

๑ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ที่นำหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ จึงอาจเกิดคำถามขึ้นว่าแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งดูเหมือนเป็นการดำเนินงานภายใต้ทุนนิยม จะขัดแย้งกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงหรือไม่ หากตอบได้ภายในเล่ม

ปัจจุบันแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์ผลงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นที่ยอมรับจากหลายประเทศทั่วโลก ในการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น มีคุณภาพสูง ประเทศต่างๆ จึงให้ความสำคัญกับ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการด้วยความคิดสร้างสรรค์ ในฐานะที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่ ดังเช่นประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นต้นแบบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศอิตาลี ที่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากมาย และประเทศเกาหลี ซึ่งใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงวัฒนธรรมผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์ และการท่องเที่ยว

สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย วารสารฯ ฉบับนี้ จะนำเสนอตั้งแต่ความเป็นมา ศักยภาพ โอกาส ปัจจัยสนับสนุน และแนวทางการดำเนินการสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่รัฐบาลปัจจุบันได้ให้ความสำคัญในลำดับสูง และมีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเชียงใหม่

ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีมรดกทางวัฒนธรรมเก่าแก่มากมายที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ร่วมกับเทคโนโลยีและความรู้สมัยใหม่ นำมาต่อยอดให้เป็นสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะตัว สอดคล้องความต้องการของตลาดโลกได้ดี นับว่าได้เปรียบประเทศอื่นๆ และสามารถกำหนดแนวทางในการสร้างความเข้มแข็งของวัฒนธรรมไทยให้เป็นฐานที่มั่นคงของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พร้อมทั้งยกตัวอย่างการต่อยอดวัฒนธรรมไทยให้เป็นสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพสูง สามารถต่อยอดไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ง่าย

วารสารฯ ฉบับนี้ยังได้นำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยในด้านอื่นๆ อาทิ ทรัพย์สินทางปัญญาที่คุ้มครองการสร้างนวัตกรรม การดำเนินโครงการศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การดำเนินการของคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11

คณะที่ปรึกษา

เลขาธิการฯ นายอาคม เติมพิทยาไพสิฐ

รองเลขาธิการฯ

นางเพ็ญจา อ่อนชิต
นางสุวรรณี คำมั่น
นายปรเมธี วิมลศิริ
นายชาญวิทย์ อมตะมาหาชาติ
นายธานีรัตน์ ผะเอน
นางสาวดาวัลย์ คำภา

ที่ปรึกษาด้านนโยบายและแผนงาน

นางนิตยา กมลวาทินศา
นางชุดินาฏ วงศ์สุบรรณ
นายสมชาย คักดาเวคิอัส
นายภูมิใจ อัดตะนันท์
นางวนิดา มหากิจ
นางสาวสุมาลี เดชาอนุรักษ์กุล
นายไพโรจน์ โพธิ์วงศ์ (รักษาการ)

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวภาณี วัฒนา

บรรณาธิการผู้พิมพ์โฆษณา

นายวรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล

กองบรรณาธิการ

นางสาวประสพศรี รักความสุข
นางสาววิณา เตชะพนาด
นางภาณี ขนากิปรณ์
นางพวงแก้ว พรพิพัฒน์
นายสุชาติ ชะนะภัย
นางนิสวันต์ พิษณุดำรง
นายธีระพงษ์ มาลัยทอง
นางสาววิมลมาส ประยงค์ทรัพย์
นางสาววัชรีย์ พุ่มทอง
นางภัทรจิต จุมพล กอชโซลี

ฝ่ายจัดการ

นางธนรัชต์ ศุขอารีย์

ฝ่ายศิลปกรรมและภาพ

นายเนาวฤทธิ์ ฤทธิแปลก

ออกแบบและพิมพ์ที่

บริษัท สหมิตรพรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
โทร. 0-2903-8257-9

สารบัญ

บทบรรณาธิการ

สาระในเล่ม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ชัดแย้งหรือ สอดคล้อง?	4
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย	6
ทุนวัฒนธรรม : ภูมิทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์	13
การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย : กรณีศึกษาการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	19
เชียงใหม่ : บนหนทางแห่งการสร้างสรรค์	25
ถอดบทเรียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากต่างประเทศ	32
ทรัพย์สินทางปัญญา : แรงกระตุ้นสำคัญให้เกิดการสร้างสรรค นวัตกรรมใหม่	42
การตลาดเชิงวัฒนธรรมเกาหลีผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์และการ ท่องเที่ยว	38
โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์	45
รายงานความเคลื่อนไหวของ สศช.	46
ปกหน้าใน – หลังใน	

วัตถุประสงค์

เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้ง
แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศแก่สาธารณชนทั่วไป ตลอดจน
เป็นสื่อกลางในการรายงานความเคลื่อนไหว สถิติทางเศรษฐกิจและสังคม
ให้ผู้อ่านทราบข้อเท็จจริงอย่างถูกต้องกับสถานการณ์

โบราณ

บทความ ข้อคิดเห็นและข้อเขียนต่างๆ ในวารสารเศรษฐกิจและสังคมเป็น
ความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน มิใช่เป็นความเห็นของสำนักงานคณะ
กรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

บทความประจำฉบับ

- **เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง : ขัดแย้งหรือสอดคล้อง?** นำเสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ดำเนินการบนพื้นฐานของหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยพัฒนาและสร้างสรรค์อย่างมีสติ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก และทำอย่างพอประมาณ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน นำความรู้มาใช้สร้างรายได้ สามารถพึ่งตนเอง เกิดภูมิคุ้มกันในชีวิต
- **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลัฒ์ขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย** นำเสนอความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การระหว่างประเทศ และการกำหนดนิยามและขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย รวมทั้ง กล่าวถึง เจื่อนใจ ข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยที่ผ่านมา ทำให้ไทยต้องแสวงหาทางเลือกใหม่ที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพลวัตโลก โดยนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนา นอกจากนี้ บทความจะให้รายละเอียดสถานภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ตลอดจน ปัจจัยสนับสนุนแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ให้เห็นถึงโอกาสการยกระดับการพัฒนาประเทศโดยใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลัฒ์ขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า
- **ทุนวัฒนธรรม : ชุมทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์** ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยมีทุนวัฒนธรรมที่สะสมสืบทอดมายาวนาน ทั้งชนิดที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ อาทิ ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ภาษา อาหารไทย โบราณสถาน ความเชื่อ ทุนวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นชุมทรัพย์ล้ำค่าของไทยที่สามารถนำมาเชื่อมโยงต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มคุณค่าและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นแหล่งรายได้และเป็นพลัฒ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการพึ่งตนเอง บทความนำเสนอ ความหมายของทุนวัฒนธรรม ความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และโอกาสที่ท้าทายในการนำทุนวัฒนธรรมมาเป็นชุมทรัพย์ที่มีค่าในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- **การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** เป็นการให้ภาพกรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาให้เป็นสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย สามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน บทความนำเสนอความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และปัจจัยสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง
- **เชียงใหม่ : บนหนทางแห่งการสร้างสรรค์** กล่าวถึงการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้วยความพร้อมของเมืองที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมมายาวนาน ความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ในหลายด้าน ทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ สื่อศิลปะด้านภาพยนตร์และมัลติมีเดีย และศิลปหัตถกรรม จังหวัดเชียงใหม่จึงต้องเตรียมความพร้อมทั้งด้านกำลังคน และจัดเตรียมสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา รวมทั้งต้องอาศัยการประสานความร่วมมือระหว่างภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์

คอลัมน์พิเศษ

- **ถอดบทเรียนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากต่างประเทศ** นำเสนอการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักรและประเทศอิตาลีที่ประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย เนื่องจากประเทศสหราชอาณาจักรถือเป็นต้นแบบที่มีการดำเนินงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การจัดตั้งทีมงาน การจัดเก็บข้อมูลสถิติการจัดตั้งกลไกขับเคลื่อนการดำเนินงานนโยบายในระดับ สำหรับประเทศอิตาลีมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความใกล้เคียงกับประเทศไทยหลายประการ อาทิ ขนาดของประเทศ ความเป็นมาอันยาวนาน วัฒนธรรมที่เก่าแก่และหลากหลาย
- **การตลาดเชิงวัฒนธรรมเกาหลีผ่านทางดนตรี ภาพยนตร์ และการท่องเที่ยว** กล่าวถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีที่ส่งเสริมธุรกิจการส่งออกสื่อ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ดนตรี ที่สอดแทรกเนื้อหาด้านวัฒนธรรมของตนเอง จนกลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้และความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของเกาหลี ทั้งยังส่งอิทธิพล “กระแสเกาหลี” ไปยังคนรุ่นใหม่ทั่วโลก ทั้งในด้านตัวคน สินค้าประเภทต่างๆ แฟชั่น การแต่งกาย อาหาร ภาษา รวมทั้งความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลี ปรากฏการณ์นี้ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนอย่างรอบด้าน และได้รับการทุ่มเทสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง

ข้อมูลความรู้

- **ทรัพย์สินทางปัญญา : แรงกระตุ้นสำคัญให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่** นำเสนอเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นแรงกระตุ้นและปกป้องการสร้างนวัตกรรม โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ และเครื่องหมายการค้า
- **โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์** สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศสข.) ภายใต้สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้ (สปร.) ดำเนินโครงการศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อกำหนดกรอบความคิด วิเคราะห์เชิงลึก ตลอดจนกำหนดยุทธศาสตร์และผลักดันสู่การปฏิบัติ
- **ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์** กล่าวถึงผลการดำเนินงานของคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ และการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจพอเพียง :

ขัดแย้งหรือสอดคล้อง?

ปิยะนิตย์ โอนพรตันวิบูล *

บทนำ

รัฐบาลชุดปัจจุบันได้แถลงแนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศ แต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาบนพื้นฐาน “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ทำให้หลายท่านเกิดข้อกังขาว่า ทั้งสองแนวทางนี้ขัดแย้งกันหรือไม่ ความสับสนที่เกิดขึ้นนี้อาจเนื่องมาจากทั้งสองแนวทาง มี คำว่า “เศรษฐกิจ” เป็นคำร่วม คำว่า “เศรษฐกิจ” พูดย่างๆ เป็นเรื่องเกี่ยวกับปากท้อง การทำมาหากิน ส่วน “ความพอเพียง” หมายถึง ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีระบบภูมิคุ้มกันในตัวที่ดีพอสมควรต่อผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงจากภายในและภายนอก โดยอาศัยความรู้ ความรอบคอบ และความระมัดระวังในการนำวิชาการมาใช้ในการวางแผนและการดำเนินการทุกขั้นตอน¹ กล่าวง่ายๆ เป็นการดำเนินชีวิตอย่างมีสติ สำหรับ “ความคิดสร้างสรรค์” หมายถึง การสร้างความคิดใหม่ๆ บนฐานความคิดเดิม หรือแนวคิดใหม่ ที่จะเกิดจากจินตนาการและพรสวรรค์



เมื่อนำเรื่อง “เศรษฐกิจ” ผนวกเข้าในแนวคิดทั้งสอง “เศรษฐกิจพอเพียง” จึงเป็นเรื่องของการใช้เหตุผลและสติในการดำรงชีพ “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาและบริหารประเทศตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 เป็นแนวทางการดำเนินชีวิตของคนไทย เริ่มจากระดับปัจเจกบุคคลที่ต้องสามารถ “พึ่งตนเอง” ให้ได้ก่อน โดยรู้จักประมาณตน ประมาณศักยภาพของตน เพื่อใช้ศักยภาพของตนอย่างเต็มที่ อย่างรอบคอบ ระมัดระวัง ต้องสร้างพื้นฐานความเป็นอยู่ของตนให้พอมี

พอกิน พอใช้ก่อน เมื่อพัฒนาตนให้เข้มแข็งแล้ว จึงขยายวงกว้างสู่ครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศต่อไป ขณะที่ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นการใช้ความคิดมาพัฒนาสิ่งใหม่ๆ สินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อเพิ่มรายได้ในการยังชีพ “นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นแนวทางที่รัฐบาลกำหนดสำหรับพัฒนาประเทศ โดยมุ่งนำองค์ความรู้ ความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ไปพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

หลายท่านอาจคิดว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดทุนนิยม ที่ส่งเสริมการบริโภคนิยมให้คนสะสมทรัพย์สินมากมายเกินตัว เมื่อมีทรัพย์สินมากขึ้นก็จะบริโภคมามากขึ้นด้วย เป็นแนวทางที่ขัดกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หากพิจารณาให้ถ่องแท้แล้ว เศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้ขัดแย้งกัน ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงไม่ได้จำกัด “การสร้างสรรค์” ไม่ได้ปฏิเสธระบบเศรษฐกิจต่างๆ รวมทั้งระบบเศรษฐกิจเสรีและทุนนิยม อีกทั้งไม่ได้ปฏิเสธการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงในกระแสโลกาภิวัตน์ ไม่ใช่

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร? เมษายน 2550



ว่าพอเพียงแล้ว พัฒนาไม่ได้ เพียงแต่เราต้องพัฒนาและสร้างสรรค์อย่างมีสติ รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก และไม่ทำเกินตัว เพื่อให้สามารถหาเลี้ยงปากท้องได้ ดังคำของ ดร. วิจิต สุรพงษ์ชัย ประธานกรรมการบริหารธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวว่า “...มีความเข้าใจกันผิดว่าเศรษฐกิจพอเพียง อย่าชวนขวยมาก อย่าทะเยอทะยาน ทำเพียงเท่านี้ อย่าคิดไกลเลย จะพากันลงเหว แต่พอเพียง คือ พอเพียงตามศักยภาพ และเราต้องเพิ่มศักยภาพของเราขึ้นเรื่อยๆ ทำตามศักยภาพของเรา ถ้ามี 100 ทำ 100 มี 120 ไม่ใช่ 200 ไม่ใช่โลกถ้าอยากได้มาก ทำให้มากขึ้น ไม่ใช่อยากเฉยๆ แต่ต้องปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น...”²

ดังนั้น นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถดำเนินไปบนพื้นฐานของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน และนำศักยภาพ

และความรู้ของคนมาใช้อย่างรอบคอบและมีสติ เมื่อปัจเจกบุคคลนำศักยภาพและความคิดสร้างสรรค์ที่มีอยู่ไปสร้างสรรค์พัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณค่าและคุณภาพมากขึ้น จะสามารถสร้างรายได้เพื่อยังชีพให้แก่ตนและครอบครัวมากขึ้น ก็จะทำให้สามารถพึ่งตนเองได้ และมีสินทรัพย์ส่วนเกินที่นำไปออม เป็นภูมิคุ้มกันเมื่อเกิดภาวะวิกฤติที่อาจเกิดขึ้นได้ ส่วนที่เหลือมากกว่านั้นก็สามารถนำไปช่วยเหลือผู้อื่นได้ ช่วยเหลือผู้ที่ด้อยโอกาสหรือด้อยศักยภาพกว่า และสร้างสรรค์คุณค่าที่ดีแก่ชุมชนและสังคมต่อไปได้ ฉะนั้น การดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงก็จะไม่ใช่เป็นการพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานการละโมภโลภมากหรือเห็นแก่ตัว หากเป็นการพัฒนาบนพื้นฐานการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เพื่อช่วยเหลือคนที่ด้อยกว่า และพัฒนาสังคมให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ★ ★ ★

เอกสารอ้างอิง

โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง, มุมวิชาการ “ทัศนคติเกี่ยวกับการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ใหญ่ท่านต่างๆ ฝากไว้ให้เราคิด” (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.sufficiencyeconomy.org/technique-detail.php?> สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2553

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, เศรษฐกิจพอเพียงคืออะไร? เมษายน 2550

² โครงการวิจัยเศรษฐกิจพอเพียง, มุมวิชาการ “ทัศนคติเกี่ยวกับการขับเคลื่อนปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของผู้ใหญ่ท่านต่างๆ ฝากไว้ให้เราคิด” เข้าถึงได้จาก (ออนไลน์) <http://www.sufficiencyeconomy.org/technique-detail.php?id=41>

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทย

พวงแก้ว พรพิพัฒน์*

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดใหม่ในการสร้างรายได้จากการใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผ่านการค้าและลิขสิทธิ์ในทรัพย์สินทางปัญญา บนพื้นฐานขององค์ความรู้ และการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม รวมทั้งการใช้เทคโนโลยี/นวัตกรรมที่ทำให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เป็นคำที่ใช้กันมากในปัจจุบันและอาจสร้างความสงสัยให้ผู้คนจำนวนไม่น้อย ปัจจุบันการกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีหลากหลาย ขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง ความหมายง่ายๆของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งนิยามโดย John Howskins เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ส่วนความหมายที่กำหนดโดยองค์การระหว่างประเทศ ได้แก่

- องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (UNCTAD : United Nations Conference on Trade and Development) ให้ความหมายว่าเป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์

- องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO : World Intellectual Property Organization) ก็ให้ความหมายเป็นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะ ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้องใช้ความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำให้ขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้น หรือผ่านกระบวนการผลิต และเน้นการปกป้องผลงานผ่านลิขสิทธิ์

- องค์การยูเนสโก (UNESCO : United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) ได้ให้ความหมายว่าเป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารถในการสร้างงาน และความมั่งคั่ง โดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ประเทศไทยได้กำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยอ้างอิงจาก UNCTAD และ UNESCO ที่ให้ความหมายว่าเป็นแนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบนฐานความรู้และวัฒนธรรม ผสมผสานเอกลักษณ์ความเป็นไทย ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์และครอบคลุมกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศได้เป็นอย่างดี ประเทศไทยได้นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเบื้องต้นว่า

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็น แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรม”

การจัดกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เป็น 4 กลุ่มหลัก 15 กลุ่มย่อย เพื่อประโยชน์ในการวัด

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

* ขอขอบคุณ ดร.ปิยนุช วุฒิสอน. นักวิเคราะห์นโยบายและแผนเชี่ยวชาญ. สำนักงานประสานความร่วมมือระหว่างประเทศ. และ ดร.ปิยนิตย์ โอนพรัตน์วิบูล. นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ. สำนักพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ สศช. ที่ให้การอนุเคราะห์ข้อมูล

ขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย และสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย¹ ดังนี้

- **มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ** ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ งานฝีมือ/หัตถกรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ความหลากหลายทางชีวภาพ
- **ศิลปะ** ประกอบด้วย 2 กลุ่มย่อย ได้แก่ ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
- **สื่อ** ประกอบด้วย 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี
- **งานสร้างสรรค์และออกแบบ** ประกอบด้วย 5 กลุ่มย่อย ได้แก่ การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

ทำไมต้องเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจไทยปี 2552 เผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจจากการหดตัวของกำลังซื้อในประเทศต่างๆ ทำให้การส่งออกและการท่องเที่ยวลดลง รวมทั้งมีผลกระทบต่อเนื่องทำให้ภาคการผลิตหดตัว เลิกจ้างงาน ขณะที่การปรับโครงสร้างการผลิตและบริการในระยะที่ผ่านมายังไม่ประสบผลสำเร็จ

1. เจื่อนไขและข้อจำกัด ประเทศไทยเป็นระบบเศรษฐกิจเปิดที่พึ่งเศรษฐกิจต่างประเทศ โดยเฉพาะการส่งออกที่สูงถึงร้อยละ 71.9 ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และการส่งออกเป็นปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจไทยสูง เห็นได้จากวิกฤตทางการเงินของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ลุกลามไปทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ จากปี 2550 ที่ขยายตัวร้อยละ 4.9 เป็นร้อยละ 2.5 ต่อปี ในปี 2551 เป็นผลจากตัวชี้วัดภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวอย่างต่อเนื่องถึงต้นปี 2552 อาทิ ดัชนีผลผลิตอุตสาหกรรม การใช้กำลังการผลิตในภาคอุตสาหกรรม ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน มูลค่าการส่งออก และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ การส่งออกสินค้าของไทยยังพึ่งพิงปัจจัยการผลิตด้านแรงงานและการลงทุนจากต่างชาติเป็นสำคัญ สินค้าส่งออกอันดับต้นๆ เป็นกลุ่มคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน ยานยนต์และชิ้นส่วน ที่ชาวต่างชาติเป็นผู้ลงทุนหลัก ขณะที่ประเทศไทยได้ประโยชน์เพียงมูลค่าเพิ่มจากค่าจ้างแรงงานหรือการเป็นผู้รับจ้างผลิตที่ไม่มีเทคโนโลยีเป็นของตนเอง

ตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาคงที่ ปี 2531

	2549	2550	2551	2552	2553
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP)	4,054.5	4,259.0	4,364.8	4,263.1	3,408.3
อัตราการขยายตัว (%)	5.1	5.0	2.5	-2.3	9.3
ภาคเกษตรกรรม	365.4	369.7	385.2	390.3	259.1
อัตราการขยายตัว (%)	5.0	1.2	4.2	1.3	-1.4
สัดส่วนภาคเกษตรกรรมต่อ GDP (%)	9.0	8.7	8.8	9.2	7.6
นอกภาคเกษตรกรรม	3,689.0	3,889.2	3,979.6	3,872.7	3,149.1
อัตราการขยายตัว (%)	5.1	5.4	2.3	-2.7	10.3
สัดส่วนนอกภาคเกษตรกรรมต่อ GDP (%)	91.0	91.3	91.2	90.8	92.4

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ปี 2553 เป็นตัวเลขประมาณการ

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy). บริษัท พี.ซี.เพรส (บุญจีน) จำกัด. พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ขณะเดียวกัน บทบาทของภาคเกษตรกรรมที่ไทยมีศักยภาพและมีการใช้แรงงานสูงไม่สามารถรองรับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากสัดส่วนของภาคเกษตรกรรมเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอยู่ในระดับต่ำ ในปี 2549-2553 มีเพียงร้อยละ 8.7 ประกอบกับการแข่งขันทางการค้าที่ความได้เปรียบด้านราคาของไทยมีแนวโน้มลดลง ขณะที่ ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพภายใต้รัฐธรรมนูญปัจจุบัน ทำให้เกิดข้อจำกัดและความล่าช้าในการพัฒนาเศรษฐกิจ

2. การแสวงหาทางเลือกใหม่ การรักษาอัตรา
การเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เป็นเหตุสำคัญที่จะต้องมุ่งแสวงหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ เป็นการก้าวสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ผ่านการปรับเปลี่ยนจากสินค้าและบริการที่ใช้แรงงานและทรัพยากรสิ้นเปลือง ไปสู่สินค้าและบริการบนพื้นฐานนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผนวกกับเศรษฐกิจฐานความรู้ จะสามารถแก้ไขข้อจำกัดการพัฒนาที่เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศได้

3. ความเหมาะสมของแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” แนวคิดการพัฒนาในการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเพื่อยกระดับสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ ด้วยการนำแนวคิดเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่ใช้ความโดดเด่นเป็นคุณลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะของไทย ผนวกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม มาเป็นแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ ลดความเสี่ยงในการ

พึ่งการส่งออกอุตสาหกรรม และการลงทุนที่ชะลอตัวลง รวมทั้งเป็นการพัฒนาที่มุ่งให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจให้สามารถปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง มีภูมิคุ้มกัน และมีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น สิ่งสำคัญที่ต้องตระหนักว่า ความคิดสร้างสรรค์เพียงอย่างเดียวไม่ทำให้เกิดมูลค่า แต่ต้องนำไปใช้ในทางธุรกิจที่ถูกต้อง บนฐานของความรู้ และมีความเหมาะสม การสร้างมูลค่าและคุณค่าต้องอาศัยทักษะ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

การที่ประเทศไทยจะมุ่งให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจไทยจะต้องพิจารณาจากสถานะ ศักยภาพ และปัจจัยแวดล้อมของประเทศ ดังนี้

1. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) วัดมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในช่วงปี 2548-2552 สูงถึงร้อยละ 10.6 และขยายตัวทุกปี ยกเว้นปี 2552 ที่อัตราการขยายตัวติดลบร้อยละ 2.4 สาขาการออกแบบแฟชั่น และงานฝีมือและหัตถกรรมเป็นกลุ่มที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 9.3 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ รองลงมาเป็นสาขาการกระจายเสียง ธุรกิจการพิมพ์ ธุรกิจโฆษณา และสถาปัตยกรรม ตามลำดับ และในปี 2548-2552 มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ตารางที่ 2 มูลค่าของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สำคัญในปี 2548-2552

หน่วย : ล้านบาท

รายการ	2548	2549	2550	2551	2552
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ	7,092,893	7,844,939	8,525,197	9,080,466	9,041,551
งานออกแบบ	280,582	295,233	304,323	310,962	280,747
งานฝีมือและหัตถกรรม	222,250	244,140	274,469	303,477	326,051
แฟชั่น	198,464	208,825	209,348	212,611	198,118
ภาพยนตร์และวิดีโอ	1,856	1,547	1,495	1,578	1,572
การกระจายเสียง	45,988	52,837	52,604	57,560	59,487
ศิลปะการแสดง	522	552	585	607	620
ธุรกิจโฆษณา	15,523	16,420	16,827	17,715	16,651
ธุรกิจการพิมพ์	19,548	20,043	20,680	20,801	19,448
สถาปัตยกรรม	7,852	8,569	8,861	9,811	9,684
รวม	792,585	848,166	889,192	935,122	912,378
อัตราการขยายตัว (%)	7.0	7.0	4.8	5.2	-2.4
สัดส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (%)	11.2	10.8	10.4	10.3	10.1

ที่มา : สำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

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 ด้านขีดความสามารถในการส่งออกของไทย สามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก ในปี 2548 มีส่วนแบ่งในตลาดโลก ร้อยละ 1.3 จัดอยู่ในลำดับที่ 17 ของโลก และมีมูลค่าการส่งออกในปี 2549 ประมาณ 289,000 ล้านบาท

2. ศักยภาพของประเทศไทย ผลการศึกษา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สศช.ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ พบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยมีจุดแข็งด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ การมีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมสืบทอดกันมา ความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือหรือหัตถศิลป์ จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งทางทะเลและป่าไม้ การมีต้นทุนและค่าครองชีพต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศ และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีหลากหลาย อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนที่จะต้องแก้ไข/ปรับปรุงมีทั้งความต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนา การบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ระบบและการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ โครงสร้างพื้นฐานการวิจัยและพัฒนาที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

3. ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทยในเวทีโลก จำเป็นต้องมีการพัฒนาและสร้างเสริมปัจจัยต่างๆให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมทั้งการพัฒนาระบบฐานข้อมูลใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพรองรับภาคการผลิตสร้างสรรค์ พัฒนาระบบการดูแลและบริหารทรัพย์สินทางปัญญาให้มีประสิทธิภาพ อาทิ ออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตเชิงสร้างสรรค์ กฎระเบียบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกระบวนการบังคับใช้ที่มีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมที่สนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การสร้างนักสร้างสรรค์และแนวทางการประกอบอาชีพ เป็นต้น สร้างแหล่งเรียนรู้พัฒนาพื้นที่สาธารณะรูปแบบต่างๆ ให้เหมาะสมกับบริบทของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์ให้เป็นพื้นที่สำหรับนักคิดสร้างสรรค์ได้แสดงผลงานเชิงพาณิชย์ เป็นศูนย์รวมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การ

สร้างแรงบันดาลใจให้กับนักคิด ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดผลอย่างจริงจัง

4. การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้มีการจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (สปร.) ขึ้นในปี 2547 ที่ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพความคิดของประชาชนและเยาวชน ประกอบด้วย 5 ส่วนงาน ได้แก่ 1) อุทยานการเรียนรู้ (สอร.) เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่ทันสมัยในรูปแบบ “ห้องสมุดมีชีวิต” 2) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (สคบ.) เป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลการเรียนรู้ด้านการออกแบบเพื่อสร้างสินค้าใหม่หรือผลงานที่เป็นต้นฉบับ 3) สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ถ่ายทอดความรู้สาขาต่างๆ ผ่านนิทรรศการสร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่าเรื่อง 4) ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ของประเทศไทย (สวรส.) เป็นศูนย์กลางการจัดการองค์ความรู้ในด้านชีววิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ และ 5) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม) มีบทบาทหลักในการพัฒนาคุณธรรมจริยธรรม ในทุกภาคส่วนของสังคม



รัฐบาลปัจจุบัน (นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ) ผลักดันโครงการ “ไทยสร้างสรรค์ ไทยเข้มแข็ง (Creative Thailand)” หรือการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2555 เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจและเพิ่มการจ้างงานอย่างต่อเนื่อง ควบคู่การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2552 โดยประกาศ 12 พันธสัญญา ขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในภูมิภาคอาเซียน และเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากร้อยละ 12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เป็นร้อยละ 20 ภายในปี 2555 พร้อมทั้งผลักดันให้เป็นแก่นการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งจะเริ่มต้นในปี 2555

การขับเคลื่อนพันธสัญญาสู่ภาคปฏิบัติ รัฐบาลได้ออกระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อน

นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 จัดตั้งคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กศส.) โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน เพื่อเสนอแนะนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อคณะรัฐมนตรี พร้อมทั้งจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (สศส.) รับผิดชอบการเสนอแนะนโยบาย มาตรการ และกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อรัฐบาล การนำนโยบายของรัฐบาลไปสู่การปฏิบัติ การประสานงาน และติดตามดูแลการดำเนินงานของหน่วยงานเครือข่ายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ภายใต้การกำกับของคณะกรรมการบริหารสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กบศส.) ซึ่งมีรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายอลงกรณ์ พลบุตร) เป็นประธานกรรมการฯ และจัดตั้ง “กองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ” เพื่อสนับสนุน

ทุนหมุนเวียนให้ผู้ประกอบการ ตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจ ไปจนถึงการต่อยอดธุรกิจของภาคเอกชน โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพื่อขับเคลื่อนพันธสัญญาที่ 9 ของรัฐบาลภายใต้โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : โอกาสที่ท้าทายการยกระดับการพัฒนาประเทศและความสุขของคนไทย

ท่ามกลางข้อจำกัดการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมไทย ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงภายนอกที่เกิดการเคลื่อนไหวอย่างไร้พรมแดนของทุน ความรู้ สินค้าและบริการ การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยี การแข่งขันที่รุนแรง และภัยคุกคามอีกนานัปการ ขณะที่โครงสร้างเศรษฐกิจสังคมไทยเผชิญปัญหาข้อจำกัดทั้งด้านที่ด้านการผลิต

พันธสัญญาของรัฐบาลภายใต้โครงการไทยเข้มแข็ง

ด้านที่ 1 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- พันธสัญญาที่ 1 : จัดให้มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใน 6 เดือน
- พันธสัญญาที่ 2 : ปรับระบบการดูแลและการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ให้มีประสิทธิภาพสูงสุดทั้งระบบภายใน 6 เดือน
- พันธสัญญาที่ 3 : พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น ระบบ 3G, Fiber Optics, Broadband และ WiMAX

ด้านที่ 2 สร้างรากฐานและปลูกฝังความสามารถด้านการคิด และการสร้างสรรค์ในระบบการศึกษาไทย

- พันธสัญญาที่ 4 : เพิ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ในหลักสูตรการเรียนการสอน จัดให้มีวิชาเรียน ค่ายเรียน เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทรัพย์สินทางปัญญา ภายในปีการศึกษาหน้าเพื่อสร้างรากฐานด้านความคิดสร้างสรรค์ให้แก่ระบบการศึกษาไทย
- พันธสัญญาที่ 5 : สนับสนุนทักษะช่างเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบดีไซน์ ศิลปะแขนงต่างๆ รวมทั้งเพิ่มจำนวนบุคลากรและกำลังคนที่มีขีดความสามารถในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ด้านที่ 3 กระตุ้นให้ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- พันธสัญญาที่ 6 : ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ภายในพื้นที่โดยการต่อยอดภูมิปัญญาไทย
- พันธสัญญาที่ 7 : ยกย่องความสำเร็จของคนไทยที่มีผลงานความคิดสร้างสรรค์ที่ทำชื่อเสียงให้แก่ประเทศไทย และสนับสนุนโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสเมืองไทยเมืองนักคิด หรือนิยามวัฒนธรรมหรือศิลปะไทยต่อประชาคมโลก
- พันธสัญญาที่ 8 : จัดให้มีพื้นที่กิจกรรมและแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์ (Creative Zone) เพิ่มขึ้นในสถานที่ต่างๆ ทั้งในกรุงเทพฯ และส่วนภูมิภาค เช่น พื้นที่ทัศนศิลป์ (Visual Art Zone) พื้นที่ศิลปะการแสดง (Performing Art Zone) เพื่อเปิดกว้างให้นักคิด นักสร้างสรรค์นำเสนอผลงานสร้างสรรค์โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ด้านที่ 4 ส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- พันธสัญญาที่ 9 : จัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสนับสนุนแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อรองรับการเริ่มต้นธุรกิจจนถึงต่อยอดธุรกิจของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
- พันธสัญญาที่ 10 : จัดให้มีมาตรการส่งเสริมการลงทุนสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งแก้ไขปรับปรุงกฎหมาย และจัดให้มี พ.ร.บ. ส่งเสริมและสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะ เพื่อส่งเสริมการลงทุนและการต่อยอดทางธุรกิจของภาคเอกชน
- พันธสัญญาที่ 11 : ส่งเสริมด้านการตลาด กิจกรรมเชิงพาณิชย์และการส่งเสริมการส่งออกสินค้า หรือบริการสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยสู่ตลาดโลก
- พันธสัญญาที่ 12 : จัดสรรงบประมาณตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง 2553-2555 เพื่อวางรากฐานและขับเคลื่อนโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในวงเงิน 20,000 ล้านบาท

การขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติ ความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม การขาดแคลนแรงงานอันเนื่องจากการเป็นสังคมผู้สูงอายุ และปัญหาความเหลื่อมล้ำที่นำมาสู่ความขัดแย้งในสังคมไทย เป็นประเด็นท้าทายการพัฒนาประเทศในระยะต่อไป สะท้อนถึงความจำเป็นที่ต้องกำหนดยุทธศาสตร์นำประเทศให้หลุดพ้นจากข้อจำกัด ก้าวสู่การพัฒนาแบบก้าวหน้า มีการเจริญเติบโตที่มีคุณภาพ เกิดประโยชน์สุขต่อคนไทยทุกกลุ่มอย่างเท่าเทียม

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือใหม่ที่เป็นความหวังของสังคมไทยในการยกระดับการพัฒนาประเทศและทำให้คนไทยอยู่ดีมีสุขอย่างยั่งยืน การให้ความสำคัญกับการใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่คำนึงถึงศักยภาพ ความพร้อม การมีภูมิคุ้มกันผลกระทบต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ไม่ใช่การทำตามกระแสนิยมปัจจุบัน ที่มุ่งสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากโอกาสการเติบโตของสินค้าบริการเชิงสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ต้องคำนึงถึงอิทธิพลที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงลบต่อทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชน วัฒนธรรม และสังคม

การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทย ควรพิจารณา

❖ **สร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งบนฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง** จากการสร้างฐานเศรษฐกิจใหม่แทนการพึ่งอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก โดยใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ความได้เปรียบด้านอัตลักษณ์และคุณค่าของทุนวัฒนธรรมที่สะสมมานานและเลียนแบบได้ยาก มาต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการที่มีศักยภาพ รวมทั้งการวิจัยพัฒนาสร้างนวัตกรรมที่เหมาะสมได้ด้วยตนเอง โดยเน้นการสร้างคุณค่าและผลิตรายการให้กับสินค้าและบริการ เป็นหัวใจสำคัญที่ทำให้โครงสร้างการผลิตของประเทศเข้มแข็งและแข่งขันได้ นอกจากนี้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย โดยเฉพาะธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม รวมทั้งธุรกิจชุมชนที่มีทัศนคติและขีดความสามารถในการทำธุรกิจเชิงสร้างสรรค์พัฒนาธุรกิจให้เข้มแข็ง อาทิ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งด้านการออกแบบให้มีรูปแบบและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและคุณภาพมาตรฐานที่ได้รับการรับรอง การพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการสร้างสรรค์ที่ไทยมีศักยภาพทั้งขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกระบวนการทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ

นำไปสู่การปรับสมดุลระหว่างเศรษฐกิจและสังคมของคนเมืองกับชนบท ระหว่างภาคเศรษฐกิจในประเทศและระหว่างประเทศ เป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพ พึ่งตนเองมากขึ้น และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก

❖ **เกิดสังคมสร้างสรรค์และสงบสุข** เนื่องจากเงื่อนไขความสำเร็จของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถยืนหยัดอยู่ในโลกอนาคตได้อย่างมีความสุขทั้งในด้านการดำเนินชีวิตและในด้านการทำงาน สามารถปรับตัวให้รู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการพัฒนาระบบการรับรู้และการคิดอย่างเป็นระบบ ควบคู่ไปกับการพัฒนาจิตใจทั้ง 5 ด้าน ประกอบด้วย จิตแห่งวิทยาการ จิตแห่งการสังเคราะห์ จิตแห่งการสร้างสรรค์ จิตแห่งความเคารพ และจิตแห่งคุณธรรม **จิตแห่งการสร้างสรรค์ หมายถึง “การมีความคิดสร้างสรรค์ และคิดนอกกรอบ”** เป็นการเปิดรับมุมมองใหม่ๆ ทางความคิด และแนวทางการแก้ปัญหาต่างๆ ที่อยู่นอกกรอบความคิดเดิม บนฐานคิดและแนวทางปฏิบัติตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง นำมาสู่การเพิ่มศักยภาพพลเมืองไทยที่สามารถใช้คุณธรรมกำกับการใช้ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ในเรื่องที่ถูกต้อง เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ ยกระดับประชาชนทุกกลุ่มทุกพื้นที่ให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะในการคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการปรับใช้เทคโนโลยีในระดับที่เพียงพอต่อการเพิ่มผลิตรายการ และยกระดับรายได้ลดความแตกต่างระหว่างอาชีพและพื้นที่ ทำให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

❖ **สร้างเศรษฐกิจสังคมสีเขียว** เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งหรือเป็นปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมสีเขียว ตามแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่ยั่งยืน ไม่เบียดเบียนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เตรียมพร้อมรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจ การเพิ่มขึ้นของราคาอาหารและพลังงาน และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยอาศัยการคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ใช้ความรู้และภูมิปัญญา รวมทั้งต้องพึ่งการมีส่วนร่วมของทุกคน ในการพัฒนาระบบการผลิตที่ใช้ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตที่สะอาด เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีผลต่อการลดปรากฏการณ์เรือนกระจกซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของการเกิดโลกร้อน การอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และการสร้างสมดุลของระบบนิเวศ อาทิ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และการเลือกใช้พลังงานทดแทน บนฐานศักยภาพของพื้นที่ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งสู่สังคมคาร์บอนต่ำ

บทสรุป

การพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญในอนาคต จะต้องสร้างความพร้อมให้กับคนเป็นสำคัญ เนื่องจากหัวใจของเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนฐานขององค์ความรู้จากการเรียนรู้ และภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมา นำมาผสมผสานกับวัฒนธรรม แล้วนำมาผลิตเป็นสินค้าโดยใช้เทคโนโลยี/

นวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ลิขสิทธิ์เป็นเครื่องมือสำคัญในการปกป้องผลงาน อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ได้แก่ การผลิตบุคลากรที่มีความรู้และทักษะการคิดสร้างสรรค์ได้ทันความต้องการ การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์ กลยุทธ์กระตุ้นการค้าเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและโลก การลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา และการเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อลดช่องว่างระหว่างคนจน คนรวย และคนเมืองกับคนชนบท ต้องอาศัยความร่วมมือเป็นเครือข่ายจากฝ่ายต่าง ๆ ในสังคมทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมเดินหน้าพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจสังคมไทยอย่างจริงจัง ★ ★ ★

เอกสารอ้างอิง

เจริญชัย ไชยไพฑูริย์วงศ์. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) : สร้างสรรค์อย่างไรจึงไม่หลงทาง. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com> July 9, 2009

_____ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) : เสี่ยงสะท้อนอ่อนล้าจาก “ประเทศไทย” (ตอนจบ).. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com> July 31, 2009

_____ Creative Economy : บทสังเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ประเทศไทย (ตอนที่ 1). (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com> August 25, 2009

_____ Creative Economy : บทสังเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ประเทศไทย (ตอนที่ 2). เข้าถึง (ออนไลน์) <http://www.siamintelligence.com>

ดาฮีตาสา. Creative Economy : (ปฏิกริยา) เศรษฐกิจสร้างสรรค์สำคัญต่อการพัฒนาตลาดภายใน. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.siamintelligence.com> August 26, 2009

วรารักษ์ สามโกเศศ. Creative Economy (CE) : เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์. CERl : Creative Economy Research Initiative. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก มติชนออนไลน์

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy). โรงพิมพ์บริษัท พี.ซี. เพรส(บุญชิน)จำกัด. พฤษภาคม พ.ศ. 2552

_____ รายงานฉบับสุดท้ายโครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 24 มิถุนายน 2553

_____ (ร่าง)ทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 .เสนอคณะรัฐมนตรี ตุลาคม 2553

อาคม เติมพิทยาไพสิฐ. Thailand's Creative Economy เอกสารประกอบการบรรยายกิจกรรมปรับกระบวนการทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ณ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. วันที่ 26 มีนาคม 2553

Creative Thailand ,เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy): ยุทธศาสตร์ในการปฏิรูปประเทศไทย.(ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก www.creativethailand.org. October 2, 2010

_____ CreativeCity:ความงามท่ามกลางยุคสมัยที่ขัดแย้งวุ่นวาย.(ออนไลน์),เข้าถึงได้จากได้จากwww.creativethailand.org. September 25, 2010

_____ Creative Life เมื่อชีวิตไม่ได้เป็นเพียงแค่ “เครื่องจักร” ในการทำเงิน. (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก www.creativethailand.org. September 26, 2010

_____ Talent Management ยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย (Creative Economy) (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก www.creativethailand.org. September 28, 2010

Tom Fleming Creative Consultancy, UK. A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region, in cooperation with the Nordic Innovation Centre (NICe), (ออนไลน์)

ทุนวัฒนธรรม...

ยุทธวิธีของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นิสวันต์ พิษณุดำรง *



บทนำ

ประเทศไทยได้เปรียบอีกหลายประเทศในด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่หลากหลาย โดดเด่น และสืบทอดมายาวนาน หากนำมาต่อยอดและผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับองค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ จะทำให้ประเทศไทยสามารถผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะโดดเด่น มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง ยากที่จะเลียนแบบ “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่ไทยมีอยู่ จึงเปรียบเสมือนเป็นยุทธวิธีที่มีค่าในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยให้เป็นความหวังใหม่สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ทำความเข้าใจกับ “ทุนวัฒนธรรม”

ทุนวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินทางปัญญาที่สั่งสมสืบทอดกันมาและยังดำรงอยู่ เป็นสิ่งที่สังคมเห็นคุณค่า เป็นที่ต้องการ และสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ แบ่งเป็นหลายรูปแบบ เช่น แบ่งตามรูปลักษณะได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้ **ชนิดมีรูปลักษณะ** สามารถจับต้องได้ อาทิ อาหารพื้นถิ่น ชุดประจำชาติ วรรณกรรม และ **ชนิดไม่มีรูปลักษณะ** ไม่สามารถจับต้องได้ อาทิ ประเพณี ศาสนา ภาษา¹ หรือแบ่งตามการปรากฏของทุนวัฒนธรรมได้ 3 ประเภท เป็น **ทุนวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวคนหรือกลุ่มคน** อาทิ ความคิด จินตนาการ ความเชื่อ **ทุนวัฒนธรรมที่มีรูปลักษณะ** อาทิ ภาพวาด เครื่องมือ สิ่งก่อสร้าง และ **ทุนวัฒนธรรมที่มีความเป็นสถาบัน** เกิดจากการยอมรับของหลายฝ่าย เช่น สถาบันพระมหากษัตริย์ ประเพณีและ

กิจกรรมร่วมกันในสังคม² เป็นต้นนอกจากนี้ ทุนวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นสินค้ามีคุณ³ และไม่คงที่ เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี ยกตัวอย่างเช่น เดิมคนไทยมักทอผ้าใช้ในครัวเรือน เมื่อมีการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีการทอผ้า คนจึงซื้อเสื้อผ้ามาใส่แทนการทอด้วยตนเอง เป็นต้น

ทุนวัฒนธรรม เป็นทรัพยากรล้ำค่าของประเทศ สะท้อนเอกลักษณ์ของความเป็นชาติ รากฐานของการเสริมสร้างความสามัคคี และความมั่นคงของสังคมไทยที่สะสมสืบทอดมาจากประวัติศาสตร์อันยาวนาน ชาติไทยมีวัฒนธรรมที่เจริญรุ่งเรืองทั้ง ภาษา วรรณกรรม ศิลปกรรม นาฏศิลป์ ดนตรี โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นแบบแผนและวิถีชีวิตอันดีงามมาถึงปัจจุบัน เมื่อนำมา

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

¹ มหาวิทยาลัยศิลปากร โครงการโบราณคดีชุมชน (Thailand Community Archaeology Project) อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศศินทร์ (2550) เรื่องการสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม

² Pierre Bourdieu อ้างใน สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ชุดที่ 1 การสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2548)

³ สินค้ามีคุณ (Merit Goods) ในความหมายเชิงเศรษฐศาสตร์ หมายถึง สินค้าที่เมื่อทำการผลิตหรือบริโภคแล้ว ไม่เพียงสามารถสนองความต้องการของผู้ผลิตหรือผู้บริโภคเท่านั้น แต่ยังทำให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมด้วย เช่น การศึกษา นอกจากจะสนองความต้องการของครูผู้สอน คือได้รับค่าจ้าง และสนองความต้องการของผู้เรียน คือได้รับความรู้แล้ว ยังเกิดประโยชน์ต่อสังคมโดยรวม คือ ลดจำนวนคนไร้การศึกษาที่ไม่มีงานทำและตกเป็นภาระของสังคมได้

ประยุกต์สร้างสรรค์ร่วมกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เกิดเป็นสินค้าและบริการตอบสนองความต้องการของ ตลาด และวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลง ในปัจจุบัน ทุนวัฒนธรรมเหล่านี้จะเป็นพลังขับเคลื่อน เศรษฐกิจบนพื้นฐานการพึ่งพาตนเอง และส่งเสริม เศรษฐกิจท้องถิ่นให้เข้มแข็ง เชื่อมโยงสู่การสร้างคุณค่า ทางสังคม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในถิ่นเกิด การร่วม กันอนุรักษ์ ปกป้อง ทั้งยังสามารถนำระบบคุณค่าในสังคม ท้องถิ่นมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้เกิดมูลค่า เพิ่มทางเศรษฐกิจ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการ พัฒนาประเทศให้ยั่งยืน

จากทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

หลักการสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ผสมกับ จุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย เชื่อมโยงกับภาค การผลิตทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อย่างเป็น ระบบ เกิดเป็นสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น แตกต่าง และมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น

ทุนวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือน “แก่น” ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์⁴ และในแถบทวีปยุโรป ใช้ว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” แทนคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยใช้ในนัยที่แตกต่างกัน



กล่าวคือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเน้นการนำเสนอ คุณค่าในเชิงศิลปวัฒนธรรมของสินค้าและบริการ ขณะที่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะมุ่งความสำคัญไปที่มูลค่า เป็นตัวเงิน⁵ การพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทั้งผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าและการท่องเที่ยว หลายประเทศ ในยุโรปและเอเชียใช้แนวความคิดนี้ในการพัฒนาและ สร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศ ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรม

ทั้งในเชิงการอนุรักษ์และการนำวัฒนธรรมมาเป็นทุน เชื่อมโยงสู่การพัฒนาทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจในยุค โลกาภิวัตน์ เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและวัฒนธรรม นำมาซึ่งการหลั่งไหลของสินค้าและวัฒนธรรมจาก ประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง



ที่มา : มหาวิทยาลัยศิลปากร โครงการโบราณคดีชุมชน (Thailand Community Archeology Project) อ่างใน สตช. และ ศคินทร (2550) การสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม

การต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุน วัฒนธรรม เป็นการศึกษาวิเคราะห์สินค้าเพื่อดึงดูดเด่น ด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจมาปรับปรุง โดย อาศัยความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และเทคโนโลยี ที่เหมาะกับสินค้า แล้วสร้างค่านิยมเสริมเข้าไป ผ่าน กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ มีหลักการ สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ (1) การปรับปรุงรูปแบบของ สินค้าให้เหมาะสม มีความทันสมัย หรือออกแบบให้ เกิดความแปลกใหม่ น่าสนใจ แต่ยังคงเอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรม จะต้องศึกษาจุดเด่นของวัฒนธรรมและนำมา ปรับให้กลมกลืนสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ค่านิยม และวิถีชีวิตของสังคม (2) การสร้างตราสินค้า โดยสร้าง นวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์และเรื่องราว เป็นการหยิบยก เรื่องราวทางวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับสินค้านำเสนอ และ (3) ความตั้งใจ และทักษะด้านการบริหารจัดการ เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

⁴ อาคม เติมพิทยาไพสิฐ, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. Thailand's Creative Economy. เอกสารประกอบการบรรยายในกิจกรรมปรับ กระบวนทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

⁵ Creative Industries, Wikipedia (ออนไลน์), สืบค้นได้จาก http://en.wikipedia.org/wiki/creative_industries และ John Howkins, The Creative Economy: How People Make Money from Ideas, 2001

ตัวอย่างการต่อยอดสินค้าและบริการที่มาจากทุนทางวัฒนธรรม ได้แก่

- **ประเทศอังกฤษ** ส่งเสริมการเชื่อมโยงกิจกรรมสร้างสรรค์กับประวัติศาสตร์ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ เรื่องราวและวัฒนธรรมเกี่ยวกับราชวงศ์ การออกแบบดีไซน์ แฟชั่นของอังกฤษ และวัฒนธรรมเพลง โดยจัดตั้งสถาบันเพื่อดูแลระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง และส่งเสริมในระบบการเรียนการสอน
- **ประเทศเยอรมัน**ฟื้นฟูประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยการบูรณะอาคารสถานที่พิพิธภัณฑ์ที่เสียหายอย่างมากจากระเบิดในช่วงสงคราม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในเชิงประวัติศาสตร์ วิธีการบูรณะไม่เพียงแต่ฟื้นฟูให้กลับเป็นเหมือนเดิม แต่ได้สถาปนาของโลกมาบูรณะซ่อมแซมและปรับปรุงให้ดีกว่าเดิม โดยผนวกแนวคิดใหม่ๆ เข้าไปด้วย ทำให้พิพิธภัณฑ์กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งใหม่ของประเทศ
- **ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี** เร่งพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศโดยนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นจุดขาย สามารถนำเงินเข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล อาทิ วัฒนธรรมการรับประทานอาหารเกาหลี และการแต่งกายผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เป็นต้น

“
สินค้าและบริการ
จากทุนวัฒนธรรม
สร้างรายได้ให้ประเทศต่างๆ
และเชื่อมโยงเศรษฐกิจสังคมโลกเพิ่มขึ้น
ผ่านกระบวนการโลกาภิวัตน์
”

ในช่วงที่ผ่านมา ประเทศต่างๆ ทั่วโลกส่งออกสินค้าและบริการที่มาจากทุนทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน อาทิ สินค้าและบริการด้านมรดกทางวัฒนธรรมเพิ่มจาก 15,760 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2539 เป็น 26,692 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2548 หรือขยายตัวร้อยละ 5.4 โดยเฉพาะสินค้าในหมวดศิลปะและหัตถกรรมซึ่งเป็นสินค้าส่งออกหลักของอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศกำลังพัฒนา มีมูลค่าการส่งออกทั่วโลกเพิ่มจาก 17,707 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2543 เป็น 23,244 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2548 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1.3 หรือเพิ่มร้อยละ 6.5 ต่อปี สำหรับประเทศไทยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าศิลปะและหัตถกรรม 301 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2548 และอยู่ในอันดับที่ 8 ของประเทศกำลังพัฒนาทั้งหมด ประเทศจีนมีการส่งออกสูงเป็นอันดับ 1 มูลค่า 5,602 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 24.1 รองลงมาเป็นฮ่องกง ร้อยละ 9.8 และอินเดีย ร้อยละ 4.6 สะท้อนให้เห็นการเติบโตของสินค้าทุนวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เชื่อมโยงเศรษฐกิจสังคมโลกเข้าด้วยกันผ่านระบบการค้าระหว่างประเทศ

ความเคลื่อนไหวการใช้ทุนวัฒนธรรมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

รัฐบาลมุ่งเน้นผลักดันนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง ปี 2552-2555 รวมทั้งบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) เป็นกรอบการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับสินค้าและบริการ นำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้ให้ประเทศ

การขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมตามนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีกระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักในการนำความมั่งคั่งทางทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์ให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผลการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่ 1) การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับภาคและท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ในพื้นที่โดยการต่อยอดภูมิปัญญาไทย อาทิ โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน และโครงการบ่มเพาะวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ความรู้และสนับสนุนการต่อยอดทางธุรกิจ 2) ยกย่องความสำเร็จของคนไทยที่มีผลงานความคิดสร้างสรรค์ที่ทำชื่อเสียงให้กับประเทศชาติ และสนับสนุนโครงการต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระแสเมืองไทย เมืองนักคิด อาทิ โครงการศิลปินแห่งชาติ 3) จัดให้มีพื้นที่กิจกรรมและแสดงผลงานที่เกี่ยวข้องกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นทั้งในกทม. และส่วนภูมิภาค เพื่อเปิดกว้างให้นักคิดนักสร้างสรรค์นำเสนอผลงานโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย⁶ อาทิ โครงการเทศกาลศิลปวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ได้จัดทำเว็บไซต์วัฒนธรรมสรรค์สร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้น โดยใช้ชื่อ www.Creative

⁶ วารสารวัฒนธรรมไทย ปีที่ 48 ฉบับที่ 9 ประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2552

ตารางที่ 1 มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มสินค้าและบริการ	ปี 2539			ปี 2548			ปี 2539-2548
	มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	ร้อยละ ของมูลค่า อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ รวม	ร้อยละของ มูลค่าส่งออก รวมของสินค้า และบริการโลก	มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)	ร้อยละ ของมูลค่า อุตสาหกรรม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ รวม	ร้อยละของ มูลค่าส่งออก รวมของสินค้า และบริการโลก	อัตราการ เจริญเติบโต
อุตสาหกรรมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์รวม	227,451	100.00	-	424,427	100.00	-	6.4
สินค้าสร้างสรรค์รวม	189,214	83.18	3.50	335,494	79.04	3.21	6.0
บริการสร้างสรรค์รวม	38,237	16.82	2.87	88,933	20.96	3.50	8.8
สินค้าและบริการด้าน มรดกทางวัฒนธรรม	15,760	6.72	-	26,692	5.99	-	5.4
ศิลปะและหัตถกรรม	14,738	6.28	0.27	23,244	5.22	0.22	4.3
บริการด้านวัฒนธรรมอื่นๆ	1,022	0.44	0.08	3,448	0.77	0.14	12.9

ที่มา : องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development : UNCTAD)

CultureThailand.com เพื่อเป็นศูนย์กลางเผยแพร่การพัฒนาศักยภาพและบริการทางวัฒนธรรมที่เกิดจากการพัฒนาต่อยอดต้นทุนทางด้านวัฒนธรรมที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั่วประเทศ เว็บไซต์ดังกล่าวเป็นฐานข้อมูล และรูปภาพบรรจุนโยบายเกี่ยวกับองค์ความรู้ ผู้ประกอบการที่มีผลงานดีเด่น รายงานและผลงานวิจัย การแนะนำสินค้าทางวัฒนธรรมจากผู้ผลิตในท้องถิ่นต่างๆ กว่า 2,000 รายการทั่วประเทศ อาทิ งานหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย อาหารไทย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็นช่องทางสนับสนุนการพัฒนาสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น สินค้าทุกประเภทที่เผยแพร่ในเว็บไซต์จะได้รับการดูแลเรื่องลิขสิทธิ์ และมีการบูรณาการเชื่อมโยงกับเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

โอกาสที่ท้าทายของการนำทุนวัฒนธรรมมาเป็นชุมชนทรัพยากรในเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวโน้มของตลาดโลกในปัจจุบันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ประกอบกับเกิดกระแสวัฒนธรรมรากึ่ที่สะท้อนความเปราะบางของผู้คนต่อสภาพวิถีชีวิตในสังคมปัจจุบันที่เร่งรีบ สับสน ชัดแย้ง โดยเริ่มหันกลับมาให้ความสนใจกับการดำรงชีวิตแบบเรียบง่ายบนวิถีทางเลือกย้อนรอยอดีต อาทิ การเลือกบริโภคสินค้าทางวัฒนธรรม แพทย์ทางเลือก เมืองสร้างสรรค์ ทำให้สินค้า

และบริการทางวัฒนธรรมมีโอกาที่จะขยายตลาดกว้างขึ้น จึงเป็นโอกาสทองของไทยที่จะใช้ทุนวัฒนธรรมมาต่อยอดพัฒนาสินค้าและบริการให้เหมาะสมกับสภาพการค้าทางชีวิตในปัจจุบัน และตอบสนองความต้องการของประชาคมโลก โดยใช้จุดแข็งและศักยภาพของทุนวัฒนธรรมของประเทศที่มีจำนวนมากและหลากหลาย

“วัฒนธรรม” ของไทย จึงเปรียบเสมือนชุมชนทรัพยากรใหม่ที่สร้างเสริมต่อยอดเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการทำรายได้ให้ประเทศ ทดแทนแหล่งรายได้เดิมที่มาจากการผลิตสินค้าและบริการโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติและแรงงานราคาถูก ซึ่งนับวันจะลดความได้เปรียบลงไปเรื่อยๆ อีกทั้งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเนื่องจากประเทศอื่นๆ ไม่สามารถลอกเลียนแบบสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของไทยได้ สร้างโอกาสและอาชีพ ตลอดจนการกระจายผลประโยชน์และรายได้ในวงกว้าง ตั้งแต่ชุมชนไปจนถึงวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เนื่องจากทุนวัฒนธรรมฝังรากลึกในชุมชน มีเอกลักษณ์ และแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น

อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่จะนำทุนวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้โดดเด่นและแข่งขันได้ในตลาดโลก ได้แก่ คนไทยยังไม่ตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ของวัฒนธรรมไทยเท่าที่ควร ขณะที่ รัฐบาลแม้จะกำหนดให้การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายสำคัญ พร้อมทั้งจัดตั้ง

องค์กรรับผิดชอบโดยตรงและสนับสนุนการค้นคว้าวิจัยด้านวัฒนธรรมทั้งระดับชาติ ภาค และท้องถิ่น ส่งเสริมการนำเอาวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงกับกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหลายรูปแบบ เช่น ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน แต่ยังมีจุดอ่อน ที่สำคัญ ได้แก่ การทำงานส่วนใหญ่ขาดความร่วมมือ การทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการยังมีน้อย องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญและทำกิจกรรมส่งเสริมทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่วนใหญ่ยังคงทำบทบาทด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน⁷

การรักษาทุนทรัพย์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มั่นคง เพื่อเป็นทุนของประเทศที่ยั่งยืน เป็นเรื่องท้าทายการพัฒนาในระยะต่อไป โดยมีประเด็นที่ควรให้ความสำคัญ ดังนี้

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

2. การขับเคลื่อนทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต้องจัดทำยุทธศาสตร์และแนวทางผลักดันสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน ให้ความสำคัญกับทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ มีความพร้อมด้านองค์ความรู้และเทคโนโลยี วางระบบบริหารจัดการที่เหมาะสมตลอดห่วงโซ่อุปทาน การศึกษาวิจัยพฤติกรรมกรรมการบริโภคและกลุ่มผู้บริโภคเพื่อสร้างตลาดในประเทศที่สามารถบริโภคสินค้าวัฒนธรรมที่มีคุณภาพได้ ก่อนที่จะนำไปสู่การส่งออกในระยะต่อไป การพัฒนาฐานข้อมูลวัฒนธรรมและการจัดการองค์ความรู้

พร้อมทั้งวางระบบการติดตามประเมินผล ภายใต้กระบวนการทำงานเป็นเครือข่ายทั้งหน่วยงานส่วนกลาง ภูมิภาค ท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและกลุ่มประชาคม ตลอดจนพัฒนากฎหมาย ระเบียบการคุ้มครองลิขสิทธิ์ที่ชัดเจนและดำเนินการอย่างจริงจัง

3. ให้ความสำคัญกับการพัฒนามนุษย์ ทั้งการศึกษาวัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้ง และการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจและการบริหารจัดการยุคใหม่ โดยปลูกฝังความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมไทยตั้งแต่เด็กสอดแทรกการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอน สนับสนุนอาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนส่งเสริมศักยภาพและความรู้ในด้านความคิดสร้างสรรค์แก่ผู้ประกอบการทั่วไป โดยเฉพาะผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อพัฒนาและเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

4. อนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ใกล้จะสูญหาย โดยจัดให้มีเวทีหรือช่องทางในการถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาไทยจากรุ่นสู่รุ่นอย่างสม่ำเสมอ สร้างเครือข่ายวัฒนธรรมไทยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ พร้อมทั้งกำหนดมาตรการคัดกรองวัฒนธรรมจากภายนอก อาทิ มาตรการทางกฎหมาย มาตรการทางสังคม เพื่อให้เลือกรับแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์

บทสรุป

แม้ประเทศไทยจะมีจุดแข็งในเรื่องความหลากหลายของมรดกทางวัฒนธรรม แต่ยังมีข้อจำกัดในด้านการคิดสร้างสรรค์ ความสามารถในการนำทุนทางวัฒนธรรมไปเชื่อมโยงต่อยอดขยายผลในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อเพิ่มคุณค่า และความสามารถทางการตลาด เป็นความท้าทายต่อการกำหนดยุทธศาสตร์และการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรมระดับประเทศ ภาค และท้องถิ่น ที่ทุกภาคส่วนควรร่วมผลักดันอย่างรู้คุณค่า ใช้อย่างมีจิตสำนึก ทุนวัฒนธรรมจึงจะเป็นทุนทรัพย์สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างยั่งยืน ★★★

⁷ David Thorsby อ้างใน สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ชุดที่ 1 การสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2548)

เอกสารอ้างอิง

จอห์น ฮาวกินส์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร, แปลจาก The creative Economy : How People Make Money from Ideas, แปลโดย คุณากร วาณิชวิรุฬห์, มีนาคม 2552.

ณรงค์ชัย อัครเศรณี, Classic Case ความคิดสร้างสรรค์ สร้างเมืองน่าอยู่ (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://thailandcreativeeconomy.108dev.com/>, สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2553.

พรชัย หอมชื่น, การสร้างนวัตกรรมจากทุนทางวัฒนธรรม (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.innookcard.com/webboard/index.php?topic=384.0>, สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2553.

มหาวิทยาลัยศิลปากร โครงการโบราณคดีชุมชน (Thailand Community Archaeology Project), อ้างใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ ศศินทร์, การสร้างมูลค่าในเชิงเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม, 2550.

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, รายงานฉบับสุดท้าย. โครงการศึกษาวิจัยพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของโลกที่มีผลกระทบต่อวัฒนธรรม-สังคมไทย, เสนอต่อ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553.

สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ชุดที่ 1, การสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางการพัฒนาทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, 2548.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, วารสารวัฒนธรรมไทย ปีที่ 48 ฉบับที่ 9 ประจำเดือนกันยายน พ.ศ. 2552

_____ และ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรม, 2552

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม, สรุปข้อเสนอเชิงนโยบายจากการสัมมนา “ทิศทางการประเทศไทยในมิติวัฒนธรรม” (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.innookcard.com/webboard/index.php?topic=384.0>, สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2553.

อาคม เติมพิทยาไพสิฐ, สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, Thailand's Creative Economy, เอกสารประกอบการบรรยายในกิจกรรมปรับกระบวนทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก <http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=210>, สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2553.

United Nations, Creative Economy 2008, the Challenge of Assessing the Creative Economy: towards informed Policy-making, 2008.

Wikipedia, Creative Industries (ออนไลน์), เข้าถึงได้จาก http://en.wikipedia.org/wiki/creative_industries, สืบค้นเมื่อ 4 มีนาคม 2554.



การเพิ่มคุณค่าวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วรวิทย์ อวิรุทธ์วรกุล*



บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้มากกว่าแสนล้านบาท มีศักยภาพและโอกาสในการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์พัฒนาให้เป็นสินค้าและบริการที่มีคุณค่าสูง จึงควรให้ความสำคัญกับการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่ม “คุณค่า” ของการท่องเที่ยวตลอดห่วงโซ่อุปทาน ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศและชุมชน

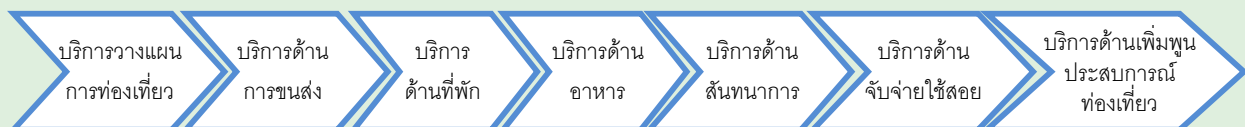
ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหมายถึง “การศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาคนและสังคมผ่านประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม สถาปัตยกรรมที่มีคุณค่า สภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัย ทั้งสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) มรดกโลก 2) อุทยานประวัติศาสตร์ 3) พิพิธภัณฑ์ 4) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และ 5) แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ¹

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม เป็นการนำมรดกทางวัฒนธรรม และองค์ความรู้ชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศมาประยุกต์ใช้ร่วมกับ “ความคิดสร้างสรรค์” โดยมุ่งต่อยอดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าตลอดห่วงโซ่อุปทาน² ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกับประเทศคู่แข่งอย่างเด่นชัด สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม / เพิ่มคุณค่าจากการท่องเที่ยวของไทยให้สูงขึ้น

ภาพที่ 1 ห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว



ที่มา โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาค, มิถุนายน 2553

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

¹ โครงการวัฒนธรรมสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระทรวงวัฒนธรรม สืบค้นจาก <http://www.creativeculturalthailand.com/all.php?m>

² หมายถึงการใช้ระบบของหน่วยงาน คน เทคโนโลยี กิจกรรม ข้อมูลข่าวสาร และทรัพยากร มาประยุกต์ใช้ด้วยกัน เพื่อการเคลื่อนย้ายสินค้าหรือบริการ จากผู้จัดหาไปยังลูกค้า กิจกรรมของห่วงโซ่อุปทานจะแปรสภาพทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบ และวัสดุอื่นๆให้กลายเป็นสินค้าสำเร็จ แล้วส่งไปจนถึงลูกค้าคนสุดท้าย (ผู้บริโภค หรือ End Customer)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มค่อนข้างสูงเนื่องจากมีห่วงโซ่อุปทานที่เชื่อมโยงเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกอุตสาหกรรมอย่างกว้างขวาง เช่น การเชื่อมโยงกับสาขางานฝีมือและหัตถกรรม การแพทย์แผนไทย ทัศนศิลป์ สถาปัตยกรรม เป็นต้น จากการศึกษาของสถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลังและสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ ได้จัดทำดัชนีรวม ในการประเมิน

ศักยภาพของอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย โดยใช้ข้อมูลการสร้างรายได้ การจ้างงาน การสร้างเครือข่ายในการพิจารณาศักยภาพด้านเศรษฐกิจ และข้อมูลคุณค่าทางสังคม ทรัพย์สินทางปัญญาในการพิจารณาศักยภาพด้านสังคม พบว่า กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมมีศักยภาพสูงสุด มีค่าดัชนี 70.6 ในกลุ่มนี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจสูง มีค่าคะแนน 2.3 และมีศักยภาพด้านสังคมปานกลาง ค่าคะแนน 2.0

ตารางที่ 1 ดัชนีวัดความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์	ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ (น้ำหนัก%)									ศักยภาพด้านสังคม (น้ำหนัก%)						ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ	ศักยภาพด้านสังคม	ดัชนีรวม (100)	
	การสร้างรายได้ (น้ำหนัก%)			การจ้างงาน (น้ำหนัก%)			การสร้างเครือข่าย (น้ำหนัก%)			คุณค่าทางสังคม (น้ำหนัก%)			ทรัพย์สินทางปัญญา (น้ำหนัก%)						
	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1	3	2	1				
กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม																2.0	2.3	2.1	70.6
1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		/			/		/			/				/		2.3	2.0	2.2	73.3
2. อาหารไทย			/	/				/		/				/		2.0	2.5	2.2	73.3
กลุ่มศิลปะ																1.5	2.5	1.9	63.3
กลุ่มสื่อ																1.6	1.8	1.7	55.6
3. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์			/			/	/			/			/			1.6	2.5	1.9	64.4
กลุ่มงานสร้างสรรค์																2.1	2.0	2.1	68.6

ที่มา : โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11.ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาค, มิถุนายน 2553 หน้า 3- 44
หมายเหตุ : ศักยภาพสูง คะแนน = 2.5 หรือ ดัชนี = 83.33 ศักยภาพปานกลาง คะแนน = 2 หรือ ดัชนี = 66.7 และ ศักยภาพต่ำ คะแนน = 1 หรือ ดัชนี = 33.3

ตลาดน้ำอัมพวา : ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เดิมเคยเป็นตลาดน้ำขนาดใหญ่ในช่วงรัชกาลที่ 4-5 และได้มีการฟื้นฟูขึ้นมาใหม่เป็นตลาดน้ำริมคลองยามเย็น เมื่อปี พ.ศ. 2547 จนได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นตลาดน้ำที่ยังคงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชนที่สัมพันธ์กับสายน้ำทั้งการคมนาคมและการค้าขายทางเรือ ชาวบ้านยังคงใส่บาตรพระที่บึงทาบทางเรือ ชุมชนอัมพวายังคงสามารถรักษาเอกลักษณ์ของการตั้งถิ่นฐานริมคลองที่มีลักษณะเป็นบ้านไม้ห้องแถวหันหน้าเข้าหาคลอง นอกจากนี้ ยังมีทุนทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นสถานที่พระราชสมภพของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยและพระบรมราชินีอีก 2 พระองค์ในรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 2 เป็นสถานที่เกิดของนักดนตรีเอกที่

มีชื่อเสียง อาทิ หลวงประดิษฐ์ไพเราะ (เอื้อ สุนทรสนาน) หรือ สุนทราภรณ์ และ ทูล ทองใจ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ทั้งอาหารทะเล สวนผลไม้ และความโดดเด่นด้านการทำอาหารและขนมไทยและขนมโบราณที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษ ตลาดน้ำอัมพวาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง เนื่องจาก





ชุมชนนำความรู้ด้านการบริหารจัดการมาใช้ในการพัฒนาบริการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งในด้านที่พัก โฮมสเตย์ การนั่งเรือชมทิวทัศน์ ที่นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์ร่วมในวิถีชีวิตของชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม มิใช่เป็นเพียงผู้ไปเยี่ยมชมความมีเอกลักษณ์ของชุมชนได้ดึงดูดให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้รายได้เพิ่มจากเกือบ 50 ล้านบาทในปี 2547 เป็น 600 ล้านบาทในปี 2552 กระจายไปในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องตามห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประเมินรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงปี 2540 – 2550 สร้างรายได้ให้กับประเทศเฉลี่ยปีละ 3.494 แสนล้านบาท ในปี 2551 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจรวม 109,556 ล้านบาท มีผู้ประกอบการรวม 44, 860 ราย นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลกคาดการณ์ว่าจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นจากระดับปัจจุบันประมาณ 2 เท่า ภายในปี 2563 และจากการสำรวจนักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญในวงการท่องเที่ยวโลกในปี 2551 ของสถาบัน Pacific Asia Travel Association (PATA) พบว่า ประเทศไทย “เป็นแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมดั้งเดิมหรือแท้” เป็นอันดับ 5 ของโลก³ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ และพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่ผ่านมา พบว่า “ประชาชนและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการเข้าชมอุทยานประวัติศาสตร์ 9 แห่ง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ 44 แห่ง และหอสมุดแห่งชาติ หอจดหมายเหตุแห่งชาติในปี 2553 รวม 7 ล้านคน ลดลง

อาทิ ผู้ประกอบการร้านค้าและร้านอาหาร ส่วนใหญ่เป็นผู้เช่าทั้งที่อยู่มาตั้งแต่บรรพบุรุษ กลุ่มลูกหลานคนในพื้นที่ และผู้ประกอบการจากภายนอก อาทิ ร้านกาแฟโบราณอั้งเฮงฮวด ร้านขายขนมเปี๊ยะและจันอับเฮงก็ นอกจากนี้ ยังมีเจ้าของที่ดิน ผู้ประกอบการรีสอร์ทและโฮมสเตย์ เรือนำเที่ยว และขายขนมไทย ตัวแทนจำหน่ายที่พักและตั๋วเครื่องบิน และผู้ประกอบการสินค้าวัฒนธรรม

ความสำเร็จในการฟื้นฟูตลาดน้ำอัมพวาจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เกิดจากความร่วมมือจากหลายภาคส่วนที่มีบทบาทสำคัญ อาทิ เทศบาล ผู้ประกอบการ คนในพื้นที่ หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และองค์กรไม่แสวงกำไร เช่น มูลนิธิชัยพัฒนา รวมทั้งเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันเอง ผู้ประกอบการกับชุมชน เทศบาลและวัด ในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน การประชาสัมพันธ์ การปรับปรุงภูมิทัศน์

ที่มา : รายงานการวิจัยระบบนวัตกรรมรายสาขาเพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจฐานความรู้และเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, กันยายน 2553

จากปี 2552 ที่มีผู้เข้าชมกว่า 8 ล้านคน และในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา แนวโน้มคนไทยเข้าชมพิพิธภัณฑ์และอุทยานประวัติศาสตร์ลดลงทุกปี⁴ ทำให้กรมศิลปากรเตรียมการที่จะให้มีการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความทันสมัย สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผ่านมา ผู้ประกอบการทั้งที่เป็นตัวแทนท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการนำเที่ยว และสถาบันสนับสนุนการท่องเที่ยวได้พยายามคิดค้นรูปแบบทางธุรกิจท่องเที่ยวใหม่ๆ เช่น ผู้ให้บริการด้านที่พักมีการใช้กลยุทธ์การต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยการแสดงการเล่นพื้นบ้านและดนตรีไทย ผู้ให้บริการนำเที่ยวได้ใช้กลยุทธ์การบรรจุการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรายการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่า/คุณค่า

การส่งเสริมการเพิ่มมูลค่า/คุณค่าการท่องเที่ยว

ภาครัฐ ได้มีการส่งเสริม สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญเช่น การส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP ของสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการ

³ โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11.ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาค, มิถุนายน 2553 หน้า 3– 80

⁴ หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ , กรมศิลปากรเตรียมปรับภาพลักษณ์พิพิธภัณฑ์ – อุทยานประวัติศาสตร์ให้ทันสมัย วันที่ 16 พฤศจิกายน 2553

ท่องเที่ยวและกีฬา และการใช้ยุทธศาสตร์ “7 Wonder Products” ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยนำจุดเด่นของวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของไทยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความเป็นไทย/วิถีชีวิตไทย มรดกทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ และ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มาบูรณาการเข้ากับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม เพื่อตอบสนองความต้องการและรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป และเป็นการเพิ่มคุณค่าการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2552 ให้ความเห็นชอบแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550 – 2559 ของกระทรวงวัฒนธรรม ได้กำหนด “ยุทธศาสตร์นำทุนทางวัฒนธรรมสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม” โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญดังนี้

1) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อยกระดับคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พัฒนาคุณภาพการผลิตรายการ การบริการ และอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคโดยดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของภูมิปัญญาระดับท้องถิ่น และระดับชาติ และส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจชุมชนให้ขยายสู่ระดับภาค ระดับชาติ และระดับสากล

2) พัฒนาระบบบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมของภาคีเครือข่าย เพื่อพัฒนาระบบฐานข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น

ความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของไทยมีความหลากหลาย เช่น การท่องเที่ยวตามอุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ การท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/สปา การท่องเที่ยวหมู่บ้าน OTOP เป็นต้น ประเทศไทยมีจุดแข็งและโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นแหล่งสร้างงานสร้างรายได้ให้ประชาชน ผู้ประกอบการ และประเทศชาติได้อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

► **ประเทศไทยมีมรดกทางวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์** มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและรักษาไว้หลากหลาย มีความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ฝีมือหรือหัตถศิลป์จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก ตลอดจน มีสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ยาวนานจำนวนมาก องค์การ UNESCO ได้ขึ้นทะเบียนให้ไทยมีแหล่งมรดกโลกทางวัฒนธรรม 3 แห่ง ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร นครประวัติศาสตร์อยุธยา และแหล่งโบราณคดีสมัยก่อนประวัติศาสตร์บ้านเชียง รวมทั้ง มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งทางทะเลและป่าไม้ การมีค่าครองชีพต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกัน นอกจากนี้ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้งการละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีไทย การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ การนวดแผนไทย อาหารไทย และการบริการที่มีความเป็นมิตรด้วยรอยยิ้มประทับใจที่เสริมการท่องเที่ยวได้อย่างโดดเด่น

► **รสนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เริ่มเปลี่ยนแปลงแตกต่างจากอดีต** นักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการเดินทางในรูปแบบใหม่ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ให้ความสำคัญกับการรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่มีตราการท่องเที่ยวสีเขียว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวให้ความสนใจการเรียนรู้วิถีชีวิตวัฒนธรรม อาหารประจำถิ่นในพื้นที่ต่างๆ มากขึ้น

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบรสนิยมนักท่องเที่ยวในอดีตกับกระแสในอนาคต

	กระแสในอดีต	กระแสในอนาคต
พฤติกรรม	คำนึงถึงความสะดวกสบาย ผ่อนคลาย	แสวงหาความท้าทายจากการเดินทางมากขึ้น
แรงจูงใจในการเดินทาง	ทัศนอาจร หรือพักผ่อนตามแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็นหลัก	สนใจวัฒนธรรมในพื้นที่ต่างๆ อาหารถิ่น วิถีชีวิต ประเพณีใหม่ๆ หรือโอกาสในการทำธุรกิจ
การจัดการ	ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ไปเป็นกลุ่มใหญ่	จัดการท่องเที่ยวเอง ไปเป็นกลุ่มเล็กๆ โดยผู้เชี่ยวชาญ
การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม		คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ในต่างประเทศมีกระแสสนใจใช้ ตรา “การท่องเที่ยวสีเขียว” สร้างความแตกต่างในกลุ่มตัวแทนจำหน่าย เช่น การแสดงความประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มสแกนดิเนเวียในการพักเฉพาะ “โรงแรมสีเขียว” เท่านั้น

ที่มา : สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง ปรับปรุงจาก ภราเดช พยัทธิเขียร (2550) “จากภูมิปัญญาไทยสู่สากล” จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปัจจุบันประสบกับปัญหาสำคัญที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดการพัฒนา สรุปได้ดังนี้⁵

▶ **ชุมชนขาดการตระหนักถึงคุณค่าของทุนทางทรัพยากรทั้งทางนิเวศและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชน** ขาดการพัฒนาเรื่องเล่าที่มีเอกลักษณ์หรือแสดงถึงอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ชุมชนขาดความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลกระทบต่อการรักษาเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของชุมชน รวมทั้งขาดการทำกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง

▶ **ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในเชิงกายภาพและวัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชน** การแข่งขันเชิงราคาภายในประเทศ ผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยวขาดแรงจูงใจในการพัฒนาหรือรักษาคุณภาพของสินค้า/บริการ นักท่องเที่ยวบางส่วนขาดความรับผิดชอบในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สินค้าบริการขาดความแตกต่างในเชิงคุณภาพหรือคุณลักษณะ ภาพลักษณ์ของประเทศเสื่อมเสีย นอกจากนี้ ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียเช่น เกาหลี มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินเดีย ได้ตื่นตัวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ทำให้มีการแข่งขันสูงขึ้น

▶ **แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขนาดเล็กมีความรู้ไม่เพียงพอด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์** แม้ว่าจะมีช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่าย ขาดการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ และการตลาดจากหน่วยงานภาครัฐอย่างต่อเนื่อง

▶ **การบูรณาการการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐมีน้อย** ทำให้การพัฒนาสาธารณูปโภค ขาดการวางแผนที่ดี ส่งผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน รวมทั้ง ขาดงบประมาณเพียงพอในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจัง

ดังนั้น หากประเทศไทยไม่สามารถฟื้นฟูและรักษาสภาพความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมทั้งในเชิงกายภาพและวัฒนธรรม/วิถีชีวิตความเป็นอยู่ในชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ได้ จะทำให้ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวของไทยประสบปัญหาในระยะยาว

ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้แข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้ ประเทศไทยจะต้องมีการพัฒนาและเสริมสร้างปัจจัยต่างๆ เพื่อเอื้อต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างจริงจังใน 3 เรื่องหลัก⁶ ดังนี้

1. การพัฒนาระดับมหภาค ประกอบด้วย

1) พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ 2) กำหนดนโยบายบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน และ 3) ปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศอย่างต่อเนื่อง

2. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม โดย 1) พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่กระตุ้นให้ภาคเอกชนลงทุนผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์ 2) พัฒนาระบบฐานข้อมูล สื่อสาร และคมนาคมที่มีประสิทธิภาพ 3) ให้คุณค่าต่อทรัพย์สินทางปัญญาจากความคิดสร้างสรรค์ 4) ศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และทุนวัฒนธรรม และ 5) จัดและพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียน รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์

3. การพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจและบุคลากรด้านสร้างสรรค์ ในด้าน 1) ขับเคลื่อนและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ และ 2) พัฒนาบุคลากรวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับชุมชน/ท้องถิ่น สามารถนำเรื่องวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น มาเป็นปัจจัยหลักในการสร้างความแตกต่าง และสร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการแข่งขันเชิงราคา และการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจากประเทศคู่แข่ง ประเทศไทยจะต้องมีการพัฒนาปัจจัยที่สำคัญๆ 4 ประการอย่างจริงจังและ

⁵ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, โครงการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนทางวัฒนธรรม และ โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11..2553

⁶ อาคม เดิมพิทยาไพสิฐ. Thailand's Creative Economy เอกสารประกอบการบรรยายกิจกรรมปรับกระบวนการทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ณ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. วันที่ 26 มีนาคม 2553

ต่อเนื่อง ดังนี้ 1) การสอดแทรกวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เข้าสู่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว 2) การวางแผนเชิงพื้นที่ให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการของท้องถิ่นหรือการประยุกต์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์/กิจกรรมใหม่ๆ รวมถึงความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้สอดคล้องกัน 3) การส่งเสริมการพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น/องค์ความรู้ชุมชนในพื้นที่ และ 4) การสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง เช่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การต่อยอดเชิงพาณิชย์และการตลาด ระบบขนส่ง รวมถึงความช่วยเหลือทางการเงินแก่ผู้ประกอบการในท้องถิ่น

บทสรุป

การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชี้ให้เห็นว่า การนำกระบวนการ “ความคิดสร้างสรรค์” ไปผสมผสานกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเข้ากับเทคโนโลยี/

นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่า/มูลค่าสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าทางเศรษฐกิจ คุณค่าทางสังคม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงเป็นความท้าทายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จะนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมคุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความงดงามของศิลปะ และขนบธรรมเนียมประเพณีไทยมาใช้อย่างสร้างสรรค์ ทั้งการกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาและการขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ บนพื้นฐานของความเป็นไทยอย่างจริงจังและต่อเนื่อง เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ที่สำคัญของเศรษฐกิจและสังคมไทยได้อย่างยั่งยืน ★ ★ ★

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม , แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2550 – 2559 , (เอกสารอัดสำเนา). 2552
- _____, ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ออนไลน์) ,เข้าถึงได้จาก,<http://www.creativeculturethailand.com/> สืบค้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2554
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ , รายงานศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์. 2552
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , โครงการเตรียมการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 : ประเด็นที่ 2 ความเชื่อมโยงของการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคกับจุลภาค., เอกสารอัดสำเนา. 2553
- _____, โครงการส่งเสริมมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วยทุนวัฒนธรรม, เสนอต่อกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (ชื่อเดิม:สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ) กระทรวงวัฒนธรรม . 2553
- สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลังและสถาบันคีนันแห่งเอเซีย , โครงการศึกษามูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย .ธันวาคม 2552
- องค์การความร่วมมือด้านการค้าและพัฒนา (UNCTAD) , Creative Economy Report 2008. 2008
- อาคม เติมพิทยาไพสิฐ.Thailand’s Creative Economy เอกสารประกอบการบรรยายกิจกรรมปรับกระบวนการทัศน์ของประเทศสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ณ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. วันที่ 26 มีนาคม 2553

เชียงใหม่ : บนหนทางแห่งการสร้างสรรค์ *



ธีระพงษ์ มาลัยทอง**



บทนำ

จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางของภาคเหนือที่มีศักยภาพในการพัฒนาระดับสูงทั้งด้านการท่องเที่ยว เศรษฐกิจ การลงทุน และมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์อันยาวนานกว่า 700 ปี เป็นที่ตั้งของอาณาจักรล้านนาในสมัยโบราณ และมีภาษาล้านนา หรือภาษา “คำเมือง” เป็นภาษาท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งเป็นจังหวัดที่มีประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามเป็นที่กล่าวขานกันมา ช้านาน ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงของโลกและในประเทศไทยได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาพื้นที่ภาคเหนือซึ่งเป็นทั้ง โอกาสและภัยคุกคาม โดยเฉพาะกฎกติกาใหม่ของโลก ก่อให้เกิดโอกาสการขยายตัวทางการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวในภาคเหนือมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการใช้ประโยชน์จากโอกาสและจุดแข็งที่เป็นศักยภาพของภาค โดยอาศัยภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมและบริการภายใต้แนวคิด การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์

ความสำคัญของเมืองสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจยุคใหม่ที่ทุกประเทศกำลังให้ความสำคัญเพิ่มขึ้น คือ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่มีการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ผสมผสาน กระบวนการผลิตและวัฒนธรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะหลากหลาย และมีมูลค่าเพิ่ม สามารถตอบสนองผู้บริโภคตั้งแต่ระดับท้องถิ่นจนถึงระดับโลก หลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้กำหนด ให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์สำคัญ ในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อเพิ่ม ศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีรูปแบบการพัฒนาที่หลากหลาย การพัฒนา “เมืองสร้างสรรค์”

นับเป็นรูปแบบหนึ่งที่หลายประเทศให้ความสนใจ เนื่องจากสามารถนำความเป็น “อัตลักษณ์” หรือ “เอกลักษณ์” ของเมืองที่มีอยู่ไม่ว่าจะเป็นด้าน สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี วิถีชีวิต หรือเทคโนโลยีที่โดดเด่นมาผสมผสานกับ “ความคิดสร้างสรรค์” ผ่านศิลปวัฒนธรรม ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะทัศนกรรม งานเขียนและวรรณกรรม การออกแบบ การบริโภค สร้างเป็นเอกลักษณ์ของเมือง อาทิ เกียวโต เป็น “เมืองที่เต็มไปด้วยสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม” ของญี่ปุ่น ซีอานเป็น “เมืองแห่งประวัติศาสตร์” ของ จีน ปารีส เป็น “เมืองแห่งศิลปะของแฟชั่น” ของฝรั่งเศส แมนเชสเตอร์ เป็น “เมืองปลอดภัยที่ออกแบบได้” ของ อังกฤษ ลอสแอนเจลิส เป็น “เมืองภาพยนตร์ระดับโลก”

* ขอขอบคุณผู้อำนวยการสำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ คุณอัจฉรา สันธนาภรณ์ และคุณชมชื่น จันทรสมบุรณ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ ข้อมูลที่ใช้ในการจัดทำบทความนี้

** นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

โลก” และ เวนิสเป็น “ดินแดนแห่งศิลปะ”¹ เมืองต่างๆ เหล่านี้มีรายได้จากสินค้าและบริการที่มีลักษณะเฉพาะ และมีมูลค่าเพิ่ม ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ชัดเจน รวมทั้งทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง กรณีของประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ นับเป็นเมืองหนึ่งที่อาจกล่าวได้ว่ามีศักยภาพสูงที่จะพัฒนาให้เป็น “เมืองสร้างสรรค์” ของภาคเหนือและระดับประเทศได้เช่นเดียวกัน

เมืองสร้างสรรค์

“เมืองสร้างสรรค์” ตามนิยามขององค์การยูเนสโก หมายถึง ความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม ระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมและจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ นำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศเอื้อต่อการสร้างธุรกิจ หรืออุตสาหกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ปัจจุบันยูเนสโกได้จัดแบ่งเมืองสร้างสรรค์ออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ เมืองการออกแบบ เมืองอาหารการกิน เมืองภาพยนตร์ เมืองดนตรี เมืองสื่อศิลปะ เมืองวรรณกรรม และเมืองหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน รวมทั้งได้มีข้อกำหนดของเมืองที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็น “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” ไว้ว่า “จะต้องประกอบด้วยกิจกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ผ่านภาพยนตร์ ดนตรี งานศิลปหัตถกรรม อุตสาหกรรมด้านการออกแบบ งานสื่อศิลปะ งานเขียน และวรรณกรรม และศิลปวัฒนธรรม การบริโภค กิจกรรมที่เกิดขึ้นต้องเต็มไปด้วยคุณภาพและปริมาณ บนพื้นฐานของการมีองค์ความรู้และคุณสมบัติพิเศษที่เป็นเอกลักษณ์ของเมือง มีความเป็นมาทางประวัติศาสตร์และสะท้อนถึงรากฐานทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งมีการจัดกิจกรรมสม่ำเสมอในการนำพาให้ผู้คนมารวมตัวกัน และก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างคนกับเมือง อาทิ โอวาทา เซ็นเจ็น นาโกยา และโกเบ ในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ และเมลเบิร์นในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านวรรณคดี” ปัจจุบันมีสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ 27 เมือง

แนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

การพัฒนา “เมืองสร้างสรรค์” จะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดการสร้างสรรคงาน รวมทั้งต้องมีการจัดเตรียมปัจจัยพื้นฐานที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ เพื่อดึงดูดการลงทุนและคนที่มีความคิดสร้างสรรค์นำความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานที่ก่อให้เกิดเป็นรายได้ การขยายตัวทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะต้องมีกระบวนการปรับปรุงองค์ประกอบของเมืองที่สำคัญได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมือง การสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปิดกว้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นำความคิดที่สร้างสรรค์มาผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี สามารถบริหารจัดการด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้และมีสินค้าหมุนเวียน การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอให้เกิดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการผลิตนวัตกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการเมือง มีการดำเนินงานร่วมกันของภาครัฐและเอกชน โดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์และประวัติศาสตร์ให้เมืองเกิดความสมดุล²

กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในภาคและท้องถิ่นที่ประชาชนสามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างศักยภาพของสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่ม โดยใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นเชื่อมโยงให้เกิดเรื่องราวกับสินค้าและบริการเป็นอัตลักษณ์ของเมือง และสามารถสร้างรายได้ โดยมีแนวทางการพิจารณาคัดเลือกเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่ 1) ศักยภาพด้านทุนทางปัญญาประกอบด้วยทุนกายภาพ ทุนวัฒนธรรม และองค์ความรู้ 2) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งผู้ประกอบการ ตั้งแต่ขนาดเล็กไปจนถึงขนาดใหญ่ ภาคประชาชนที่สามารถผลักดันการพัฒนาสินค้าและบริการให้มีมูลค่าเพิ่ม ภาคการศึกษา และหน่วยงานภาครัฐ 3) กลุ่มสินค้าและบริการ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ศิลปะ สื่อ และงานสร้างสรรค์

¹ ศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.creativechiangmai.com/th/activities/> สืบค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

² Oknation, Creative City: การสร้างดุลของมหาอำนาจเศรษฐกิจในพื้นที่เชียงใหม่ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/> สืบค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

ตามลักษณะงาน อาทิ งานด้านการออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา ซอฟต์แวร์ กลุ่มสินค้าและบริการอื่นๆ ที่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ 4) ระบบการบริหารจัดการและการวางแผน ประกอบด้วย การมีวิสัยทัศน์ การจัดระบบบริหาร การสร้างเครือข่ายและแผนปฏิบัติการ โดยมีเป้าหมายจะจัดตั้งเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์รวม 10 เมือง

เชียงใหม่เมืองหลักของการขับเคลื่อนกลุ่มจังหวัดล้านนาและภาคเหนือ³

ภาคเหนือมีความได้เปรียบเชิงที่ตั้งที่เอื้อต่อการพัฒนาความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจและสังคมในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน และกลุ่มประเทศในชมพูทวีป เป็นพื้นที่การพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวเหนือ-ใต้⁴ ที่เชื่อมโยงถึงจีนตอนใต้ โครงสร้างเศรษฐกิจมีความหลากหลาย เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญในระดับนานาชาติ มีความโดดเด่นด้านศิลปวัฒนธรรมล้านนา เป็นแหล่งผลิตสินค้าเกษตรสำหรับตลาดเฉพาะกลุ่ม อาทิ สินค้าเกษตรอินทรีย์ เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่มีเอกลักษณ์แห่งหนึ่งของโลก การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิงพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน จึงมีวิสัยทัศน์ของการเป็น “ประตูทางการค้าสู่โลก โดดเด่นวัฒนธรรมล้านนา สังคมน่าอยู่ทุกถิ่นที่” โดยกำหนดให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางความเจริญของกลุ่มจังหวัดล้านนาและของภาคเหนือ เนื่องจากมีศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาหลายด้าน ได้แก่

1. การท่องเที่ยว มีสภาพภูมิประเทศที่สวยงามและมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งด้านภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณี โบราณสถาน และสถานที่ท่องเที่ยว รวมถึงนโยบายของรัฐบาลในการกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการบิน ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสุขภาพ ที่สามารถเชื่อมโยงภายในกลุ่มจังหวัด และกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง



2. การค้าการลงทุน ความได้เปรียบของสถานที่ตั้ง และความพร้อมด้านบริการโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค และระบบการคมนาคมขนส่งทางบกและทางอากาศที่ได้มาตรฐาน จังหวัดเชียงใหม่จึงมีศักยภาพในการพัฒนาด้านการค้าการลงทุนเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

3. การเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมของสถาบันการศึกษา และสถานบริการทางการแพทย์หลายแห่ง มีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางบริการธุรกิจสุขภาพ อาทิ การบริการทางการแพทย์และทันตกรรม การบริการสปาและการนวดเพื่อสุขภาพ และผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพร

3. การพัฒนาหัตถอุตสาหกรรม สินค้าหัตถกรรมของจังหวัดเชียงใหม่เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐานของศิลปวัฒนธรรมล้านนา ที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีรูปลักษณ์และการออกแบบที่ผสมผสานศิลปะล้านนาและการใช้ประโยชน์ เป็นที่นิยมของตลาด อาทิ การทอผ้า การแกะสลัก เครื่องเงิน เครื่องเงิน และการทำร่ม

³ สรุปจากเอกสาร “ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน (กลุ่มล้านนา) เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย แพร่ น่าน และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ เอกสารนำเสนอคณะรัฐมนตรี (สัญญา) ณ จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2549

⁴ เส้นทางเศรษฐกิจแนวเหนือ-ใต้ หรือ เส้นทาง R3E หรือ R3A เป็นเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงการขนส่งทางบกระหว่างนครคุนหมิง กับ กรุงเทพฯ มีระยะทางประมาณ 1,800 กิโลเมตร โดยผ่าน 3 ประเทศ ได้แก่ จีนตอนใต้ สปป.ลาว และประเทศไทย ขณะนี้เส้นทาง R3E ก่อสร้างเสร็จแล้ว และเปิดใช้อย่างเป็นทางการแล้วเมื่อเดือนมีนาคม 2551 เป็นเส้นทางสัญจรของกลุ่มประเทศสมาชิกทั้ง 6 ประเทศ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region : GMS) ประกอบด้วย ไทย สปป.ลาว พม่า กัมพูชา เวียดนาม และจีนตอนใต้

การขับเคลื่อนเชียงใหม่สู่เมืองสร้างสรรค์⁵

รัฐบาลได้มีแนวคิดที่จะพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม การพัฒนาด้านไอทีซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัลของภาคเหนือตอนบน จังหวัดเชียงใหม่ได้สมัครเข้าร่วม “โครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ซึ่งกระทรวงพาณิชย์ได้จัดขึ้นในปี 2553-2554 มีวัตถุประสงค์ 1) พัฒนาและสนับสนุนเมืองเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์และนวัตกรรมบนจุดแข็งของเมือง อาทิ องค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้านนา และ 2) พัฒนาเมืองให้เป็นสถานที่ที่น่าสนใจยิ่งขึ้นสำหรับการใช้ชีวิต การทำงาน การทำธุรกิจและการลงทุน ด้วยความคิดสร้างสรรค์ การทำงานร่วมกันและนวัตกรรม

การขับเคลื่อนจังหวัดเชียงใหม่ไปสู่เมืองสร้างสรรค์ได้มีการแต่งตั้ง “คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาคการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน รวมทั้งกำหนดวิสัยทัศน์ให้ “เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางที่ได้รับการยอมรับสำหรับนวัตกรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมต่างๆ และความสามารถด้านไอที การออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่ในปัจจุบันเช่นเดียวกับจุดมุ่งหมายทางด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจของเมือง จังหวัด และประชากร จังหวัดเชียงใหม่มีความดึงดูดในการเป็นที่พักอาศัย การลงทุน การพักผ่อนหลังเกษียณ การท่องเที่ยว การศึกษา และการทำงาน” โดยกำหนดแผนกลยุทธ์และยุทธศาสตร์การเป็นเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ร่วมมือและแบ่งปันข้อมูลกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดูแล และจัดกิจกรรมโครงการต่าง ๆ ในปี 2553-2554 คณะกรรมการฯ ได้ดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง อาทิ นครแห่งชีวิต โอกาสและความมั่นคง การแข่งขันออกแบบโลโก้และเว็บไซต์ เฟสบุ๊คของโครงการ “เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์” เป็นการประชาสัมพันธ์และสะท้อนภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ ที่ยังความเป็นเอกลักษณ์ของการเป็นเมืองเก่าและน่าอยู่ การสัมมนาเกี่ยวกับวิธีการพัฒนาไปสู่เมืองสร้างสรรค์ โดยเชิญผู้แทนจากออสเตรเลีย รัฐเท็กซัส และผู้แทนจากยูเนสโกมาอภิปรายเกี่ยวกับวิธีการที่เชียงใหม่

จะได้รับการรับรองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์โดยยูเนสโก

จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการดำเนินโครงการและวางแผนการสู่การเป็นเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่สำคัญ ได้แก่

1. โครงการล้านนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นโครงการที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม หอการค้าเชียงใหม่ และภาคส่วนอื่นๆ ที่มุ่งสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มภาคเหนือตอนบนหรือกลุ่มล้านนา (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน) รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ

2. โครงการ 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเข้าร่วมคัดเลือกเป็น 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดทำโครงการนำเสนอสมรรถนะทางวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่ ซึ่งครอบคลุมเรื่องศิลปะ หัตถกรรม การบริการสุขภาพ และศิลปะในการทำอาหาร

3. การจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ สาขาเชียงใหม่ ปัจจุบันได้จัดตั้งสาขาย่อยอยู่ที่คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

4. การรับรองเป็นเมืองสร้างสรรค์โดยยูเนสโก เป็นการหารือถึงโอกาสของเชียงใหม่ที่จะเป็นหนึ่งในสมาชิกเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ที่รับรองโดยยูเนสโก

5. การพัฒนานวัตกรรมและกลุ่มเครือข่าย ในปี 2555 ศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีเพื่ออุตสาหกรรม ได้มีการจัดทำโครงการริเริ่มพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เข้าสู่กลุ่มภาคเหนือตอนบนที่สำคัญ ได้แก่ โครงการส่งเสริมวัฒนธรรมและโครงการพัฒนาไอที ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัล

ศักยภาพของเชียงใหม่เป็นปัจจัยนำสู่เมืองสร้างสรรค์

จังหวัดเชียงใหม่นับเป็นจังหวัดหนึ่งที่น่าจะกล่าวได้ว่ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็น “เมืองสร้างสรรค์” เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีสภาพภูมิประเทศที่สวยงามและมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งขนบธรรมเนียมประเพณี และโบราณสถาน รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นที่รู้จักทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนการมีสภาพความน่าอยู่ของเมืองที่ได้รับการยอมรับในความงดงามของประเพณีและ

⁵ สรุปรจากเอกสาร เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์, แผนยุทธศาสตร์ และแนวทางการดำเนินการ, 3 มีนาคม 2554, เอกสารเกี่ยวกับเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ และเอกสารการประกวดโลโก้และเว็บไซต์ของโครงการ “เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://creativechiangmai.com/>

หลักเกณฑ์การเป็นเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก

- เป็นข้อตกลงระหว่างผู้ว่าราชการจังหวัดและนายกเทศมนตรี ในการเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ นโยบายและงบประมาณของเมือง/จังหวัด
 - สภาพแวดล้อมของเมืองและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมโดยรวมขับเคลื่อนด้วยความสร้างสรรค์
 - การเข้าร่วมที่แข็งแกร่งของกลุ่มอาชีพและชุมชน
 - สนับสนุนความชื่นชอบของประชาชน ผ่านพื้นที่และเวทีที่เหมาะสม ขยายออกไปสู่ความต้องการที่หลากหลายของประชาชน
 - มีประสบการณ์ในการเป็นเจ้าภาพจัดงานและกิจกรรมในด้านความสร้างสรรค์
 - การมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยและสถาบันการศึกษาทั้งการสอน ความร่วมมือ และการวิจัยในด้านความสร้างสรรค์
 - ให้ความสำคัญกับวัสดุท้องถิ่นและสถานะของเมือง/ธรรมชาติ
- (การนำเสนอ “เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์: นครแห่งชีวิต โอกาส และความมั่งคั่ง” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก http://www.creativechiangmai.com/downloads/5th_committee_meeting_th.pdf)

วัฒนธรรมอันเก่าแก่ของเมืองเชียงใหม่ที่มีอายุกว่า 700 ปี วิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คน และการต้อนรับแขกผู้มาเยือนในฐานะเจ้าของบ้านที่ดีด้วยมิตรไมตรีจิตและรอยยิ้มอันประทับใจ จนได้รับการลงมติจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกกว่า 16,000 คนให้ได้รับรางวัล อันดับ 2 เมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของโลก ประจำปี 2553 จัดโดยนิตยสาร Travel & Leisure⁶ นิตยสารด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในสหรัฐอเมริกา และยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของเอเชีย⁷ หรือ World's Best Award ประจำปี 2553 นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังมีศักยภาพและความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนการเป็นเมืองสร้างสรรค์หลายด้าน อาทิ

1. เมืองแห่งภาพยนตร์และมัลติมีเดีย การมีบริการพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งสร้างสรรค์อุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นองค์ประกอบสำคัญของการ์ตูน/ภาพยนตร์เคลื่อนไหว มีความพร้อมด้านภูมิทัศน์ที่สวยงาม แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย การคมนาคมสะดวก สาธารณูปโภคพร้อม ต้นทุนต่ำ และมีนักสร้างสรรค์ ทั้งด้านเทคนิคและศิลปะสร้างสรรค์สูงอาศัยอยู่ในพื้นที่

2. เมืองแห่งงานฝีมือและศิลปะพื้นบ้าน เนื่องจากสินค้าหัตถกรรมของเชียงใหม่ที่มีเอกลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา มีรูปแบบและการออกแบบที่โดดเด่นและการใช้ประโยชน์ เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวและการส่งออก

3. เมืองแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศของภูมิภาค มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ได้จัดทำแผนงานที่จะสร้างศูนย์พัฒนาเทคโนโลยี เป็นศูนย์บริการครบวงจรสำหรับรองรับบริษัทเอกชน รวมทั้งอุทยานวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อเป็นศูนย์วิจัยและพัฒนา มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ภาคเหนือ (SIPA) เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ในภูมิภาค และให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT City) ในการดำเนินการพัฒนาบุคลากรด้าน ICT ระดับสูง และการขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา ที่มุ่งพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ที่เป็นศักยภาพหลักของเชียงใหม่ใน 3 ด้าน ได้แก่ อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ การบริการสุขภาพ และการยกระดับสินค้าหัตถกรรม

4. เมืองแห่งศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์⁸ หรือ MICE City หมายถึง เมืองที่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ ไม่เพียงเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วไปใน 3 ด้าน ได้แก่ **วัตถุประสงค์ของการเดินทาง**จะเป็นการเดินทางที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุมบริษัท การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ได้รับ การเข้าร่วมงานประชุมนานาชาติ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ **คุณภาพของนักท่องเที่ยว**จะเป็น

⁶ เชียงใหม่ “คว่ำรางวัลเมืองน่าอยู่ ที่สุดของโลก” วันที่ 23 กรกฎาคม 2553 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://news.giggog.com/327655>

⁷ oknation Creative Cit : การสร้างดุลของมหาอำนาจเศรษฐกิจในพื้นที่เชียงใหม่ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/>

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 3-4 เท่า และภาคธุรกิจ/อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้จัดงานประชุม ผู้จัดงานนิทรรศการ สถานที่จัดประชุม ศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นต้น² จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมด้านโรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 32,000 ห้อง และห้องประชุมที่สามารถรองรับการประชุมได้ถึง 500-2,500 คน

จังหวัดเชียงใหม่ได้รับการสนับสนุนทั้งด้านวิชาการและงบประมาณจากหน่วยงาน/องค์กรทั้งในประเทศ อาทิ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และต่างประเทศ อาทิ ประเทศญี่ปุ่นสนับสนุนการเป็นเมืองพำนักพักพิงของผู้เกษียณอายุ ประเทศจีนสนับสนุนเส้นทางและอุโมงค์ลัดเชียงใหม่-แม่ฮ่องสอน และเนปออร์ของพม่า และสหรัฐอเมริกาสนับสนุนในเรื่องโลจิสติกส์¹⁰ ปัจจัยแวดล้อมเหล่านี้เอื้ออำนวยต่อการเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน ด้วยการผสมผสานทุนวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น องค์ความรู้และนวัตกรรม นำไปสู่การพัฒนาเป็น “เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์” ผลักดันเชียงใหม่สู่การเป็น “เขตเศรษฐกิจพิเศษด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ได้ในอนาคต

ทิศทางการก้าวสู่ “เมืองสร้างสรรค์” ของเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ในหลายด้าน มีการขับเคลื่อนเมืองเชียงใหม่สู่การเป็นเมืองแห่งภาพยนตร์และมัลติมีเดีย เมืองแห่งงานฝีมือและศิลปะพื้นบ้าน เมืองแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศของภูมิภาค และเมืองแห่งศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ ที่หลากหลายรูปแบบมาอย่างต่อเนื่อง มีการประชาสัมพันธ์เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ของเมืองที่ยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของการเป็นเมืองเก่าและความน่าอยู่ จากการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยต่างๆ กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และกลุ่มจังหวัดภาคเหนือ แต่การพยายามผลักดันการเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่หลากหลายรูปแบบมากเกินไป ทำให้หลังการขับเคลื่อนจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็น

เมืองสร้างสรรค์ไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร ทิศทาง และแนวทางการขับเคลื่อนจังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ควรคำนึงถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. การเป็น “เมืองสร้างสรรค์” ของจังหวัดเชียงใหม่ ควรอยู่บนพื้นฐานศักยภาพที่เป็นจุดแข็งที่เด่นชัด ไม่ว่าจะเป็นการมีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มรดกทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมล้านนาที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม การมีจิตใจการให้บริการต้อนรับผู้มาเยือนอย่างอบอุ่น รวมทั้ง การมีภูมิทัศน์ที่เอื้ออำนวยในการเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ (BIMSTEC) นอกจากนี้ เชียงใหม่ยังมีศักยภาพในการออกแบบที่ผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวิถีชีวิต วัฒนธรรม สร้างนวัตกรรมที่เพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ อาทิ สินค้าหัตถกรรม งานฝีมือ การบริการสุขภาพ ที่สามารถตอบสนองตามความต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะในต่างประเทศได้สูง

2. การจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพกำลังคนเพื่อเตรียมพร้อมรองรับการพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์ สำหรับคนในภาค และการดึงดูดคนจากภาคอื่นๆ เป็นความร่วมมือระหว่าง สถานศึกษา มหาวิทยาลัย และผู้ประกอบการในการจัดทำแผนผลิตกำลังแรงงานทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ให้สอดคล้องตามความต้องการของภาคการผลิต ซึ่งเชียงใหม่มีความพร้อมของสถานศึกษาที่มีอยู่ 1,146 แห่ง เป็นระดับอุดมศึกษาถึง 8 แห่ง

3. การพัฒนา ปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการดึงดูดการลงทุนหรือการประกอบการ ทั้งด้าน กฎระเบียบ การจัดเก็บภาษีระดับท้องถิ่น การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา อย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการดึงดูดผู้มีความคิดสร้างสรรค์ ด้วยการสร้างสภาพแวดล้อมให้เป็นเมืองน่าอยู่ มีคุณภาพชีวิตที่ดี รวมทั้งมีการจัดกิจกรรมเกี่ยวเนื่องกับความคิดสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง

บทสรุป

การพัฒนาสู่เมืองสร้างสรรค์เป็นการพัฒนาเมืองให้มีพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ

⁸ เพิ่งอ้าง

⁹ วิถีพิเศษ “ไมซ์” (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/> สืบค้น 21 มีนาคม 2554

¹⁰ oknation Creative City : การสร้างดุลของมหาอำนาจเศรษฐกิจในพื้นที่เชียงใหม่ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/>

การประกอบธุรกิจของเมืองผ่านเครือข่ายเชื่อมโยงทั่วโลก รวมทั้ง เป็นแหล่งรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศที่มาอยู่อาศัยร่วมกันได้อย่างกลมกลืนกับประชาชนในท้องถิ่น จะเห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพที่จะพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้วยความพร้อมของเมืองที่มีรากฐานทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่งดงาม มีสภาพความเป็นเมืองน่าอยู่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามหลากหลาย ความได้เปรียบด้านที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาค กลุ่มน้ำโขงตอนบน และกลุ่มประเทศในชมพูทวีป รวมทั้ง การมีสินค้าหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์บนพื้นฐาน

ของศิลปะและวัฒนธรรมล้านนา ตลอดจน การพัฒนาให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศของภูมิภาค อย่างไรก็ตาม การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์อาจต้องเลือกแนวทางให้ชัดเจนในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ รวมทั้ง การสอดประสานร่วมมือกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อนให้เชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์ จะส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน ก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับเศรษฐกิจทั้งในระดับเมืองและระดับประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์, คู่มือประกอบ “โครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, 30 พฤศจิกายน 2553 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.creativechiangmai.com> สืบค้นวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554
- กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวเหนือ - ใต้ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.thaifta.com/ThaiFTA/Portals/0/nsec.pdf> สืบค้นวันที่ 15 ธันวาคม 2553
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, การประกวดโลโก้และเว็บไซต์ของโครงการเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์, 19 สิงหาคม 2553 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.creativechiangmai.com/> สืบค้นวันที่ 16 พฤศจิกายน 2553
- , ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ (เอกสารอัดสำเนา-ชุดนำเสนอคณะรัฐมนตรี) จังหวัดเชียงใหม่. มปป. มณฑล ینگวูล, กรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ 30 พฤศจิกายน 2552 ตอนที่ 1 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.creativethailand.org> สืบค้นวันที่ 15 พฤศจิกายน 2553
- สำนักพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมภาคเหนือ ยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน (กลุ่มล้านนา) เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง เชียงราย แพร่ น่าน (เอกสารอัดสำเนา) จังหวัดเชียงใหม่. มปป.
- อภิสัทธ ไล่ศัตรูไกล “Creative City” เรื่องราวของการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและเมือง หนังสืออมิติน สุดสัปดาห์ วันที่ 12 มีนาคม 2553 สืบค้นวันที่ 17 พฤศจิกายน 2553
- อารยะ มาอินทร์, กรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์, เอกสารสรุปการสัมมนาระดมความคิดเห็น เรื่อง กรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ วันพฤหัสบดีที่ 16 กรกฎาคม 2552 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/> สืบค้นวันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554
- Creativechiang.mai, เกี่ยวกับเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.creativechiangmai.com/> สืบค้นวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2554
- oknation, Creative City: การสร้างดุลของมหาอำนาจเศรษฐกิจในพื้นที่เชียงใหม่ (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.oknation.net/blog/print.php?> สืบค้นวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554

ถอดบทเรียน/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากต่างประเทศ

ภัทรจิต จุมพล กอชโชติ *

บทนำ

การศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ตามนัยของการศึกษาค้นคว้านี้ เป็นการเปรียบเทียบเพื่อนำประเด็นที่เป็นจุดเด่นของประเทศต่างๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาเป็นแนวความคิดในการใช้ประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย



ในต่างประเทศมีการดำเนินงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่มากทั้งที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนที่เข้มแข็งสามารถดำเนินงานได้ด้วยตัวเอง อาทิ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ฮองกง ออสเตรเลีย สิงคโปร์ และอิตาลี ในบทความนี้ได้นำเสนอบทเรียนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จาก 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และ ประเทศอิตาลีมาเปรียบเทียบกับประเทศไทย เนื่องจาก ทั้งสองประเทศมีมรดกทางวัฒนธรรม ภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และจารีตประเพณีอันยาวนาน ที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยหลายประการ อาทิ ระบบการปกครองแบบประชาธิปไตย ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ขนาดของประเทศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและรากเหง้าของอารยธรรม เมืองโบราณและสถาปัตยกรรม รวมทั้งชีวิตความเป็นอยู่ของคนทั้งในเขตเมืองและชนบทที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

การศึกษาเปรียบเทียบ

1. ระดับนโยบาย

ทั้งสามประเทศให้ความสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

แต่สหราชอาณาจักรได้เริ่มต้นพัฒนา ก่อน จึงมีการปรับปรุงการดำเนินงานเป็นระยะถึงปัจจุบัน การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรก้าวหน้าไปมากและมีผลเป็นรูปธรรม

ในกรณีของประเทศอิตาลี ถึงแม้จะเริ่มดำเนินงานช้ากว่าแต่มีทุนทางวัฒนธรรมอยู่มากมายทั้งด้านงานศิลปะ อาทิ ทัศนศิลป์ วรรณศิลป์ สื่อ มรดกทางวัฒนธรรม และงานจากความคิดสร้างสรรค์อื่นๆ เป็นผู้นำทางความคิดสร้างสรรค์ในบางเรื่อง อาทิ แฟชั่นและการออกแบบ อุตสาหกรรมอาหาร และการอนุรักษ์สถานที่ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม วัฒนธรรม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ดังกล่าวมีส่วนแบ่งในการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอิตาลีถึงร้อยละ 9.31 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2551¹

สำหรับประเทศไทย ภาครัฐให้ความสำคัญและประกาศนโยบายนำทุนทางวัฒนธรรมมาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งให้แก่ผู้ประกอบการไทย สร้างมาตรฐานทางธุรกิจ พัฒนาการตลาด และบุคลากร นอกจากนี้ ได้บรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในแนวทางการพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ซึ่งจะประกาศใช้ในเดือนตุลาคม ปี 2554 โดยนำแนวความคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรมสมัยใหม่เข้ามาเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ



* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

2. ขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การจำแนกประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของทั้งสามประเทศมีลักษณะที่ใกล้เคียงกันทั้งทางด้านสถาปัตยกรรม ศิลปวัตถุ งานออกแบบ ภาพยนตร์ ดนตรี วิทยุและโทรทัศน์ แต่ประเทศอิตาลีและประเทศไทยจะมีจุดแข็งในเรื่อง อุตสาหกรรมอาหาร เป็นข้อได้เปรียบเชิงการพัฒนาในอนาคตจะขยายโอกาสการค้าและการลงทุน และส่งเสริมการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบ ในเรื่องแพทย์แผนไทย ซึ่งเป็นที่รู้จักในระดับสากล สามารถส่งเสริมอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ การผลิตสมุนไพรไทย การนวดแผนไทย หากมีการวิจัยและพัฒนาเพิ่มเติมให้สามารถต่อยอดภูมิปัญญาไทยดังกล่าว แพทย์แผนไทยจะเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สามารถนำรายได้เข้าประเทศได้สูง

3. กลไกการทำงาน

สหราชอาณาจักรมีกลไกการทำงานที่ชัดเจน และเป็นองค์รวม ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม การสื่อสารและกีฬา ที่ดูแลนโยบายวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาธุรกิจและกฎ ระเบียบ รับผิดชอบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา กฎ ระเบียบต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาธุรกิจและกระทรวงนวัตกรรมและการฝึกทักษะ รับผิดชอบการพัฒนาและส่งเสริมทักษะวิชาชีพต่างๆ² หน่วยงานเหล่านี้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่ไม่หวังผลกำไรในระดับประเทศ อาทิ BBC Granada และ Royal Shakespeare Company และระดับท้องถิ่น อาทิ Birmingham Repertory Theatre

ขณะที่ประเทศอิตาลีมีกระทรวงมรดกและวัฒนธรรม เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการพัฒนาประเทศให้มุ่งสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และองค์กรส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ ในฐานะเป็นผู้ประสานงานหลักระหว่างภาคพัฒนา และริเริ่มกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ จัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรม ปรับปรุงสินค้าวัฒนธรรม และพัฒนาศักยภาพของสถานที่ทางประวัติศาสตร์ให้ดึงดูดความสนใจและเชื่อมต่อกับเมืองที่อยู่ล้อมรอบ ขยายโอกาสการพัฒนาและการกระจายรายได้ เพิ่มสัดส่วนชนชั้นกลางและกลุ่มคนสร้างสรรค์ และขยายโอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่

เกี่ยวเนื่อง นอกจากนี้ องค์กรส่วนท้องถิ่นยังมีบทบาทในการจัดเก็บ รวบรวมและพัฒนาระบบข้อมูลระดับประเทศ ให้เป็นข้อมูลเสริมสำหรับแลกเปลี่ยนระหว่างนักธุรกิจ นักลงทุน และแรงงานสร้างสรรค์



อย่างไรก็ตาม ในส่วนของประเทศไทย หน่วยงานของรัฐมีการดำเนินงานภายใต้โครงสร้างอำนาจหน้าที่ของหน่วยงาน อาทิ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รับผิดชอบในการกำหนดนโยบาย กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ รับผิดชอบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และเมืองครีเอทีฟ ด้านการเงิน การวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาวิชาชีพ เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ สถาบันทางการเงิน หรือธนาคารพาณิชย์ เป็นต้น

4. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในประเทศทั้งสามได้รับความสำคัญสูง รัฐบาลสหราชอาณาจักรได้กำหนดนโยบาย Creative Britain New talents for the New Economy โดยมุ่งพัฒนาตั้งแต่ระดับโรงเรียน วางรากฐานการศึกษาด้านการคิดสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านการเล่นตั้งแต่ในระดับก่อนวัยเรียน รวมทั้งส่งเสริมทักษะการคิดสร้างสรรค์ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา นอกเหนือไปจากโรงเรียนเฉพาะทาง รวมทั้งกระตุ้นให้องค์กรต่างๆ มีส่วนร่วม อาทิ แผนงานการออกแบบของกองทุนใหม่ของ Sorrell Foundation ที่เปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนทำงานร่วมกับนักศึกษาด้านการออกแบบในมหาวิทยาลัย หรือ First Light Movies ที่ส่งเสริมและเปิดโอกาสให้เยาวชนผลิตภาพยนตร์สั้น ตลอดจนจัดให้มีการวิจัยด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ให้สามารถผลิตแรงงานที่มี

¹ Santagata (2008), อ้างแล้ว, หน้า 56

² กระทรวงที่อ้างถึงได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม การสื่อสารและกีฬา (Department for Culture Media and Sport) กระทรวงพัฒนาธุรกิจและกฎ ระเบียบ (Department for Business Enterprise and Regulatory Reform) และกระทรวงนวัตกรรมและการฝึกทักษะ (Department for Innovation, Universities and Skills) เป็นกระทรวงในสมัยของรัฐบาล นายกอร์ดอน บราวน์ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง

ความรู้ ทักษะอาชีพตอบสนองความต้องการของตลาดในปัจจุบัน

สำหรับประเทศอิตาลี ภาครัฐมีแนวทางส่งเสริมการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ โดยให้ความรู้และฝึกทักษะตั้งแต่ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา รวมทั้งส่งเสริมให้องค์กรต่างๆ มีบทบาทร่วมดำเนินโครงการพัฒนาหลักสูตร การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านศิลปะระหว่างนักเรียนและศิลปินที่มีชื่อเสียง ส่วนประเทศไทย การพัฒนาคนด้านนี้ยังอยู่ในขั้นเริ่มต้นและในกลุ่มเล็กๆ ต้องใช้เวลาระยะหนึ่งในการพัฒนาให้กว้างขวางและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย

5. การเข้าถึงแหล่งงาน

รัฐบาลสหราชอาณาจักรเปิดช่องทางการเข้าถึงแหล่งงานให้แก่คนรุ่นใหม่ ผ่านโครงการต่างๆ อาทิ แผนงานสร้างเส้นทางผู้มีพรสวรรค์ที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และฝึกทักษะกับหน่วยงานต่างๆ เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จัดตั้งโครงการ Social Skills Councils ดูแลการพัฒนาทักษะแรงงานในภาคอุตสาหกรรม ได้ตั้งเป้าหมาย ที่จะให้เยาวชนเข้าฝึกงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ถึง 5,000 คนต่อปี ภายในปี 2556 เป็นการพัฒนาฝีมือและความคิดเชิงสร้างสรรค์

ประเทศอิตาลีมีทุนทางวัฒนธรรมสูงและมีการพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง อาทิ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดแรงงานจึงมีความต้องการคนรุ่นใหม่อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะในฤดูท่องเที่ยว นอกจากนี้ องค์การระดับภาค จังหวัด และท้องถิ่น มีการทำงานประสานกันเป็นองค์กรรวม

ประเทศไทยยังต้องพัฒนาการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ และการเตรียมคนรองรับความต้องการของตลาดเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต

6. การสนับสนุนจากภาครัฐ

รัฐบาลสหราชอาณาจักรให้การสนับสนุนอย่างชัดเจนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยจัดตั้งหลายกองทุน อาทิ กองทุนที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กองทุนสนับสนุนผู้ประกอบการในกรุงลอนดอน กองทุนร่วมทุนที่เน้นการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทุนการศึกษา ตลอดจนการสนับสนุนด้านภาษีและเงินทุนเฉพาะ เช่น โครงการความร่วมมือเพื่อการวิจัยและพัฒนา และโครงการพัฒนาเครือข่ายส่งต่อความรู้ เป็นต้น นอกจากนี้ มีการสร้างเครือข่าย

อุตสาหกรรมเกมส์ในเขตตะวันออกเฉียงเหนือ รับผิดชอบดูแลพื้นที่ในเขตดังกล่าว รวมทั้ง เครือข่ายอุตสาหกรรมภาพยนตร์และสื่อดิจิทัลในเมืองบริสตอล

ประเด็นที่รัฐบาลอิตาลีให้การสนับสนุน ได้แก่ ความรู้ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา³ ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ วิดีโอเกมส์ ซอฟต์แวร์ การพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ สามารถแข่งขันในตลาดโลกอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งให้การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา แก่มหาวิทยาลัยบอคโคนี เพื่อหาแนวทางขับเคลื่อนที่เหมาะสมกับประเทศ ตลอดจนได้กำหนดแนวทางการทำงานแบบบูรณาการครบวงจร ตั้งแต่การกำหนดคัลเลอร์ สร้างเครือข่ายและห่วงโซ่มูลค่าในรูปแบบการผลิตที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ องค์การระดับท้องถิ่นในหลายเมืองร่วมมือกันสนับสนุนทั้งในรูปกองทุนและเงินอุดหนุนการวิจัยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่นและเพิ่มมูลค่าให้กับทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาศักยภาพของแต่ละเมือง

ยกตัวอย่าง คลัสเตอร์กลุ่มวัฒนธรรมทางวัตถุ ในอุตสาหกรรมการออกแบบมุ่งสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปวัตถุและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ผลิตภัณฑ์จากไม้ เครื่องดนตรี ของเล่นเด็ก ศิลปะจากแก้ว เซรามิค เครื่องประดับ และเครื่องใช้ภายในบ้าน ขณะที่ อุตสาหกรรมแฟชั่น ผลิตภัณฑ์ออกแบบเสื้อผ้า และนำความรู้ด้านวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับยุคสมัย ส่วนกลุ่มอุตสาหกรรมบันเทิง เป็นกลุ่มที่ต้องอาศัยแนวคิดเชิงสร้างสรรค์และเทคนิคการผลิตที่ทันสมัยเกิดมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในปี 2547 ถึง 14,641.4 ล้านบาท เป็นลำดับที่ 3 รองจากอุตสาหกรรมแฟชั่น และอุตสาหกรรมการออกแบบและงานฝีมือ⁴ สำหรับมรดกทางวัฒนธรรม อาทิ พิพิธภัณฑสถาน โบสถ์ เป็นสิ่งที่เขตนานาชาติด้านการท่องเที่ยวสามารถพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่อเนื่องได้ง่าย

ขณะที่ประเทศไทยคงต้องหาแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จากการที่มีทั้งโอกาสและข้อได้เปรียบในการพัฒนาหลายประการทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย สติปัญญา ความรู้ ความสามารถของบุคลากร รวมทั้งข้อได้เปรียบทางภูมิประเทศ นอกจากนี้ ต้องสร้างเครือข่ายการทำงานพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างครบวงจรทั้งในแง่ของคลัสเตอร์ผลิตภัณฑ์ หรือพื้นที่ และการสร้างห่วงโซ่อุปทาน

บทสรุป

จากการศึกษาเปรียบเทียบทั้งสามประเทศพบว่า รัฐบาลของสหราชอาณาจักรเห็นความสำคัญและผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจัง ตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับท้องถิ่นจนบังเกิดผลเป็นรูปธรรมสามารถกระจายโอกาสการพัฒนาประเทศได้อย่างทั่วถึงทั้งที่มีทุนทางวัฒนธรรมไม่มากเหมือนหลายประเทศ

ขณะที่ประเทศอิตาลี แม้จะเริ่มขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ช้ากว่า แต่การเป็นเมืองวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ได้แก่ (1) การเป็นศูนย์กลางทางประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม (2) มีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละเมือง (3) มีสถาปัตยกรรมและงานศิลป์ที่ทรงคุณค่า (4) คนในชุมชนมีความผูกพันใกล้ชิด (5) มีการถ่ายทอดความรู้จากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง (6) แรงงานท้องถิ่นมีความชำนาญเฉพาะด้าน (7) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้รับการพัฒนา และ (8) ช่างฝีมือในชุมชนมีทักษะและปรับตัวเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทำให้สามารถพัฒนาและสร้างสรรค์ผลผลิตของแต่ละเมืองให้มีเอกลักษณ์ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาเมืองด้านต่างๆ และสามารถกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นร่วมมือกันพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ อยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างความเก่าแก่และคุณค่าทางวัฒนธรรมกับความทันสมัยในปัจจุบัน องค์กรในท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะการบริหารจัดการชุมชนที่ดีให้สามารถดูแลตนเองในเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและการพัฒนาต่างๆ ตั้งแต่การศึกษา วิจัย ฝึกอบรม การแบ่งเขตที่อยู่อาศัยและเขตอุตสาหกรรม การจัดการขยะมูลฝอย ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม และการปรับตัวของคนในชุมชนที่อาจมาจากหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม⁵

สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ถึงแม้ว่าอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ไทยมีข้อได้เปรียบหลายประการ อาทิ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม รวมทั้งขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและรักษาไว้ มีภูมิประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังดำรงอยู่และได้รับการอนุรักษ์ไว้เป็นอย่างดี และบางสถานที่ยังได้รับการอนุรักษ์ในฐานะมรดกโลก มีช่างฝีมือที่ทำงานประณีตละเอียดอ่อน มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลายทั้งป่าไม้ ภูเขา ทะเล ได้ริเริ่มดำเนินการมาระยะหนึ่ง เช่น อุทยานธรณีวิทยา อุทยานธรณีวิทยา วิสาหกิจสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อส่งออก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยคงต้องมีความชัดเจนในเรื่องหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เสริมสร้างการทำงานแบบบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ⁶ ปรับปรุงการถ่ายทอดความรู้ การศึกษา วิจัยและพัฒนา การประดิษฐ์คิดค้นหรือนวัตกรรม รวมทั้งปรับปรุงระเบียบกฎหมายที่คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่ล้ำสมัยให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว⁷ หากการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นไปตามที่ได้กำหนดไว้ ประเทศไทยจะสามารถสร้างผลผลิตที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทย เข้ากับองค์ความรู้ที่ครอบคลุมทั้งเทคโนโลยี นวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตให้เป็นที่ยอมรับ ปลอดภัย สร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืน

เปรียบเทียบเศรษฐกิจสร้างสรรค์รายประเทศ

ประเด็น	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	ไทย
1. ระดับนโยบาย	รัฐบาลกำหนดเป้าประสงค์ไว้ว่า ภายในปี 2556 มุ่งให้เศรษฐกิจระดับท้องถิ่นทั่วประเทศพัฒนาเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งจะพัฒนาให้ประเทศเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โลก	กระทรวงมรดกและวัฒนธรรม ประเทศอิตาลีได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยบอคโคเน่ เมืองมิลานเป็นผู้ศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศให้เป็นองค์รวม และหาแนวทางขับเคลื่อนการบูรณาการ จากการศึกษาพบว่า นโยบายพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะเป็นยุทธวิธีหลักในการพัฒนาประเทศให้ก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ⁸	ภาครัฐให้ความสำคัญและประกาศนโยบายนำทุนทางวัฒนธรรม ² มาขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และจัดทำแนวทางขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศบนพื้นฐานของทุนทางวัฒนธรรม

⁴ Santagata (2008), อ้างแล้ว, หน้า 35

⁵ Tinagli, I และ Florida, R. (2006), Italy in the Creative Age. หน้า 12-13

⁶ สศช. และ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy. หน้า 54-58.

⁷ สศช. และ ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ, รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy. หน้า 42

⁸ Santagata (2008), White Paper on creativity: Towards an Italian model of development เข้าถึงได้จาก http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/it_white_paper_creativity2009.pdf, เข้าถึงเมื่อ 1 ตุลาคม 2553.

ประเด็น	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	ไทย
2.ขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (จำแนกประเภท)	ประกอบด้วย 13 กลุ่ม 1. โฆษณา 2. สถาปัตยกรรม 3. ศิลปะและวัตถุโบราณ 4. หัตถกรรม 5. งานออกแบบ 6. แฟชั่น 7. ภาพยนตร์และวีดีโอ 8. ดนตรี 9. ศิลปะการแสดง 10. คอมพิวเตอร์และวีดีโอเกม 11. ซอฟต์แวร์ 12. โทรศัพท์และวิทยุ 13. สิ่งพิมพ์	แบ่งเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ในอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม เป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่ 1) วัฒนธรรมทางวัตถุ ได้แก่ แฟชั่น อุตสาหกรรมการออกแบบและงานฝีมือ อุตสาหกรรมอาหารและไวน์ 2) อุตสาหกรรมด้านบันเทิง ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร ได้แก่ คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ การพิมพ์ โฆษณา ภาพยนตร์ โทรทัศน์และวิทยุ 3) ประวัติศาสตร์และมรดกทางสุนทรียภาพ เช่น มรดกทางวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ดนตรีและการแสดง และศิลปะร่วมสมัย	ประกอบด้วย 15 กลุ่ม 1. งานออกแบบ 2. แฟชั่น 3. ธุรกิจโฆษณา 4. ภาพยนตร์และวีดีทัศน์ 5. การกระจายเสียง 6. ธุรกิจการพิมพ์ 7. สถาปัตยกรรม 8. ศิลปะการแสดง 9. ทักษะศิลป์ 10. งานฝีมือและหัตถกรรม 11. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 12. การแพทย์แผนไทย 13. อาหารไทย 14. ดนตรี 15. ซอฟต์แวร์
3.กลไกการทำงาน	สหราชอาณาจักรมีกลไกการทำงานที่ชัดเจนและเป็นองค์รวม ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม การสื่อสารและกีฬา ที่ดูแลนโยบายวัฒนธรรม กระทรวงพัฒนาธุรกิจและกฎ ระเบียบ ดูแลเรื่อง การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา กฎ ระเบียบต่างๆ รวมทั้งการพัฒนาธุรกิจ และ กระทรวงนวัตกรรม และการฝึกทักษะ ดูแล เรื่องการพัฒนาและส่งเสริม ทักษะวิชาชีพต่างๆ ⁹ ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ทำงานร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชนและหน่วยงานที่ไม่หวัง ผลกำไรอื่นๆ ทั้งในระดับประเทศ และในระดับท้องถิ่น	1) กระทรวงมรดกและวัฒนธรรม เป็นผู้ดูแลหลักในการพัฒนาประเทศในแง่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) องค์กรส่วนท้องถิ่น มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ประสานงานหลัก ระหว่างภาคีพัฒนา รวมทั้งริเริ่ม กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ต่างๆ และจัดตั้งกองทุนเพื่อการพัฒนา กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์จากทุนวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังมีบทบาทในการจัดเก็บรวบรวมและ พัฒนาระบบข้อมูลระดับประเทศ	หน่วยงานของรัฐดำเนินงานในลักษณะต่างคนต่างทำตามโครงสร้างอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานได้แก่ ด้านนโยบาย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ด้านการเงิน เช่น สถาบันทางการเงินหรือธนาคารพาณิชย์ ด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ เป็นต้น ด้านวิชาชีพต่างๆ เช่น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ เป็นต้น
4.การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์	รัฐบาลได้กำหนดนโยบาย Creative Britain New talents for the New Economy ที่วางรากฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ตั้งแต่การพัฒนาในระดับบุคคล โดยเน้นที่การส่งเสริมตั้งแต่ในระดับโรงเรียน จนถึงระดับมหาวิทยาลัย การฝึกทักษะอาชีพและปูพื้นฐาน การศึกษาในเรื่องการคิดเชิงสร้างสรรค์และการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำในระดับก่อนวัยเรียน รวมทั้งเสริมทักษะด้านการคิดเชิงสร้างสรรค์ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา	มีแนวทางส่งเสริมการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ ให้ความรู้และฝึกทักษะในระดับโรงเรียน รวมทั้งกระตุ้นให้องค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริม แนวทางการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ในระดับโรงเรียนและมหาวิทยาลัย ตลอดจนส่งเสริมภาคเอกชนให้เข้ามาร่วมดำเนินโครงการสร้างงาน	หน่วยงานของรัฐ ยังไม่มีมาตรการดำเนินการแบบองค์รวมในเรื่องการพัฒนาความรู้และทักษะของเศรษฐกิจสร้างสรรค์
5. การเข้าถึงแหล่งงาน	รัฐบาลสหราชอาณาจักรเปิดช่องทางการเข้าถึงแหล่งงานให้แก่คนรุ่นใหม่ โดยผ่านโครงการต่างๆ เช่น Talent Pathways Scheme ที่เปิดโอกาสและส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่ได้เรียนรู้และฝึกทักษะกับหน่วยงานจริง รวมทั้งจัดตั้งโครงการ Social Skills Councils ให้ดูแลการพัฒนาทักษะแรงงานในภาคอุตสาหกรรมและได้ตั้งเป้าหมายภายในปี 2556 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะเปิดโอกาสให้เยาวชนเข้าฝึกงานถึง 5,000 คนต่อปี	มีการทำงานประสานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์	การดำเนินงานยังเป็นลักษณะแยกส่วนตามอำนาจของหน่วยงานที่รับผิดชอบ

⁹ ทุนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของสังคมในทางใดทางหนึ่ง อาทิ ทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ ช่วยจัดระเบียบสังคม ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ต่อสังคมและปัจเจก แต่ทุนวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งที่ไม่จีรัง เปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี อาทิ การทอผ้าที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทย เมื่อมีโรงงานและเครื่องจักรเข้ามา ทำให้ทอผ้าได้รวดเร็วและราคาถูกกว่า หรือเมื่อการแพทย์แผนใหม่เข้ามาแทนที่การแพทย์แผนโบราณ ความต้องการของผู้คนก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป (ศ.ดร. ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ และ คณะฯ. “การสำรวจสถานะองค์ความรู้และแนวทางพัฒนาทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์” ภายใต้โครงการศึกษาของคณะทำงาน การศึกษา ศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, เข้าถึงได้จาก <http://www.nesac.go.th/document/show11.php? เข้าถึงเมื่อ 12 พ.ย. 2553>)

¹⁰ กระทรวงที่อ้างถึงได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม การสื่อสารและกีฬา (Department for Culture Media and Sport) กระทรวงพัฒนาธุรกิจและกฎ ระเบียบ (Department for Business Enterprise and Regulatory Reform) และกระทรวงนวัตกรรมและการฝึกทักษะ (Department for Innovation, Universities and Skills) เป็นกระทรวงในสมัยของรัฐบาล นายกอร์ดอน บราวน์ ซึ่งอาจมีการเปลี่ยนแปลงในภายหลัง

ประเด็น	สหราชอาณาจักร	อิตาลี	ไทย
6. การสนับสนุน	1. มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา รัฐบาลให้การสนับสนุนใน 5 ระดับ ได้แก่ (1) ระดับรัฐบาลและภูมิภาค ผ่านกองทุนที่ให้การสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2) การลงทุนสาธารณะ เช่น Creative Capital Fund กองทุนเพื่อการสนับสนุนผู้ประกอบการในกรุงลอนดอน (3) การลงทุนภาคเอกชน ผ่านกองทุนร่วมทุนที่เน้นการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (4) สนับสนุนทุนการศึกษา และสนับสนุนทางด้านภาษี และเงินทุนในโครงการความร่วมมือเพื่อการวิจัยและพัฒนา และโครงการพัฒนาเครือข่ายส่งต่อความรู้ 2. สนับสนุนการสร้างเครือข่าย อาทิ การสร้างเครือข่าย One North East และ Watershed Media Centre	มีแนวทางการส่งเสริมในประเด็นที่ต้องยกระดับให้ทันสมัยคือ ความรู้ทางเทคโนโลยี นวัตกรรม ข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา¹¹ ที่ทำให้อุตสาหกรรมในด้านภาพยนตร์ วิดีโอ เกมส์ ซอฟต์แวร์ การพิมพ์ โทรทัศน์วิทยุ มีประสิทธิภาพสามารถแข่งขันในตลาดนานาชาติได้ จากการกำหนดนโยบายด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม รัฐบาลอิตาลีจึงได้กำหนดแนวทางทำงานแบบบูรณาการครบวงจร ตั้งแต่การกำหนดคลัสเตอร์ สร้างเครือข่าย และห่วงโซ่มูลค่าในรูปแบบการผลิตที่ใกล้เคียงกัน	ปัจจุบันประเทศไทยมีกองทุนอุดหนุนเฉพาะการสร้างภาพยนตร์ไทย

เอกสารอ้างอิง

การุณันท์ รัตนแสนวงศ์, คอลัมน์ เวทีสาธารณะ: ทุนวัฒนธรรม ทิศทาง โอกาส และ ความท้าทาย หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. กันยายน 2553. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://22www.ryt9.com/s/tpd/982646> สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2553.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, รายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์, บริษัท บี.ซี.เพรส (บุญชิน) จำกัด. พฤษภาคม 2552.

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ไร้ราก (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://dreaminfection.com/2009/04/creativeecon/> สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2553

Chapain, C. and Comunian, R., **Enabling or Inhibiting the Creative Economy: the Role of the Local and Regional Dimensions in England**, Working paper series no 03.09, Economic Geography Research Group 2009. (online). เข้าถึงได้จาก http://www.egrug.org.uk/pdfs/egrug_wp0309.pdf สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553.

Department for Culture, media and sport, Department for Business Enterprise and Regulatory Reform, and Department for Innovation, Universities and Skills, UK, **Creative Britain – New Talents for the New Economy** (online) เข้าถึงได้จาก <http://wsa.ad-center.nesdb.go.th/cgi-bin/patience.cgi?id=60b2c2e1-6551-4246-b4a6-23dbcb5f8856> สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553.

Economia Criativa, **The Relationship between Creative Economy and Productivity** (online) เข้าถึงได้จาก www.economiacriativa.com/ec/en/index.asp สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553.

Santagata, W. **White Paper on creativity: Towards an Italian model of development** (English translation). USA: Creative Commons. 2009. (online) เข้าถึงได้จาก http://ec.europa.eu/culture/our-policydevelopment/doc/it_white_paper_creativity2009.pdf.

Tinagli, I and Florida, R.. **Italy in the Creative Age**, a part of the research project “Creative Cities”, Creativity Group Europe. (online), 2006. (online) เข้าถึงได้จาก http://www.andrew.cmu.edu/user/itinagli/assets/Italy%20in%20the%20Creative%20Age_Report_UK.pdf สืบค้นเมื่อ 1 ตุลาคม 2553.

¹¹ Santagata (2008), อ้างแล้ว, หน้า27

การตลาดเชิงวัฒนธรรมเกาหลีใต้ผ่านทาง ดนตรี ภาพยนตร์และการท่องเที่ยว



ภาพนี้ ขนาธิปกรณณ์ *

บทนำ

ประเทศเกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญด้านวัฒนธรรมมาตั้งแต่หลังสงครามเกาหลี เพื่อสร้างความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันของคนในชาติและป้องกันตนเองไม่ให้ตกเป็นเหยื่อวัฒนธรรมของต่างชาติ โดยประกาศนโยบายส่งเสริมวัฒนธรรม เพื่อนำพาวัฒนธรรมเกาหลีไปสู่สายตาประชาคมโลก และในปัจจุบันกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลีใต้ได้ถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 10 ของกระแสวัฒนธรรมโลก โดยเฉพาะกระแสนิยมวัฒนธรรมเกาหลีใต้ในประเทศไทยที่มาเป็นอันดับหนึ่ง เพราะสื่อต่าง ๆ ได้ให้ความสำคัญในวัฒนธรรมเกาหลีใต้ทุกประเภท อาทิ ละคร ภาพยนตร์ การแต่งกาย อาหารการกิน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งดารา นักร้องเกาหลีใต้ที่เรียกความนิยมชมชอบจากวัยรุ่นในประเทศต่าง ๆ ได้เป็นอย่างสูง จนได้รับการจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวติดอันดับที่ 31 ของโลกในปี 2552 และมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะคนไทยไปเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.4 ต่อปี

นโยบายด้านวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้พัฒนานโยบายด้านวัฒนธรรมมาอย่างต่อเนื่อง โครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดินในด้านวัฒนธรรมได้ถูกปรับปรุงมาตั้งแต่ปี 2491 กระทรวง

สารสนเทศรับผิดชอบงานด้านนี้ ต่อมาในปี 2541 ได้เปลี่ยนชื่อเป็นกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทำหน้าที่หลักคือนโยบายและส่งเสริมงานด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้จัดทำแผน 5 ปี เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ความเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรม โดยรัฐบาลเกาหลีใต้ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการดำเนินงานด้านวัฒนธรรมของภาคประชาชนอย่างเต็มที่ อาทิ ผลิตเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม สนับสนุนผลงานสร้างสรรค์เชิงเศรษฐกิจ อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม ส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรม พัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติที่จะไปสู่การรวมชาติ และสร้างความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยววัฒนธรรม

ความพยายามของรัฐบาลเกาหลีใต้ทำให้วัฒนธรรมหลายประเภท อาทิ ภาพยนตร์ วัฒนธรรมการแต่งกาย และอาหารการกิน ได้รับการยอมรับในต่างประเทศ เป็นทางเลือกใหม่ของการบริโภควัฒนธรรมภายนอกผ่านกลยุทธ์การสื่อสาร ปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการเผยแพร่วัฒนธรรมข้ามชาติของเกาหลีใต้ เป็นความตั้งใจในการกำหนดนโยบายและการพัฒนากลไกของรัฐบาลในการส่งเสริมวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่และได้รับการฟื้นฟู จนสามารถเป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีต้นทุนต่ำ ดึงดูดการท่องเที่ยวและการส่งออกที่สร้างรายได้ให้ประเทศ

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการพิเศษ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

กลยุทธ์ในการส่งเสริมวัฒนธรรมของเกาหลีใต้

รัฐบาลเกาหลีใต้ได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการพัฒนาวัฒนธรรมเกาหลีใต้ให้เป็นสินค้าชนิดหนึ่งที่สามารถขายได้ให้กับประเทศ จึงจัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลีใต้ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การถ่ายทอดเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีใต้ แนวคิดในการจัดตั้งองค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลีใต้ เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 หลังยุคฟองสบู่แตกในเอเชีย เห็นความสำคัญของการสนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและประเพณีของเกาหลีใต้ให้เผยแพร่ไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น โดยนำจุดแข็งของวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์

องค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลีใต้

องค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลีใต้ (Korea Culture and Content Agency – KOCCA) เกิดขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2544 ภายใต้อำนาจรับผิดชอบของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ทำให้พลังแห่งสื่อทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้แผ่ขยายไปในประเทศต่าง ๆ ทั่วเอเชีย ภารกิจหลักขององค์การวัฒนธรรมและสาร์ตละเกาหลีใต้มุ่งสนับสนุนให้นำเนื้อหาสาระความเป็นชาติสอดแทรกลงไปในสื่อบันเทิงต่าง ๆ ทั้งภาพยนตร์ เกมส์ ศิลปะ ดนตรี และแอนิเมชัน โดยพัฒนาเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้สูง โดยเฉพาะสร้างและพัฒนาคน เทคโนโลยีการส่งออก และผลักดันนโยบายต่าง ๆ นอกจากนี้ยังทำหน้าที่พัฒนาความร่วมมือกับประเทศต่าง ๆ ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดยร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ สถาบันส่งเสริมและพัฒนาเกมส์เกาหลีใต้ที่ส่งเสริมธุรกิจเกมส์ โรงผลิตการ์ตูนเกาหลีใต้ที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตการ์ตูน

การพัฒนาความเป็นชาติเกาหลีใต้

การพัฒนาความเป็นชาติเกาหลีใต้มุ่งส่งออกสินค้าสร้างสรรค์เชิงวัฒนธรรมสู่ตลาดภายนอก และส่งเสริมให้คนในชาติได้บริโภคสินค้าเหล่านี้ ทดแทนการนำเข้าวัฒนธรรมต่างชาติ เน้นการจรรโลงสังคม โดยเฉพาะภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ เนื่องจาก ในอดีตชาวเกาหลีใต้บางส่วนไม่นิยมดูภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เกาหลีใต้ เพราะมีเนื้อเรื่องซ้ำ ๆ น่าเบื่อ แต่การพัฒนาความเป็นชาติเกาหลีใต้ทำให้คนเกาหลีใต้ดูภาพยนตร์เกาหลีใต้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 50 เปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาโดยทั่วไปที่ประชาชนดูภาพยนตร์

ที่ผลิตในประเทศเพียงร้อยละ 10 - 20 เท่านั้น

ขณะที่ภาพยนตร์และละครของประเทศพัฒนาแล้ว เน้นการลงทุนทางเทคนิค ความลึกซึ้งซับซ้อนของเนื้อเรื่องที่ชวนให้ตีความ และความตื่นเต้นเร้าใจ แต่ภาพยนตร์เกาหลีใต้สมัยใหม่เน้นเรื่องราวของชีวิต การต่อสู้เพื่อความถูกต้องและจริยธรรม สะท้อนความสัมพันธ์อันดีที่เหมาะสมระหว่างผู้คนซึ่งเป็นแนวคิดตะวันออกที่ได้รับอิทธิพลมาจากหลักปรัชญาของขงจื้อ รวมทั้งเกิดความรู้สึกร่วมเชิงสร้างสรรค์ การรักชาติและการรวมชาติ

อุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในอุตสาหกรรมบันเทิง นำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่อง จากการสนับสนุนอย่างจริงจังของรัฐบาล อุตสาหกรรมบันเทิงเหล่านี้เป็นหนึ่งในสินค้าทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ที่เกิดขึ้นอย่างตั้งใจและมีกระบวนการวางแผนเป็นอย่างดีของรัฐบาลและภาคเอกชน

การนำวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และวิถีทัศน์ทางธรรมชาติมาผสมผสานอยู่ในสินค้าประเภทความบันเทิง ก่อให้เกิดความสนใจในกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการมาสัมผัสและเห็นของจริง จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ขยายตัวจาก "จุดขาย" ใหม่ อาทิ สถานที่ในฉากละคร ส่งผลให้เกิดธุรกิจทัวร์ตามรอยละครดังเป็นทัวร์รูปแบบใหม่ เรียกกันว่า "Drama Tour" เทียบไปตามสถานที่ต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดความทรงจำเกี่ยวกับความรักของ "พระเอก-นางเอก" ในละคร ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่ขายเรื่องราว และจินตนาการทำให้ "โลกแห่งมายา" เป็น "โลกเสมือนจริง"

ประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จในการทำให้เกิดพลังของ "สินค้าวัฒนธรรม" มุ่งส่งออกสินค้าวัฒนธรรมทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ในปี 2547 เป็นสินค้าที่ทำรายได้ให้กับเกาหลีใต้ได้ถึงร้อยละ 10 ของมูลค่าธุรกิจทั้งหมดของเกาหลีใต้ หรือคิดเป็นมูลค่าได้ประมาณ 300,000 ล้านบาท ซึ่งยังไม่นับธุรกิจต่อเนื่องอื่น ๆ ที่ได้รับผลพลอยได้จากความสำเร็จของละครและภาพยนตร์

การตลาดเชิงท่องเที่ยว

การจัดการด้านการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ให้ความสำคัญต่อการวางแผนระยะปานกลาง 3-5 ปี โดยกำหนดให้ปี 2010-2012 เป็นปีการท่องเที่ยวเกาหลีใต้ มีแนวความคิดที่แตกต่างกันในแต่ละปี ดังนี้

- ปี 2010 มุ่งเรื่องบ้านเมืองและวัฒนธรรม และ

ตารางแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปประเทศเกาหลีใต้

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศเกาหลีใต้ (คน)		อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)	
	คนไทย	ทุกชาติ	คนไทย	ทุกชาติ
2541	49,970	4,275,551	-19.9	9.4
2542	63,677	4,659,577	27.4	9.0
2543	87,883	5,321,600	38.0	14.2
2544	73,127	5,146,012	-16.8	-3.3
2545	73,972	5,346,117	1.2	3.9
2546	78,243	4,752,762	5.8	-11.1
2547	102,588	5,818,138	31.1	22.4
2548	112,724	6,022,752	9.9	3.5
2549	128,555	6,155,047	14.0	2.2
2550	146,792	6,448,240	14.2	4.8
2551	160,687	6,890,841	9.5	6.9
2552	190,972	7,817,533	18.8	13.4
2553 (ม.ค.-ก.ย.)	175,072	6,509,471	40.2	12.7

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา แห่งประเทศเกาหลีใต้

มีโครงการเมืองหลวงแห่งการออกแบบของโลกปี 2010 เป็นโครงการหลัก

- ปี 2011 มุ่งเรื่องธรรมชาติและมนุษย์ โดยจัดการแข่งขันกรีฑาชิงแชมป์โลกปี 2011 ที่แทกู
- ปี 2012 มุ่งเรื่องธรรมชาติแนวชายฝั่งทะเล โดยจัดให้มีโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลและชายฝั่ง (Yeosu International Exposition) ณ เมือง Yeosu

นอกจากการวางแผนระยะปานกลาง เกาหลีใต้ได้ให้ความสำคัญในการจัดการสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวตั้งแต่การดูแลให้ความสะดวกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว การบริการรองรับการเดินทาง เช่น ลานจอดรถ巴士ขนาดใหญ่ที่รับนักท่องเที่ยวหรือเรือขนาดใหญ่ สิ่งก่อสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมเกาหลีใต้ และการรักษาความสะอาด

ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว

World Economic Forum ซึ่งเป็นหนึ่งในสถาบันจัดลำดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่าง ๆ ได้จัดลำดับความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและท่องเที่ยวปี 2552 จำนวน 133 ประเทศ ปรากฏว่าประเทศเกาหลีใต้ได้รับการจัดลำดับเป็นลำดับที่

31 มีปัจจัยสำคัญ ๆ ได้แก่ ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางบก ทรัพยากรมนุษย์ทั้งด้านการศึกษา ฝึกอบรมและคุณภาพแรงงาน และทรัพยากรด้านวัฒนธรรม ขณะที่ประเทศไทยได้รับการจัดลำดับเป็นลำดับที่ 39 เมื่อพิจารณาเฉพาะภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก 25 ประเทศ ปรากฏว่าประเทศไทยได้รับการจัดลำดับเป็นลำดับที่ 7 รองจากประเทศออสเตรเลีย สิงคโปร์ ฮองกง นิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ได้ และมาเลเซีย ตามลำดับ ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ การท่องเที่ยว และขีดความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ในอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยว

ข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างประเทศของเกาหลีใต้

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางไปมาเยือนประเทศเกาหลีใต้ ระหว่างปี 2541-2553 (มกราคม-กันยายน) ปรากฏว่ามีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางมาประเทศเกาหลีใต้เฉลี่ย 5.72 ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.3 ต่อปี เป็นคนไทย 105,000 คนต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.1 ต่อปี โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 2550-2552 คนไทยไปเที่ยวเกาหลีใต้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องร้อยละ 8.4 ต่อปี

การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้ในประเทศไทย

ประเทศไทยได้ดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม โดยการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณี รวมทั้ง ค่านิยมของคนไทยให้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ การดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

1. การรณรงค์ให้คนไทยภูมิใจในความเป็นไทย เนื่องจากประเทศไทยมีวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีมากมาย ทั้งการแต่งกาย การรับประทานอาหาร และประเพณีงานบุญต่าง ๆ ซึ่งเป็นจุดขายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการศึกษารายละเอียดความเป็นมาของวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีในทุกมิติอย่างละเอียด เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบการนำเสนอใหม่ให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศและนักท่องเที่ยวชาวไทย

2. การนำวัฒนธรรมที่สะท้อนในรูปแบบ “ความเป็นไทย” โดยเฉพาะธุรกิจการให้บริการ โดยการนำความรู้และวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ของไทย อาทิ ภูมิปัญญา แพทย์แผนไทย หรือวัฒนธรรมความมีน้ำใจ หรือความเอื้ออาทรในการช่วยเหลือผู้สูงอายุ ผู้ป่วย มาประยุกต์ใช้ในการให้บริการนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

3. การสนับสนุนศิลปะการแสดงของไทย

สู่สากล โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือในการสื่อสารให้ผู้บริโภคต่างชาติได้เข้าใจในวัฒนธรรมไทย อาทิ การแสดงโขน หนังใหญ่ เป็นต้น ควรมีบทบาทเป็นภาษาสากล หรือแปลเนื้อเรื่องย่อสำหรับผู้ชมเป็นหลายภาษา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

บทสรุป

ประชาชนชาวเกาหลีใต้ส่วนใหญ่มีความเป็นชาตินิยมที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้ประวัติศาสตร์เป็นแรงผลักดันให้ประเทศเกาหลีใต้เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว กระแสเกาหลีใต้ได้นำไปสู่ความนิยมเกาหลีใต้ ทั้งในผู้คน สินค้าประเภทต่าง ๆ แฟชั่นการแต่งกาย อาหาร ภาษา รวมทั้งความสนใจในวัฒนธรรมเกาหลีใต้เป็นค่านิยมของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ทั่วโลกและต้องยอมรับกระแสเกาหลีใต้ทั้งหลายที่ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ มีการวางแผนอย่างรอบด้าน และได้รับการทุ่มเทสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนอย่างจริงจัง ทำให้ธุรกิจการส่งออกสื่อเนื้อหาด้านวัฒนธรรมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของเกาหลีใต้

เอกสารอ้างอิง

- รายงานการศึกษาดูงานประเทศเกาหลีใต้ใต้ กรณีศึกษา : อุตสาหกรรมบันเทิงและการท่องเที่ยว, ผู้เข้าอบรม หลักสูตร "นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม, ตุลาคม 2553
- เศรษฐกิจพันธ์ กระจำวงศ์ กรมองค์การระหว่างประเทศ เกาหลีใต้พีเวอร์ : การถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อ
- พิจิตรา ศุภสวัสดิ์กุล. ซีรีส์เกาหลีได้วาดด้วยการส่งออกทางวัฒนธรรม, กรุงเทพธุรกิจ วันพุธที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553
- นพดล สาลีโกชน และ พุทธกาล รัชธร.รายงานการเสนอผลงานวิจัยในการประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง ผลกระทบทางการค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศเกาหลีใต้ ผ่านทางกระแสเกาหลีใต้ในประเทศไทย, 3 กรกฎาคม 2553
- หนังสือพิมพ์ คม ชัด ลึก , กระแสวัฒนธรรมเกาหลีใต้ วันพุธที่ 1 และศุกร์ที่ 3 กรกฎาคม พ.ศ.2552 (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก www.psevikul.com/index.php?lay=show&ac...ld
- อเนก เพิ่มวงศ์เสนีย์ นักศึกษา ปรอ. รุ่นที่ 20. กระแสทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้กับบทเรียนของไทย , 2553

ทรัพย์สินทางปัญญา : แรงกระตุ้นสำคัญให้เกิดการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่

วัชรีย์ พุ่มทอง*

บทนำ

กระแสโลกาภิวัตน์และระบบการค้าเสรีของประเทศไทยที่พัฒนาแล้วและประเทศที่กำลังพัฒนาต่างให้ความสำคัญต่อการสร้างสรรค์ทรัพย์สินทางปัญญา ที่นำไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ สร้างความได้เปรียบทางการค้า โดยสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยพัฒนาผู้ประกอบการไทยให้มีการสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์ทรัพย์สินทางปัญญาเชิงพาณิชย์ในสาขาที่มีศักยภาพสูง และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ามากขึ้น

ความหมายของทรัพย์สินทางปัญญา¹

ทรัพย์สินทางปัญญาหมายถึงการสร้างสรรค์ทางปัญญาของมนุษย์และถือเป็นสิทธิในทรัพย์สินเนื่องจากเป็นผลทางปัญญาที่หุ้มนเท และไม่สามารถประเมินค่าในทางเศรษฐกิจได้ แสดงออกในรูปแบบที่อาจเป็นสิ่งจับต้องไม่ได้ อาทิ ความคิด แนวคิด กรรมวิธี หรือทฤษฎี และอาจรวมถึงความรู้ การค้นพบ หรือการสร้างสรรค์ และอาจปรากฏในรูปแบบที่จับต้องได้ อาทิ การประดิษฐ์สินค้า หรือสื่อรูปแบบอื่น จะเห็นได้ว่าทรัพย์สินทางปัญญาจะเน้นที่ผลผลิตของสติปัญญาและความชำนาญของมนุษย์ โดยไม่คำนึงถึงชนิดของการสร้างสรรค์ หรือวิธีการสร้างสรรค์

ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา

ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า (Agreement on Trade Related Aspects of Intellectual Property Rights : TRIPs) ที่มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2538 ได้จำแนกทรัพย์สินทางปัญญาออกเป็น 1) ลิขสิทธิ์และสิทธิเกี่ยวเนื่อง 2) สิทธิบัตร 3) เครื่องหมายการค้า 4) สิ่งบ่งชี้

ทางภูมิศาสตร์ 5) การออกแบบอุตสาหกรรม 6) การออกแบบผังภูมิ (ภูมิสถาปัตยกรรม) ของวงจรรวม และ 7) การคุ้มครองข้อสนเทศที่ไม่เปิดเผย ทรัพย์สินทางปัญญาที่สำคัญและพบมากที่สุด ได้แก่ ลิขสิทธิ์ สิทธิบัตร และเครื่องหมายการค้า

ลิขสิทธิ์

ลิขสิทธิ์ หมายถึง สิทธิแต่เพียงผู้เดียวที่จะกระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ผู้สร้างสรรค์ได้ริเริ่ม เป็นผลงานที่เกิดจากการใช้สติปัญญา ความรู้ ความสามารถ และความวิริยะอุตสาหะในการสร้างสรรค์ ไม่ลอกเลียนงานของผู้อื่น ลิขสิทธิ์เป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่กฎหมายให้ความคุ้มครอง ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 แทนพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2521 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2538 มีวัตถุประสงค์ให้ความคุ้มครอง ป้องกันผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและศีลธรรม ซึ่งบุคคลพึงได้รับจากผลงานสร้างสรรค์อันเกิดจากความคิดและสติปัญญาของตน นอกจากนี้ มุ่งสนับสนุนให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงาน เมื่อผู้สร้างสรรค์ได้รับผลประโยชน์ตอบแทนย่อมเกิดกำลังใจที่จะคิดค้นสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานมากขึ้น งานสร้างสรรค์ที่จะได้รับความคุ้มครองมี 9 ประเภท ได้แก่ งานวรรณกรรม งานนาฏกรรม งานศิลปกรรม งานดนตรีกรรม งานสิ่งบันทึกเสียง งานโสตทัศนวัสดุ งานภาพยนตร์ งานแพร่เสียงแพร่ภาพ รวมถึงงานอื่นๆ ในด้านวรรณคดี วิทยาศาสตร์ หรือศิลปะ งานเหล่านี้ถือเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่มีคุณค่าทางเศรษฐกิจ นับตั้งแต่ปี 2535-2552 มีการจดลิขสิทธิ์รวม 207,689 ราย เป็นงานดนตรีกรรมมากที่สุดร้อยละ 64.7 รองลงมาเป็นงานศิลปกรรมร้อยละ 17.9

การคุ้มครองลิขสิทธิ์

สิทธิในลิขสิทธิ์เกิดขึ้นทันทีนับแต่ผู้ริเริ่มได้สร้างสรรค์ผลงานโดยไม่ต้องจดทะเบียน หรือผ่านพิธีการใดๆ ผู้เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

¹ กรมทรัพย์สินทางปัญญา เข้าถึงได้จาก <http://www.ipthailand.go.th/>

เครื่องกลเติมอากาศ “กังหันน้ำชัยพัฒนา” ได้รับการพิจารณาและ
ทูลเกล้าฯ ถวายสิทธิบัตรในพระปรมาภิไธย เมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ.
2536 นับเป็นสิ่งประดิษฐ์เครื่องกลเติมอากาศเครื่องที่ 9 ของโลกที่ได้
รับสิทธิบัตรและเป็นครั้งแรกที่ได้มีการรับจดทะเบียนและออกสิทธิบัตร
ถวายแด่พระมหากษัตริย์ จึงนับได้ว่าสิทธิบัตรเครื่องกลเติมอากาศใน
พระปรมาภิไธยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวนั้นเป็น “สิทธิบัตรในพระ
ปรมาภิไธยของพระมหากษัตริย์พระองค์แรกในประวัติศาสตร์ชาติไทยและเป็นครั้งแรกของโลก” (มูลนิธิชัย
พัฒนา เข้าถึงได้จาก <http://www.chaipat.or.th/chaipat/index>)



ประโยชน์จากผลงานสร้างสรรค์ อาทิ การทำซ้ำ ดัดแปลง
การเผยแพร่ต่อสาธารณชน การให้เช่า ตลอดจนอนุญาต
ให้ผู้อื่นใช้สิทธิในการเข้าซื้อ โดยทั่วไปอายุการคุ้มครอง
สิทธิจะมีผลเกิดขึ้นทันทีที่มีการสร้างสรรค์ผลงาน และจะ
คุ้มครองตลอดอายุของผู้สร้างสรรค์ต่อเนื่องต่อไปอีก 50 ปี
นับแต่ผู้สร้างสรรค์เสียชีวิต

สิทธิบัตร

สิทธิบัตรหมายถึงหนังสือสำคัญที่รัฐออกให้
เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์² หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์
ที่มีลักษณะตามที่กฎหมายกำหนด เป็นสิทธิพิเศษที่
ให้ผู้ประดิษฐ์คิดค้นหรือผู้ออกแบบผลิตภัณฑ์มีสิทธิที่จะผลิต
หรือจำหน่ายสินค้าแต่เพียงผู้เดียวในช่วงระยะเวลาหนึ่ง
การจดทะเบียนสิทธิบัตรเพื่อป้องกันการละเมิดหรือนำ
ไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์โดยไม่ได้รับอนุญาต สิทธิบัตร
การประดิษฐ์มีอายุ 20 ปี ส่วนสิทธิบัตรการออกแบบ
ผลิตภัณฑ์มีอายุ 10 ปีนับแต่วันที่ขอรับสิทธิ ในช่วง 30 ปี
ที่ผ่านมา(2522-2552) มีสิทธิบัตรจดทะเบียนทั้งสิ้น
27,580 ราย เป็นสิทธิบัตรของคนไทย 7,926 ราย และ
ต่างชาติ 19,654 ราย

อนุสิทธิบัตร เป็นหนังสือสำคัญที่รัฐออกให้เพื่อ
คุ้มครองการประดิษฐ์จะมีลักษณะคล้ายกับการประดิษฐ์
แต่เป็นความคิดสร้างสรรค์ที่มีระดับการพัฒนาเทคโนโลยี
ไม่สูงมาก หรือเป็นการประดิษฐ์คิดค้นเพียงเล็กน้อย และ
มีประโยชน์ใช้สอยสูงขึ้น อนุสิทธิบัตรมีอายุการคุ้มครอง
6 ปีนับตั้งแต่วันขอรับอนุสิทธิบัตร

สนธิสัญญาความร่วมมือด้านสิทธิบัตร

สนธิสัญญาความร่วมมือด้านสิทธิบัตร เป็น
ความตกลงระหว่างประเทศสำหรับการขอรับความ
คุ้มครองการประดิษฐ์ในประเทศที่เป็นสมาชิก เพื่อ
อำนวยความสะดวกและลดภาระของผู้ขอรับสิทธิบัตร
สามารถยื่นคำขอที่สำนักงานสิทธิบัตรภายในประเทศของ
ตน สำนักงานสิทธิบัตรก็จะส่งคำขอไปดำเนินการตาม
ขั้นตอนของระบบ ที่องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก
ประเทศไทยสมัครเข้าเป็นภาคีสถิติสนธิสัญญาความร่วมมือ
ด้านสิทธิบัตร เมื่อวันที่ 24 กันยายน 2552 ถือเป็นสมาชิก
ลำดับที่ 142

เครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าหมายถึง เครื่องหมาย
หรือสัญลักษณ์หรือตราที่ใช้กับสินค้าหรือบริการ เป็น
เครื่องหมายที่ให้ความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติ
เครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราช
บัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2543
เครื่องหมายการค้าหรือตราสินค้าเปรียบเสมือนเครื่อง
มือทางการตลาดให้ผู้บริโภคจดจำได้ หากใช้เพียงอย่าง
เดียวแต่ไม่ได้จดทะเบียนคุ้มครองสิทธิ ผู้อื่นอาจนำ
เครื่องหมายนี้ไปจดทะเบียน ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงต้อง
คำนึงถึงเรื่องการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพราะ
เครื่องหมายการค้าอาจมีมูลค่าสูงทางเศรษฐกิจถ้าเป็นที่
รู้จักกันทั่วประเทศ เครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้ว
จะมีอายุการคุ้มครอง 10 ปี เมื่อครบกำหนดสามารถที่จะ

² การประดิษฐ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับลักษณะองค์ประกอบ โครงสร้างหรือกลไกของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกรรมวิธีในการผลิต การรักษา
หรือปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น หรือทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม อาทิ กลไกของเครื่องยนต์ ยารักษาโรค ส่วนการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับรูปร่างลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างไปจากเดิม อาทิ การออกแบบแก้วน้ำให้มี
รูปร่างเหมือนรองเท้า

ต่ออายุได้คราวละ 10 ปี เครื่องหมายการค้าที่สำคัญมี 4 ประเภท ได้แก่

▶▶ เครื่องหมายการค้า เป็นเครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น อาทิ บริษัท มาม่า กระทิงแดง

▶▶ เครื่องหมายบริการ เป็นเครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการ แสดงว่าบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น อาทิ รูปดอกจាំปีของการบินไทย ธนาคารโรงแรม



▶▶ เครื่องหมายรับรอง เป็นเครื่องหมายที่เจ้าของรับรองใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบุคคลอื่น เป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าหรือบริการ อาทิ เซลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ ฮาลาล



▶▶ เครื่องหมายร่วม เป็นเครื่องหมายการค้าหรือบริการที่ใช้โดยบริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือ

สมาชิกของสมาคม กลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน อาทิ ตราช้างของบริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด



สรุป

ปัจจุบันทรัพย์สินทางปัญญานับว่าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง และควรค่าต่อการที่จะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย ด้วยเหตุผลที่ว่า การประดิษฐ์คิดค้นกรรมวิธีต่างๆ จุดกำเนิดของการได้มาจากการคิด ปัญญาของมนุษย์ ผสมกับระยะเวลาที่ทุ่มเทให้กับ การศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลงานนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ทรงคุณค่าเป็นที่ภูมิใจของผู้ประดิษฐ์ ดังนั้น ผลงานดังกล่าวจึงควรค่าแก่การคุ้มครอง จากเหตุที่กล่าวมานี้จึงได้มีการบัญญัติเป็นกฎหมายเพื่อให้การคุ้มครอง เป็นพระราชบัญญัติสิทธิบัตร ลิขสิทธิ์ เครื่องหมายการค้า ให้การคุ้มครองในหลักการและรูปแบบที่แตกต่างกัน การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเดิมเป็นเพียงการสนับสนุน การสร้างสรรค์ทางปัญญา และตระหนักถึงความเป็นธรรมตามธรรมชาติของบุคคล ต่อมาได้ขยายรองรับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของชาติ เพื่อให้หลุดรอดจากการกระทำที่กำหนดโดยประเทศคู่ค้า ในที่สุด การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาได้ยกขึ้นไปสู่ฐานะประเทศ การคุ้มครองจึงไม่ใช่เพียงเพื่อกระตุ้นให้มีการสร้างสรรค์ทางปัญญาและปกป้องผลประโยชน์ของบุคคลอีกต่อไป แต่ทำให้เศรษฐกิจของชาติมีการพัฒนาในแนวทางที่มีความยั่งยืนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา **ทรัพย์สินทางปัญญาของไทย** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.ipthailand.go.th/ip-thailand/index.php?lang=th>

ทางด่วนข้อมูล **ทรัพย์สินทางปัญญา** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก http://pcoc.moc.go.th/pcocsys/web_pcoc_express/home/view_right.aspx

ศูนย์กลางความรู้แห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร **ทรัพย์สินทางปัญญา** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก <http://www.store.tkc.go.th/multimedia/tun/6.software/software.html>

หน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจราชภัฏนครสวรรค์, **ทรัพย์สินทางปัญญา** (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก www.nsrub.ac.th/nsrub/article/showarticle.asp?id

โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์¹

สุชาติ ชะนะภัย*

ความเป็นมา

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นแรงผลักดันให้ประเทศต่างๆ พยายามที่จะสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ มุ่งสร้างความได้เปรียบโดยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ แนวทางหนึ่งที่ประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศได้ให้ความสำคัญและนำมาใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนา คือ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม ผสมผสานกับเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศ

สำหรับประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง ในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน และได้ทำการศึกษาการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นข้อมูลพื้นฐานสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อไป

การดำเนินการศึกษา

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ภายใต้สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้ ได้ร่วมกันดำเนินการศึกษาเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” แบ่งเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย 1) การกำหนดกรอบความคิด 2) การวิเคราะห์เชิงลึก และ 3) การกำหนดยุทธศาสตร์และการผลักดันสู่การปฏิบัติ

สำหรับการศึกษานี้เป็นการศึกษาระยะที่หนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ข้อมูลพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการวิเคราะห์สถานภาพปัจจุบัน ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย การพัฒนาและขับเคลื่อน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและต่างประเทศ โดยทบทวนกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนำมาใช้ในการจัดทำข้อเสนอการจัดขอบเขตและประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย นำไปสู่การวัดมูลค่าและปริมาณทางเศรษฐกิจ ตลอดจนศึกษานโยบายและสถานะของปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาที่เอื้อต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขัน การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยกับต่างประเทศ กรณีศึกษา 3 ประเทศได้แก่ สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และฮ่องกง เพื่อชี้ให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาที่ประสบผลสำเร็จในต่างประเทศ แล้วนำมาปรับใช้อย่างเหมาะสมในกรณีของไทย

การดำเนินงานในระยะต่อไป

รายงานการศึกษานี้จะนำไปใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการดำเนินการศึกษาในเชิงลึกในระยะที่ 2 และ 3 มีเป้าหมายเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ใช้เป็นกรอบการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างบูรณาการเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยจะทำการศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นยุทธศาสตร์ การเก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับประเทศตัวอย่าง การกำหนดตำแหน่งและยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและแนวทางการขับเคลื่อนไปสู่การปฏิบัติ

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (The Creative Economy) พฤษภาคม 2552

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผน ชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สศช.

¹ เรียบเรียงจากรายงานการศึกษาเบื้องต้น “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy” จัดทำโดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ภายใต้สำนักงานบริหารและจัดการองค์ความรู้

รายงานความเคลื่อนไหวของ สคช.

วิมลมาส ประยงค์ทรัพย์ *



การดำเนินงานคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์แห่งชาติ

1. คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์
แห่งชาติ หรือ กศส. จัดตั้งขึ้นตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์
แห่งชาติ พ.ศ. 2553 เมื่อวันที่ 8 กันยายน 2553 ประกอบด้วย
กรรมการ 31 คน มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ
รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจเป็นรองประธาน รัฐมนตรีที่
เกี่ยวข้อง 13 กระทรวง รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี
และที่ปรึกษานายกรัฐมนตรีซึ่งนายกรัฐมนตรีมอบหมาย
เลขาธิการนายกรัฐมนตรี ผู้แทนภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิ
ซึ่งนายกรัฐมนตรีแต่งตั้งไม่เกิน 3 คน เป็นกรรมการ และ
เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
เป็นกรรมการและเลขานุการ และอธิบดีกรมทรัพย์สินทาง
ปัญญาและผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ
เป็นกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ มีอำนาจหน้าที่ ดังนี้
(1) เสนอแนะนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อคณะรัฐมนตรี
(2) เสนอแนะแนวทาง มาตรการเพื่อผลักดันนโยบาย
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อคณะรัฐมนตรี (3) จัดทำกรอบ
แนวทางและหลักเกณฑ์ในการพิจารณากลับกรองโครงการ
ภายใต้ต้นนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งการพิจารณา
กลับกรองโครงการ (4) จัดทำแผนกลยุทธ์และประชาสัมพันธ์
นโยบาย (5) ประสาน ติดตาม ประเมินผลการปฏิบัติงาน
ตามแผนกลยุทธ์ (6) แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารสำนักงาน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กบศส.) คณะอนุกรรมการ
และคณะที่ปรึกษา เพื่อดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้
ได้กำหนดให้สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (สคช.)
เป็นหน่วยงานภายในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
สำนักนายกรัฐมนตรี

กศส. ได้มีการประชุมไปแล้ว 3 ครั้ง ในช่วงเดือน
ตุลาคม 2553-มีนาคม 2554 มีผลการประชุมสรุป ดังนี้

1.1 การประชุม กศส. ครั้งที่ 1/2553 เมื่อ
วันพฤหัสบดีที่ 14 ตุลาคม 2553 ที่ประชุมได้มอบหมายให้
สคช. ดำเนินการ ดังนี้

(1) จัดทำกรอบนโยบายเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ ที่ครอบคลุมกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ เป้าหมายการพัฒนา ยุทธศาสตร์และแนวทางการ
พัฒนา รวมทั้งโครงการสำคัญ ให้ดำเนินการแล้วเสร็จภายใน
6 เดือน

(2) จัดทำกรอบแนวทางหลักเกณฑ์
ในการพิจารณากลับกรองโครงการ ขับเคลื่อนนโยบาย
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ พร้อมทั้งกำหนดแนวทาง
และกระบวนการติดตามประเมินผลการดำเนินโครงการของ
หน่วยงานต่างๆ

(3) ทารื้อกับภาคเอกชนในการหา
ผู้ทรงคุณวุฒิด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม
เป็นกรรมการในคณะกรรมการบริหารสำนักงานเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์แห่งชาติ

* นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ สำนักประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา

(4) ท้าหรือกับประธานกรรมการ กศส. ในการปรับปรุงร่างระเบียบกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก่อนส่งให้คณะกรรมการตรวจสอบร่างกฎหมายและร่าง อนุบัญญัติเสนอคณะรัฐมนตรี ตรวจสอบพิจารณาและดำเนินการ ต่อไป

สศช. ในฐานะกรรมการและเลขานุการของ กศส. ได้รายงานผลการประชุมคณะกรรมการฯ ครั้งที่ 1/2553 ดังกล่าว ให้คณะรัฐมนตรีรับทราบผลการพิจารณาและมติ ของคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่อังคารที่ 7 ธันวาคม 2553

1.2 การประชุม กศส. ครั้งที่ 2/2553 เมื่อ วันพฤหัสบดีที่ 23 ธันวาคม 2553 ที่ประชุมมีมติ ดังนี้

(1) เห็นชอบองค์ประกอบของคณะกรรมการบริหารกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยให้จัดตั้ง กองทุนฯ จำนวน 300 ล้านบาท ภายใต้ความรับผิดชอบของ สศช. และให้เลขาธิการ สศช. เป็นประธานกรรมการบริหาร กองทุนฯ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นรองประธานฯ ผู้แทนกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวง เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงบประมาณ กรมบัญชีกลาง สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี และ ผู้ทรงคุณวุฒิไม่เกินสามคนเป็นกรรมการ มีรองเลขาธิการ สศช. เป็นกรรมการและเลขานุการ และผู้อำนวยการ สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติเป็นกรรมการและ ผู้ช่วยเลขานุการ

(2) เห็นชอบการแต่งตั้งคณะอนุกรรมการ ขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามข้อเสนอของ กรมทรัพย์สินทางปัญญา ที่มีองค์ประกอบ 36 คน ประกอบด้วย รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายอลงกรณ์ พลบุตร) เป็นประธานอนุกรรมการฯ ประธานที่ปรึกษารัฐมนตรี ช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายสัญญา สิริบุตร) เป็น รองประธานอนุกรรมการฯ และอนุกรรมการจากหน่วยงาน ภาครัฐ ผู้แทนภาคเอกชน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 32 คน มีผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติเป็น อนุกรรมการและเลขานุการ และเจ้าหน้าที่สำนักงาน สศช. เป็นอนุกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ เป็นกลไกหลักใน การขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามทิศทางที่ คณะกรรมการ กศส. กำหนด

(3) เห็นชอบให้มีการแก้ไขระเบียบสำนัก นายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. 2553 ที่ให้อำนาจนายกรัฐมนตรี แต่งตั้งผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ

จากผู้ที่เป็นข้าราชการ โดยขยายขอบเขตให้กว้างขึ้นและ เปลี่ยนจาก “ข้าราชการ” เป็น “เจ้าหน้าที่ของรัฐ” ให้ ครอบคลุมถึงข้าราชการ พนักงาน เจ้าหน้าที่ หรือผู้ปฏิบัติ งานอื่นในกระทรวง กรม ราชการส่วนภูมิภาค ราชการส่วน ท้องถิ่น รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ

(4) มอบหมายให้อธิบดีกรมทรัพย์สินทาง ปัญญาทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจ สร้างสรรค์แห่งชาติ อีกตำแหน่งหนึ่งจนกว่าจะมีการแต่งตั้ง ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ อย่าง เป็นทางการ ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการ ขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ฯ ที่ได้แก้ไขแล้ว

1.3 การประชุม กศส. ครั้งที่ 1/2554 เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2554 ที่ประชุมมีมติ ดังนี้

(1) รับทราบความคืบหน้าการจัดตั้ง กองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้ลงนาม ในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยกองทุนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ พ.ศ. 2554 เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2554 ขณะนี้อยู่ระหว่างการประกาศในราชกิจจานุเบกษา

(2) รับทราบผลการศึกษาโครงการความ ร่วมมือระหว่าง สศช. และ UNDP เรื่อง Thailand's National Strategy on Creative Economy โดยมี ข้อเสนอแนะว่า ควรมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรของประเทศ ให้เหมาะสมกับความต้องการของแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ช่วง วัยเรียนจนถึงช่วงวัยประกอบธุรกิจ ตลอดจนศึกษาวิจัยและ พัฒนาระบบข้อมูล โดยมอบหมาย สศช. รับข้อเสนอที่ได้ จากรายงานการศึกษาไปประกอบการจัดทำแนวทางการ พัฒนาเพื่อขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป



(3) เห็นชอบกรอบการกำหนดนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ตามที่ สศช. ในฐานะ ฝ่ายเลขานุการนำเสนอ ประกอบด้วย การกำหนดค่านิยม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ใหม่ และกรอบการกำหนดนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในลักษณะที่เป็นกลุ่มเครือข่าย วิสาหกิจ ทั้งนี้ ควรเพิ่มเติมการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่าง ภาครัฐและภาคเอกชน และการคัดเลือกอุตสาหกรรมเพื่อ การส่งเสริมสนับสนุน ควรเป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทย มีศักยภาพสูง นอกจากนี้ ที่ประชุมมีมติ ให้คงค่านิยม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่า ด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ และให้ใช้ค่านิยมใหม่ที่มีความชัดเจนบรรจุไว้ในคู่มือปฏิบัติงาน และพิจารณาปรับปรุงแก้ไขในระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีฯ ต่อไป รวมทั้ง ให้ สศช. ดำเนินการหารือภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในการกำหนดกรอบนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์

(4) มอบหมายให้ สศช. ศึกษาวิเคราะห์ หารูปแบบและแนวทางการจัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจ สร้างสรรค์แห่งชาติ ในรูปแบบองค์การมหาชน ตามที่ อธิบดีกรมทรัพย์สินทางปัญญานำเสนอ เพื่อหารูปแบบ และแนวทางที่เหมาะสมในการจัดองค์กรเพื่อขับเคลื่อน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมอย่างเป็นระบบ มี การบูรณาการ และไม่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานที่มีอยู่เดิม เสนอ กศส. พิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

(5) มอบหมายให้ สศช. กระทรวงการคลัง และ สศส. ศึกษาวิเคราะห์แหล่งเงินทุนและระบบการให้ เงินกู้ยืมในการสนับสนุนแก่ภาคธุรกิจสร้างสรรค์ เพื่อหา รูปแบบการปรับปรุงระบบการสนับสนุนทางการเงินที่ เหมาะสมเสนอ กศส. ต่อไป

2. คณะกรรมการบริหารสำนักงานเศรษฐกิจ สร้างสรรค์แห่งชาติ (กบศส.) นายกรัฐมนตรีในฐานะ ประธานกรรมการ กศส. ได้มีคำสั่งที่ 1/2553 แต่งตั้งคณะ กรรมการบริหารสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน 2553 ประกอบด้วย กรรมการ จำนวน 8 คน มีนายสัญญา สิริบุตร เป็นที่ปรึกษา คณะกรรมการฯ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงพาณิชย์ (นายอลงกรณ์ พลบุตร) เป็นประธานกรรมการฯ รองเลขาธิการ

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่ ได้รับมอบหมายเป็นรองประธานกรรมการฯ และผู้อำนวยการ สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติเป็นกรรมการ และเลขานุการ กบศส. มีอำนาจหน้าที่ (1) ควบคุมดูแลการ ดำเนินงานและการบริหารงานทั่วไป ตลอดจนออกระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือข้อกำหนดเกี่ยวกับการดำเนินงาน ของ สศส. (2) รายงานผลการดำเนินงานของ สศส. ต่อ กศส. อย่างน้อยปีละหนึ่งครั้ง (3) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการ หรือคณะทำงานเพื่อดำเนินการตามที่ กบศส. มอบหมาย

สศช. บรรจุแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11

สศช. จัดทำร่างทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งได้ผ่านความเห็นชอบ จากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม 2553 ที่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนากลุ่มสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ใน ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และการสร้าง ปัจจัยแวดล้อม โดยส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนา เชิงลึกกลุ่มสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพของ ประเทศ ส่งเสริมการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่ม มูลค่าสินค้าและบริการ พัฒนาปัจจัยแวดล้อมด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาบุคลากรให้สามารถ ตอบสนองความต้องการของภาคการผลิตและบริการ ทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการ ให้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างสรรค์สินค้าและ บริการใหม่ๆ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็น ทางเลือกหนึ่งในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ และความภาคภูมิใจให้กับ คนไทย

ในช่วงเดือนมีนาคม - มิถุนายน 2554 สศช. จะนำร่างยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เข้าสู่ กระบวนการระดมความคิดเห็นของภาคีการพัฒนาทั้งใน ระดับส่วนกลางและส่วนภูมิภาค และการประชุมประจำปี 2554 ของ สศช. ฯลฯ เพื่อปรับปรุงร่างยุทธศาสตร์ของ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 แล้วเสนอต่อคณะกรรมการ สศช. สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณา ก่อนที่จะทูลเกล้าฯ ถวายเพื่อทรงลง พระปรมาภิไธยประกาศใช้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ในวันที่ 1 ตุลาคม 2554 ต่อไป