่การสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

4.1) ยกระดับองค์ความรู้ ทักษะฝีมือ ความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจากการเพิ่มมูลค่า/ประยุกต์ใช้จากความคิดสร้างสรรค์ เช่น

- จัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการและนักออกแบบให้รู้จักการสร้างสรรค์สินค้าจากการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น และสามารถต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก ในขณะเดียวกัน ยังคงอนุรักษ์คุณค่า เอกลักษณ์ หรือแก่นสารแท้ของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมนั้น
- อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้ตระหนักถึงความสำคัญของการออกแบบ
- จัดฝึกอบรมด้านการออกแบบสินค้าและบริการให้กับนักออกแบบ
- จัดฝึกอบรมด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า โดยคำนึงถึงการใช้งานของผู้บริโภค การขนส่ง และการจัดจำหน่าย
- สร้างและพัฒนานักออกแบบให้เป็นนักธุรกิจ ที่มีความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการธุรกิจ และการตลาด
- จัดฝึกอบรมให้กับผู้ประกอบการด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจที่ถูกต้องตามหลักการบริหารจัดการธุรกิจ โดยจัดให้มีการฝึกอบรม/สัมมนาในด้านความรู้พื้นฐานด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ตั้งแต่เรื่องการผลิต การตลาด การเงิน/การบัญชี การวางแผนทางธุรกิจ และการวางกลยุทธ์ ตลอดจนแนวคิด/แนวทางตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้แก่ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง



- จัดฝึกอบรมให้กับแรงงาน/ลูกจ้างให้มีทักษะฝีมือในการผลิตสินค้าจากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการของตลาด เพื่อพัฒนาบุคลากร/แรงงานให้มีความรู้และทักษะฝีมือในการพัฒนาสินทรัพย์สู่การผลิตสินค้า ทั้งด้านกระบวนการผลิต เทคนิค/เทคโนโลยีการผลิต การออกแบบ และการประยุกต์ใช้/แปรรูปผลิตภัณฑ์ให้ได้สินค้าที่มีความหลากหลาย ทันสมัย และตรงกับรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนสร้างความรู้ ความเข้าใจในแนวคิด/แนวทางตามเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.2) ส่งเสริมการรวมกลุ่มนักออกแบบ (Designer Pool) และการจับคู่ระหว่างนักออกแบบและนักการตลาด ผ่านกิจกรรมต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เพื่อผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ตลาด

4.3) ส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการแข่งขันทางความคิดสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของไทย เพื่อมุ่งส่งเสริมการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมด้วยความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการ เช่น

- ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการประกวดการจัดทำแผนพัฒนาธุรกิจจากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบธุรกิจสร้างสรรค์ (Creative Business)
- ส่งเสริมจัดการประกวดแข่งขันด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ (Design) ด้วยการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์
- ทั้งนี้ การส่งเสริมให้มีการจัดประกวดผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ควรมีอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการแข่งขันทางความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งจะก้าวไปสู่การเป็นสังคมแห่งความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง และเป็นการยกระดับคุณภาพสินค้าไปพร้อมกัน

4.4) ส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาและสื่อการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผลิตบุคลากรให้มีความคิดสร้างสรรค์และรู้จักการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม และให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

กลยุทธ์นี้มุ่งพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานอย่างแท้จริง โดยอาจดำเนินการได้ในหลายรูปแบบ เช่น

- ปรับปรุงหลักสูตรการศึกษาและการเรียนการสอนให้เอื้อต่อกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการเสนอร่างหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อให้สามารถผลิตบุคลากรที่สอดคล้องกับตลาดแรงงาน โดยเริ่มจากหลักสูตรในระดับโรงเรียน ระดับอาชีวศึกษา ไปจนถึงระดับอุดมศึกษา
- สนับสนุนให้สถาบันการศึกษาเปิดหลักสูตร/สาขาที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ให้มากขึ้น และทักษะในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในเชิงพาณิชย์ อาทิเช่น สถาปัตยกรรมศาสตร์ ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบนิเทศศิลป์ และศิลปกรรมศาสตร์ เป็นต้น
- ส่งเสริมให้สถาบันการศึกษาเฉพาะด้านพัฒนาหลักสูตรให้เป็นลักษณะสหวิทยาการ เพื่อสร้างบุคลากรวิชาชีพที่มีความรู้ ความสามารถตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.5) เสริมสร้างทัศนคติของบุคลากรที่มีต่อการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง ในด้านการพัฒนาทักษะการทำงาน การเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ รวมไปถึงการพัฒนาระเบียบวินัยตนเอง ความรับผิดชอบ ความเป็นมืออาชีพต่อการทำงาน และทักษะที่เป็นประโยชน์อื่นๆ เช่น ทักษะภาษาต่างประเทศ

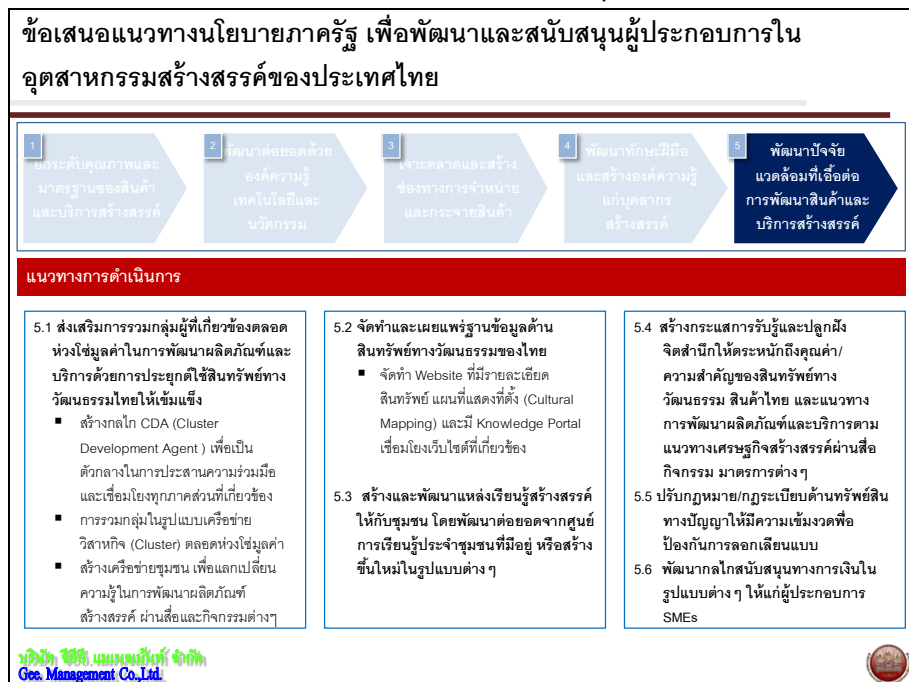
- ส่งเสริมแม่แบบ (Role Model) ของผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการพัฒนาตนเองและเป็นผู้ที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน โดยหยิบยกตัวอย่างของบุคลากรที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่มีความโดดเด่น และเผยแพร่แนวคิด ทัศนคติ วิธีการทำงานที่เป็นหัวใจสำคัญในการนำพาสู่ความสำเร็จให้แก่คนทั่วไป

4.6) ส่งเสริมวัฒนธรรมการสร้างสรรค์ขององค์กร (Creative Work Culture) โดยสนับสนุนให้องค์กรต่าง ๆ มีบรรยากาศที่เอื้อต่อการใช้ความคิดของบุคลากรสร้างสรรค์

- จัดตั้งแหล่งนวัตกรรม องค์ความรู้ภายในองค์กร โดยอาจจัดตั้งเป็นศูนย์ความรู้ ออนไลน์ หรือห้องสมุด ที่มีข่าวสาร หนังสือ และองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากร
- ให้ความสำคัญกับการเสวนา (Talk) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร โดยภายในคือการเสวนาประเด็นด้านความคิดสร้างสรรค์และการเสริมสร้างประสิทธิภาพการทำงานอย่างสร้างสรรค์ร่วมกันภายในองค์กร ในขณะที่ภายนอกองค์กรคือการเชิญผู้รู้

ผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มาเสวนาพูดคุยกับองค์กรเพื่อให้เกิดการเรียนรู้  
อย่างต่อเนื่อง

## แผนภาพที่ 92 – ข้อเสนอแนะทางตามยุทธศาสตร์ที่ 5



## ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาทักษะปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาสินค้าและบริการสร้างสรรค์

เป้าประสงค์ของประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: เพื่อพัฒนาปัจจัยแวดล้อมซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุน (Enabling Factors) ให้เอื้อต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยการเพิ่มมูลค่าและประยุกต์ใช้จากความคิดสร้างสรรค์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 ประกอบด้วยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

5.1) ส่งเสริมการรวมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทยให้เข้มแข็งตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

- สนับสนุนการรวมกลุ่มในรูปแบบเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster) ตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) โดยกิจกรรมนี้มุ่งสนับสนุนและเสริมสร้างการรวมกลุ่มในรูปแบบคลัสเตอร์ (Cluster) ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Stakeholder) ให้มีความสมบูรณ์และเข้มแข็งมากขึ้นตลอดห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) เพื่อให้การ

---

ประยุกต์ใช้ หรือสร้าง/เพิ่มมูลค่าด้วยความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดผลเป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง และในขณะเดียวกัน ตอบสนองความต้องการของตลาด ทั้งนี้ กิจกรรมที่ดำเนินการเพื่อส่งเสริมการรวมกลุ่ม

- สร้างเครือข่ายชุมชน (Social Networking) เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ผ่านสื่อและกิจกรรมต่างๆ เช่น
  - ผ่านเครือข่ายประชาคม เครือข่ายอินเทอร์เน็ต
  - สร้างและพัฒนากลุ่มคนหรือเครือข่ายที่เข้มแข็ง
  - ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเครือข่ายชุมชนที่มีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์กับหน่วยงานส่วนกลาง และหน่วยงานนานาชาติ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เช่น สถาบันแฟชั่นจากอิตาลี และยุโรป เป็นต้น

#### 5.2) จัดทำและเผยแพร่ฐานข้อมูลด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมของไทย เช่น

- จัดทำ Website ที่แสดงรายละเอียดของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ แผนที่แสดงที่ตั้งแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Mapping) ประวัติความเป็นมา/เรื่องราว/คุณค่าของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งชื่อเจ้าของ/ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมี Knowledge Portal ที่มีผลงานวิจัยด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมต่างๆ และมีการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ข้อมูลด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ให้คนไทยได้รับรู้และตระหนักถึงคุณค่า/ความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ และที่สำคัญ รู้จักนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์นั้นไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้าและบริการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### 5.3) สร้างและพัฒนาแหล่งเรียนรู้สร้างสรรค์ให้กับชุมชน โดยพัฒนาต่อยอดจากศูนย์การเรียนรู้ประจำชุมชนที่มีอยู่หรือสร้างขึ้นใหม่ในรูปแบบต่างๆ เช่น

- พัฒนาห้องสมุดประชาชนประจำจังหวัดให้เป็นทั้ง “แหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิต” ที่กระตุ้นให้ชุมชนอยากเรียนรู้ตลอดเวลา ที่มีความพร้อมทั้งด้านหนังสือ/องค์ความรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวก ในขณะเดียวกัน เป็น “ศูนย์การเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศของผลิตภัณฑ์” เพื่อให้เป็นแหล่งรวมของข้อมูลและองค์ความรู้ที่สำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลความรู้ต่างๆ ได้โดยสะดวกและใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่

- สร้างหรือจัดให้มี “พิพิธภัณฑ์การเรียนรู้” หรือ “ศูนย์สารสนเทศสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาค” เพื่อส่งเสริมกระบวนการคิดและรู้จักประยุกต์ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทยและความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง และให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงได้ง่าย
- ส่งเสริมให้มีการเพิ่มศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและกระจายไปในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อเปิดพื้นที่การเรียนรู้

5.4) สร้างกระแสการรับรู้และปลูกฝังจิตสำนึกให้ตระหนักถึงคุณค่า/ความสำคัญของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผ่านสื่อ กิจกรรม มาตรการต่างๆ

- ส่งเสริมการสร้าง Theme Park ในชุมชนที่เป็นแหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม โดยใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นศูนย์กลางของ Theme และพัฒนาให้เป็นแหล่งผลิต แหล่งความรู้ รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในขณะเดียวกัน โดยมีการแสดงขั้นตอนการผลิตซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของภาพแสดง หรือสามารถเยี่ยมชมสัมผัสเห็นขั้นตอนการผลิตจริง หรือจัดให้มีการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) อย่างง่ายให้ผู้ชมได้ทดลองปฏิบัติ พร้อมจัดงานจำหน่ายสินค้าเพื่อสร้างตลาดแบบขายตรง นอกจากนั้น อาจมีการผลิตสินค้าพิเศษในลักษณะ Limited Edition อาทิ ขนาดพิเศษ รูปแบบพิเศษที่ไม่มีจำหน่ายที่อื่นนอกจาก ณ แหล่งสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ และอาจผลิตในจำนวนจำกัด
- หัวหน้าส่วนราชการสูงสุดในพื้นที่ควรมีมาตรการเชิงรุกที่กระตุ้นการรับรู้และปลูกฝังจิตสำนึกให้ตระหนักถึงคุณค่า ความสำคัญของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทยและความคิดสร้างสรรค์
- ภาครัฐควรสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของสินค้าไทยมีรูปสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมปรากฏอยู่ อาจในรูปแบบ Collection ต่างๆ
- ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น การจัดทำหนังสือแนะนำ การจัดทำแผ่นรองภาชนะในร้านอาหาร เช่น ร้านสุกี้ MK ที่มีการสอดแทรกหรือเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ เป็นต้น
- ส่งเสริมการผลิตสื่อเรียนรู้/หนังสือ/แบบเรียนที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น

---

5.5) ปรับกฎหมาย/กฎระเบียบให้เข้มงวดมากขึ้น เช่น กฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบ และอนุรักษ์ความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าเพื่อป้องกันมิให้เกิดการเสื่อมคุณค่าจากภัยการลอกเลียนแบบได้

5.6) พัฒนาระบบและกลไกสนับสนุนทางการเงินในรูปแบบต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการกิจการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เช่น จัดหาแหล่งเงินทุนหมุนเวียนต้นทุนต่ำแก่ผู้ประกอบการที่ขาดแหล่งเงินทุน หรือเงินกองทุนอุดหนุน เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำให้กับผู้ประกอบการ SMEs โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อการลงทุนในโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ สนับสนุนการจัดสรรเงินทุนระยะสั้นและระยะยาวให้กับผู้ประกอบการเพื่อไปศึกษาดูงาน หาความรู้ และสร้างองค์ความรู้แนวใหม่ เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาสินทรัพย์ต่อไปในอนาคต

---

## 7.2 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์รายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก 4 สาขา

### ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ – อุตสาหกรรมภาพยนตร์

สำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อส่งเสริมศักยภาพของคนไทย หรือเนื้อหาความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้อันเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยจำเป็นต้องพัฒนาปัจจัยแวดล้อม 4 ประการ คือ ด้านบุคลากร ด้านการตลาด ด้านความสามารถการเข้าถึงแหล่งทุน และด้านกฎระเบียบหรือระบบที่เอื้อต่อกระบวนการการทำงานของอุตสาหกรรม

#### ด้านการส่งเสริมบุคลากร (Creative Workers) ที่มีศักยภาพสูงต่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์

- ส่งเสริมการพัฒนาระบบการศึกษา และการบ่มเพาะทักษะแรงงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดภาพยนตร์และบริบทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการผลิตบุคลากรที่มีความสามารถสองด้าน ได้แก่ การมีความคิดสร้างสรรค์เชิงศิลปะ และการผลิตชิ้นงานเพื่อตอบสนองโจทย์เชิงพาณิชย์
- ส่งเสริมความร่วมมือกับระหว่างผู้ประกอบการภาพยนตร์รายย่อยและรายใหญ่ อาทิ เพื่อจัดตั้งสถาบันพัฒนา Creative Workers & Creative Intelligence ที่จะเป็นสถาบันการถ่ายทอดองค์ความรู้และการปฏิบัติงานจริงสำหรับผู้สร้างภาพยนตร์และผู้ประกอบการภาพยนตร์รุ่นใหม่
- จัดตั้งโครงการบ่มเพาะ (Incubation Center) เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรภาพยนตร์รุ่นใหม่ ทั้งในด้านการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางเทคโนโลยี องค์ความรู้และมีมือในการปฏิบัติงานจริง

#### ด้านการส่งเสริมการเข้าถึงแหล่งทุนจากผู้ประกอบการ

- จัดตั้งโครงการ หรือทำการจัดซื้อจัดจ้างเพื่อสนับสนุนภาพยนตร์ที่มีการประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อประเทศ อาทิ การสร้างภาพยนตร์เชิงสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการถ่ายทำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การสร้างมูลค่าจากสินทรัพย์พื้นบ้าน ความเป็นไทย และสถานที่ท่องเที่ยวสู่การพัฒนาเป็นเนื้อหาหรือองค์ประกอบภาพยนตร์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีจุดเด่น มีเนื้อเรื่อง (Story) ที่น่าสนใจและสามารถใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ได้
- จัดตั้งสินเชื่อหรือกองทุนกู้ยืมสำหรับผู้ประกอบการภาพยนตร์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้มีทุนตั้งต้นในการถ่ายทำภาพยนตร์ได้

---

### ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางการตลาดและธุรกิจ

- ส่งเสริมการวิจัยตลาด (Market Research and Analysis) เพื่อพัฒนาแนวทางการสร้างภาพยนตร์ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนดู และการวิจัยตลาดเพื่อขยายฐานสร้างกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่
- การรุกตลาดภาพยนตร์ในต่างประเทศ ซึ่งรวมไปถึงการวิจัยความต้องการของตลาดต่างประเทศโดยละเอียด การสร้างหน่วยงานสนับสนุนอย่างสถานทูตไทยเพื่อเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงการบริหารจัดการและการประชาสัมพันธ์
- สนับสนุนแหล่งกระจายภาพยนตร์ ทั้งในรูปแบบของการฉายที่โรงภาพยนตร์และสื่อทำซ้ำทั้งในและต่างประเทศเพื่อขยายช่องทางรายได้ของอุตสาหกรรมให้เพิ่มมากขึ้น
- การใช้เทคโนโลยีนำเสนอภาพยนตร์ที่ทำให้เกิดความได้เปรียบเชิงราคา อาทิ ประเทศลาวได้พลิกแพลงฉายภาพยนตร์บนกำแพงหลวงพระบาง หรือการนำฉายแบบ IMAX ที่มีค่าใช้จ่ายน้อยกว่า

### ด้านกฎระเบียบและข้อสนับสนุน

- ส่งเสริมการวิจัยตลาด (Market Research and Analysis) เพื่อพัฒนาแนวทางการสร้างภาพยนตร์ ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มคนดู และการวิจัยตลาดเพื่อขยายฐานสร้างกลุ่มผู้ชมรุ่นใหม่
- ลดหรือแก้ปัญหาการระเบียบที่ไม่เอื้ออำนวยต่อศักยภาพการแข่งขันและการเติบโตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยเฉพาะข้อบังคับด้าน censorship
- ควบคุมกระบวนการการออกสิทธิบัตรให้มีความสะดวก และรวดเร็วมากขึ้น
- สนับสนุนบทบาทของ Copyleft ซึ่งเป็นสัญญาอนุญาตต่างตอบแทน (Reciprocal licenses) หรือการมอบเสรีภาพในบางระดับเพื่อให้ผู้อื่นสามารถคัดลอก ดัดแปลง ปรับปรุง และจำหน่ายผลงานได้โดยมีเงื่อนไขว่าผู้กระทำซ้ำจะต้องเคารพเงื่อนไขลิขสิทธิ์บางประการที่ผู้เป็นเจ้าของงานต้องการคงรักษาไว้

### ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ – อุตสาหกรรมโฆษณา

สำหรับอุตสาหกรรมโฆษณา จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม 4 ประการเพื่อสร้างศักยภาพการแข่งขันและเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมโฆษณาของเอเชีย ปัจจัยดังกล่าวได้แก่ด้านบุคลากร ด้านการค้าการลงทุน ด้านกฎระเบียบ และด้านการตลาด โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



---

#### ด้านการส่งเสริมบุคลากร (Creative Workers) ที่มีลักษณะเป็น Global Citizen

- สร้างระบบการศึกษา และการฝึกฝนทักษะแก่บุคลากรที่ตอบสนองตลาดแรงงานของอุตสาหกรรมโฆษณาทั้งในและต่างประเทศ
- เน้นการปลูกฝังทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาในกลุ่มประเทศเอเชีย โดยเฉพาะจีนและญี่ปุ่น
- ปลูกฝังทัศนคติที่มีความรับผิดชอบต่อการทำงาน รวมถึงทัศนคติในการทำงานร่วมกับลูกค้าต่างประเทศและทัศนคติความกระตือรือร้นในการทำงานต่างประเทศ
- ลงทุนในองค์ความรู้และการเปิดโลกทัศน์สำหรับบุคลากร อาทิ สนับสนุนการเข้าร่วมประชุมสัมมนาหรือการรับชมนิทรรศการที่สำคัญในต่างประเทศ และสร้างโอกาสการเรียนรู้ใหม่ๆ จากทั้งในและนอกประเทศ

#### ด้านการเสริมสร้างประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนทางโฆษณา

- ลงทุนในองค์ความรู้ ทั้งการเพิ่มพูนความรู้ต่อบุคลากร การสร้างหน่วยงานสนับสนุนด้านองค์ความรู้และช่วยประสานการตลาดทั้งในและต่างประเทศ รวมไปถึงการจัดทำฐานข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการ ประชาชนและนักลงทุนสามารถเข้าถึงได้
- พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับกับการผลิต และการค้า การลงทุนในอุตสาหกรรมโฆษณา โดยเฉพาะการลงทุนในเทคโนโลยี และการลงทุนในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่มีความรวดเร็ว ครอบคลุมเพื่อให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงสื่อได้ และผู้ผลิตโฆษณาจะได้รับประโยชน์จากการทำงานระบบ Online & Real time ร่วมกับองค์กรในต่างประเทศ

#### ด้านกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน

- ปรับปรุงกฎระเบียบและข้อบังคับที่ไม่เอื้อต่อการสร้างเสริมศักยภาพของอุตสาหกรรมโฆษณา เช่น ด้านภาษี ด้าน censorship เป็นต้น
- ส่งเสริมการตรวจสอบและการกำหนดบทลงโทษ ต่อผู้โฆษณาเกินจริงและผู้ละเมิดกฎหมายทางลิขสิทธิ์อย่างจริงจัง

---

ด้านการส่งเสริมความเข้มแข็งทางการตลาดและธุรกิจ และสร้างค่านิยมต่อการจ้างงานการผลิต  
โฆษณา (Production House) ของประเทศไทย

- ขยายบทบาทของอุตสาหกรรมโฆษณาไทย จากการรับเป็นผู้อำนาจเพียงอย่างเดียว สู่การเป็นผู้คิดและผู้ถ่ายทำเพื่อส่งออกโฆษณาสู่ต่างประเทศ
- จัดทำการสำรวจและวิเคราะห์ตลาดเพื่อวิจัยความต้องการตลาดอย่างลึกซึ้งในแต่ละท้องถิ่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- ปลุกฝังทัศนคติการทำงานในองค์กรให้สามารถประสานงานร่วมกับชาวต่างชาติได้
- ให้ความรู้ผู้ชมและขยายฐานผู้ชมต่อการบริโภคสื่อสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศ
- ให้ทุนหรือช่วยสนับสนุนรายการโฆษณาสร้างสรรค์หรือรายการที่มีคุณค่าต่อสังคม เนื่องจากรายการเหล่านี้มักประสบปัญหาการขาดแคลนแหล่งทุนและไม่ได้รับรายได้ที่เพียงพอ

**ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ – ธุรกิจให้บริการสถาปัตยกรรม**

สำหรับธุรกิจให้บริการสถาปัตยกรรม จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม 4 ประการได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมองค์ความรู้และนวัตกรรม ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ด้านการส่งเสริมบุคลากร (Creative Workers) ที่มีศักยภาพทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

- ปรับปรุงระบบการศึกษาเสริมสร้างบุคลากรที่มีทักษะตอบสนองต่อความต้องการแรงงานจากสถาบันทุกระดับ อาทิ การส่งเสริมกระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์ กระบวนการเฝ้าหาความรู้จากบทเรียนทั้งในและต่างประเทศ การใช้ทักษะภาษาต่างประเทศ วัฒนธรรมการทำงานในองค์กรและการทำงานกับชาวต่างชาติ
- ปรับปรุงภาพลักษณ์และคุณภาพของอาชีพวิชาชีพ เพื่อพัฒนาบุคลากรมีฝีมือในตลาด มีทัศนคติในการทำงานที่ดี และเป็นที่ยอมรับจากผู้ประกอบการในการทำงานร่วมกัน
- จัดระบบส่งเสริมอาชีพและความมั่นคงของอาชีพสถาปนิก ที่จะได้รับค่าตอบแทนและแรงจูงใจหากผลงานมีคุณภาพ มีนวัตกรรม มากกว่าการทำงานที่มีข้อจำกัดทางราคา

### ด้านการสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรม

- จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ วิจัย และพัฒนา (Research and Development Institute) ทางสถาปัตยกรรม ที่มีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสถาปัตยกรรมอย่างต่อเนื่อง มีผลการค้นคว้าเทคโนโลยีในรูปแบบใหม่ๆ มีการศึกษาแม่แบบที่ดีจากทั้งในและต่างประเทศ มีการสร้างโมเดลจำลองเสมือนจริง (Simulation) ที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ อย่างไม่หยุดยั้ง และเป็นพื้นที่สำหรับกิจกรรมการเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ สำหรับสถาปนิกและบุคคลทั่วไป
- ลงทุนในองค์ความรู้ ฐานข้อมูล และเทคโนโลยีทางสถาปัตยกรรม โดยเปิดให้สถาปนิกทุกคนสามารถเข้าถึงได้
- จัดกิจกรรมส่งเสริมการดูงานแลกเปลี่ยนความรู้ทางสถาปัตยกรรมร่วมกับต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายฐานความรู้และสร้างเครือข่ายองค์ความรู้ทางสถาปัตยกรรม

### ด้านการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ในระดับนานาชาติ

- ร่วมมือกับกรมส่งเสริมการส่งออกและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ จัดตั้งนิทรรศการสถาปัตยกรรมระดับนานาชาติ โดยมีการจัดแสดงผลงานยอดเยี่ยมของสถาปนิกไทย ผลการศึกษาวิจัยเชิงนวัตกรรมและเทคโนโลยีสร้างสรรค์ การจัดทำโมเดลและสถานการณ์จำลอง การเสวนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ การเฟ้นหาสถาปนิกผู้มีความสามารถเพื่อการสร้างเครือข่ายและติดต่อจ้างงานภายในนิทรรศการโดยตรง โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์นิทรรศการดังกล่าวต่อเครือข่ายสถาปนิกทั่วโลก

### ด้านกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน

- ทบทวนกฎระเบียบหรือข้อบังคับที่เป็นอุปสรรคต่อศักยภาพการแข่งขันของสถาปนิกไทย เช่น กฎระเบียบด้านค่าตอบแทนของสถาปนิกที่ถูกจำกัดไว้ที่ร้อยละ 1.75 เป็นต้น

### ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์ – อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

สำหรับอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ที่รวมถึงอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ด้านเกมและแอนิเมชันนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาปัจจัยแวดล้อม 4 ประการได้แก่ด้านบุคลากร ด้านเทคโนโลยี ด้านความเข้มแข็งทางตลาด และด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

---

### ด้านการส่งเสริมบุคลากร (Creative Workers) ที่มีศักยภาพทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

- ปรับปรุงระบบการศึกษาเสริมสร้างบุคลากรที่มีทักษะตอบสนองต่อความต้องการแรงงาน โดยเฉพาะการปลูกฝังทักษะเพื่อเป็นบุคลากรที่มีศักยภาพ ได้แก่ ทักษะทางคณิตศาสตร์และการเขียนโปรแกรม ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ทักษะความเข้าใจในการบวนการทำงานทางธุรกิจซอฟต์แวร์และดิจิทัล คอนเทนต์ และทักษะการสื่อสารทำงานร่วมกับผู้อื่น
- ปรับปรุงระบบการเรียนการสอนให้พัฒนาบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Mindset) และสามารถถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์นั้นสู่การปฏิบัติจริงได้ (Implementation) อาทิ การวางพลอตเรื่องราว การใช้คอมพิวเตอร์กราฟฟิก การใช้เทคนิคสามมิติ เป็นต้น

### ด้านการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมทางเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมศักยภาพ

- สนับสนุนการเข้าถึงเทคโนโลยีที่มีศักยภาพ และซอฟต์แวร์ราคาถูกลงเพื่อเป็นวัตถุดิบในสื่อการเรียนการสอน และการทำงานในเบื้องต้น
- สนับสนุนการลงทุนในโครงสร้างปัจจัยพื้นฐาน ฐานข้อมูล องค์ความรู้ และนวัตกรรมทางซอฟต์แวร์เพื่อสร้างความสะดวก รวดเร็ว และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การทำงาน เช่น การลงทุนในระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง การสร้างฐานข้อมูลซอฟต์แวร์ การแสดงผลงานซอฟต์แวร์และเปิดให้บุคคลทั่วไปสามารถทดลองใช้บริการได้ เป็นต้น

### ด้านการสร้างความเข้มแข็งทางการตลาด

- ร่วมมือกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ที่สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจอื่นๆ ร่วมกันได้และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรม อาทิ การร่วมมือกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อจัดทำระบบซอฟต์แวร์การท่องเที่ยวแบบ Simulation ให้แก่ผู้ใช้บริการ หรือการร่วมมือกับอุตสาหกรรมดนตรีเพื่อสร้างประสบการณ์ทางดนตรีแบบใหม่ หรือแม้แต่การร่วมมือกับวงการแพทย์เพื่อจัดทำระบบข้อมูลการดูแลผู้ป่วยรายบุคคล (Personalized Health Care Data System) เป็นต้น
- สร้างอุปสงค์การจัดซื้อจัดจ้างซอฟต์แวร์ไทยจากหน่วยงานภาครัฐ โดยสนับสนุนให้เกิดระบบการจ้างงานองค์กรซอฟต์แวร์ของคนไทย การผลิตผลิตภัณฑ์ซอฟต์แวร์ไทย และสนับสนุนให้คนไทยใช้ซอฟต์แวร์ดังกล่าว เป็นต้น

---

### ด้านกฎระเบียบเพื่อส่งเสริมศักยภาพการแข่งขัน

- บังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเคร่งครัดเพื่อสร้างบรรยากาศการลงทุนในอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์จากผู้ประกอบการต่างชาติ
- ในกรณีที่เผชิญข้อจำกัดการบังคับใช้กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา อาจมีการใช้ทางเลือกอื่นๆ เช่น บทบาทของการใช้ Copyleft (อนุสัญญาต่างตอบแทน) หรือ Creative Commons ที่อนุญาตให้สินทรัพย์ถูกนำไปใช้ ดัดแปลง แก้ไขได้ ภายใต้เงื่อนไขบางประการของผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์
- สร้างระบบการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาที่สะดวก รวดเร็ว

จากข้อเสนอแนะทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ข้อเสนอสำหรับยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์นั้นมุ่งเน้นการส่งเสริมปัจจัยแวดล้อมที่จำเป็นสำหรับการทำงาน (Function) ของห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่เป็นที่มาของความสร้างสรรค์ โดยเฉพาะด้านบุคลากร ฐานข้อมูล องค์ความรู้ เทคโนโลยีการผลิตที่ส่งผลต่อการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความสร้างสรรค์โดยตรง และการให้ความสำคัญกับปัจจัยสมรรถภาพในการแข่งขันภายในตลาดและกฎระเบียบที่ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพทางธุรกิจให้ครบถ้วนยิ่งขึ้น

สำหรับการดำเนินการในอนาคต หากมีการเพิ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของประเทศไทย หรือการจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมเพิ่มเติม ที่ปรึกษาขอแนะนำให้มีการศึกษาข้อมูลทั้งในเชิงปฐมภูมิ (การเก็บข้อมูลสมรรถภาพและความต้องการของอุตสาหกรรมโดยตรงจากผู้ประกอบการ) การเก็บข้อมูลเชิงทฤษฎี (การเก็บข้อมูลเชิงสถิติทั้งรายมหภาคและรายอุตสาหกรรม) และมีการวิเคราะห์ข้อมูลสถานะของตลาดในเชิงลึก รวมถึงการจัดประชุมกลุ่มย่อยหรือการระดมความคิดเห็นจากผู้ประกอบการร่วมกัน เพื่อสร้างนโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ที่ตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรมและนำไปสู่ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศไทยอย่างแท้จริง