

เศรษฐกิจสร้างสรรค์: ความหมาย แนวคิด และโอกาส สำหรับประเทศไทย

Creative Economy: Definition, Concept and Opportunity for Thailand

นพพร จันทรน้ำชู¹

บทคัดย่อ

จุดมุ่งหมายของบทความนี้ต้องการนำเสนอให้เห็นว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการใช้ความรู้และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความมีส่วนร่วม ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจระดับฐานราก และสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถสร้างโอกาสสำหรับประเทศไทย ในการปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจจากการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยต้นทุนต่ำ มาเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้วยความคิดสร้างสรรค์ และนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน

Abstract

The objective of this article is to show that creative economy is knowledge and creativity used for creating jobs, income and participation. It also promotes human development, local wisdom strengths for grounded economy, and supports changes in economic environment. Moreover, The creative economy creates opportunities for Thailand to change its economic strategy from taking advantage of competition in the low-cost economy to competition in the creative one. This, in the end, would bring about balanceable and sustainable development.

คำสำคัญ: เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ประเทศไทย

Keywords: Creative Economy, Thailand

บทนำ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ที่เน้นการผลิตจำนวนมาก เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาดและการลดต้นทุนการผลิต อันนำมาซึ่งความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้ทรัพยากรของชุมชนทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรมนุษย์กลายเป็นเพียง

วัตถุดิบราคาถูกเพื่อสนับสนุนการเติบโตของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม อีกทั้งยังทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นกลายเป็นสิ่งที่ไม่มีความสำคัญสำหรับการพัฒนาในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม (อภิชาติ พันธเสน, 2535: 6-8) แต่ด้วยเงื่อนไขในการแข่งขันทางเศรษฐกิจในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้แต่ละประเทศไม่สามารถใช้ต้นทุน

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

การผลิตที่ต่ำในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อีกต่อไป ประกอบกับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจบนฐานความรู้ การอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจที่จะสามารถนำความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552ก: 12) บทความนี้จึงต้องการนำเสนอถึงความหมายและความเป็นมาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากนั้นเป็นการนำเสนอแนวคิดและความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์สภาพการณ์และโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับการพัฒนาประเทศได้อย่างสมดุลและยั่งยืน

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังไม่มีคำนิยามที่ได้รับการยอมรับร่วมกัน หากแต่มีการปรับใช้ความหมายให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละประเทศ และเป็นความหมายในลักษณะองค์รวมที่เชื่อมโยงกันอย่างมีปฏิสัมพันธ์ระหว่าง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

จอห์น ฮาวกินส์ (Howkins, 2001: 3) กล่าวว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative economy) หมายถึง การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์

หน่วยงานอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานวัฒนธรรม สื่อ และกีฬาแห่งสหราชอาณาจักร (Creative Industries Task Force, 2001: 5) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าหมายถึงเศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ และสามารถส่งมอบและส่งผ่าน

จากฐานเก่าสู่ฐานใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (UNCTAD, 2008: 3-4) ได้สรุปความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าครอบคลุมถึงประเด็นต่างๆ ดังนี้

- เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับศักยภาพในการใช้สินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative assets) เพื่อพัฒนาและสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจ
 - สนับสนุนให้เกิดการสร้างงาน การสร้างรายได้ การสร้างความมีส่วนร่วมทางสังคม การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
 - ครอบคลุมถึงลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ที่มีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี สินทรัพย์ทางปัญญา และการท่องเที่ยว
 - เป็นชุดของกิจกรรมทางเศรษฐกิจฐานความรู้ที่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในระดับฐานรากเข้ากับเศรษฐกิจในระดับมหภาค
 - เป็นเงื่อนไขที่เป็นไปได้สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่จะนำไปพัฒนานโยบายด้านวัฒนธรรมเชิงบูรณาการเพื่อการพัฒนา
- จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างงาน การสร้างรายได้ และการสร้างความมีส่วนร่วมในสังคม เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจในระดับฐานรากให้เข้ากับเศรษฐกิจมหภาค อันนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

ความเป็นมาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การพัฒนาเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมโดยมุ่งผลิตสินค้าและบริการที่มีลักษณะเหมือนกันแก่ผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม และมีการผลิตจำนวนมาก (Mass production) เพื่อให้เกิดการประหยัดจากขนาด (Economy of scale) ส่งผลให้ต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตลดลง และทำให้กำไรของผู้ประกอบการสูงขึ้น อีกทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม ยังทำ

ให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับการผลิตในภาคอุตสาหกรรม และเป็นแหล่งสนับสนุนแรงงานราคาถูกในการทำหน้าที่เป็นเพียงส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิตให้แก่ภาคอุตสาหกรรมในเมือง (วิทยากร เชียงกูล, 2526: 18) ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันทางเศรษฐกิจจากการใช้ปัจจัยการผลิตราคาถูก (Factor driven economy) วิธีการผลิตดังกล่าวส่งผลให้ทรัพยากรในชุมชนถูกนำมาใช้อย่างสิ้นเปลือง อีกทั้งวิธีการผลิตของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมยังทำให้เกิดสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรมลง (อภิชาติ พันธเสน, 2535: 6-8) ยิ่งไปกว่านั้นความรู้ของชุมชนหรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในวิถีชีวิตของชุมชนถูกทำให้ไม่มีบทบาทและความสำคัญใดๆ ภายใต้การพัฒนาตามระบบทุนนิยมอุตสาหกรรม

แต่ด้วยเงื่อนไขและสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่เปลี่ยนผ่านจากยุคเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial economy) มาสู่ยุคเศรษฐกิจข้อมูลข่าวสาร (Information economy) ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นสำคัญ จนถึงยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge economy) โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับฐานการผลิตและบุคลากรของประเทศ (ซูทียิมิตรชอบ, 2553: 1) และเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้ จำเป็นต้องมีความได้เปรียบทางความคิดสร้างสรรค์ (Innovation driven economy) นั่นคือ ความสามารถในการใช้ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และธุรกิจรูปแบบใหม่ รวมทั้งสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพกว่าประเทศอื่นๆ (ซีดาร์ ไวลด์, 2553: 5) นอกจากนี้ รูปแบบวิถีการบริโภคที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้การแข่งขันทางธุรกิจไม่สามารถใช้ต้นทุนและราคาที่เป็นสิ่งกระตุ้นการบริโภคและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Comparative advantage) ได้อีกต่อไป รวมไปถึงข้อจำกัดด้านทรัพยากรธรรมชาติที่ลดน้อยลง ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้รูปแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจต้องเปลี่ยนแปลงจาก

เดิมไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ที่ใช้ความรู้ นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกในการพัฒนาเศรษฐกิจที่จะนำพาประเทศหลุดพ้นจากการพึ่งพาปัจจัยการผลิตราคาถูก และใช้ทรัพยากรการผลิตอย่างสิ้นเปลือง และเปลี่ยนมาเป็นการพัฒนาประเทศที่อาศัยการเชื่อมโยงกัน ทั้งภาคเกษตรกรรม ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

แนวคิดที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ 3 ด้านที่มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันในการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีดังนี้ (UNCTAD, 2008: 15-21)

1) **ด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative industry)** หมายถึง วงจรของการคิด การผลิต การจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Creative goods and services) และทรัพย์สินทางปัญญามาเป็นวัตถุดิบ โดยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจฐานความรู้ที่สร้างทั้งสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมที่มีทั้งความคิดสร้างสรรค์ มูลค่าทางเศรษฐกิจ และสามารถตอบสนองความต้องการทางการตลาด ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงเป็นได้ทั้งระดับปัจเจกบุคคล ผู้ประกอบการในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับชุมชนท้องถิ่นจนถึงเครือข่ายทางธุรกิจขนาดใหญ่ในระดับประเทศและระดับโลก

2) **ด้านทรัพยากรมนุษย์ (People)** ทรัพยากรมนุษย์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มี 2 ส่วน

ส่วนแรกคือ ขนชั้นสร้างสรรค์ (Creative class) ขนชั้นสร้างสรรค์จะเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ คุณค่า ความเป็นปัจเจก ความยืดหยุ่น ความเปิดกว้าง และความหลากหลายในการสร้างแนวคิด รูปแบบและผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังที่ริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับขนชั้นสร้างสรรค์ ไว้ในหนังสือ *The rise of the creative class* ในปี 2002 ไว้ว่า ด้วยแรงขับของสำนักในด้านดีจะทำให้การทำงานด้วยพลังสร้างสรรค์ของกลุ่มขนชั้นสร้างสรรค์เหล่านี้ ส่งผลที่ดีทั้งต่อผลิตภัณฑ์ ผลงาน และส่งผลในด้านสังคมด้วย ซึ่งหมายถึงว่ากิจกรรมต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์กับงานของพวกเขา นั้น จะนำไปสู่การมีชีวิตที่มีความสุขและรวมทั้งการพัฒนามนุษยชาติที่ดีขึ้น (วิริยะ สว่างโชติ, 2552: 20-23) กลุ่มขนชั้นสร้างสรรค์จึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และการพัฒนาเศรษฐกิจ ผ่านความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน

ส่วนที่ 2 ผู้ประกอบการสร้างสรรค์ (Creative entrepreneurs) จอห์น ฮาวกินส์ ได้นิยามความหมายของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ไว้ว่ามีลักษณะคล้ายกับผู้ประกอบการในรูปแบบดั้งเดิมที่ยังคงให้ความสำคัญกับการแสวงหารายได้และผลประโยชน์ และนำทรัพยากรการผลิตที่มีอยู่อย่างจำกัด เช่น วัตถุดิบ แรงงาน เครื่องจักร มาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตสินค้าและบริการให้ตอบสนองความต้องการของตลาด แต่จะมีข้อแตกต่างที่สำคัญตรงที่ ผู้ประกอบการสร้างสรรค์จะใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นทรัพยากรในการสร้างความมั่งคั่งให้เกิดขึ้น สามารถแปลงความคิดให้เป็นธุรกิจ มีความคิดริเริ่ม มีหัวใจของนักธุรกิจ และสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่จะแสดงถึงสมรรถนะของผลิตภัณฑ์ที่จะเข้าสู่ตลาด (Howkins, 2001: 5) ดังนั้น องค์กรและสังคมที่ใช้เพียงความคิดสร้างสรรค์ของคนบางกลุ่ม จะส่งผลให้องค์กรและสังคมนั้นมีความก้าวหน้าอยู่ในระดับต่ำ ส่วนองค์กรและสังคมที่สามารถทำให้มนุษย์ส่วนใหญ่ทั้งในระดับผู้ประกอบการและบุคลากรได้มีส่วนร่วมในกระบวนการ

ของการคิดสร้างสรรค์ องค์กรและสังคมนั้นจะเป็นองค์กรและสังคมที่มีทั้งศักยภาพและโอกาสในการสร้างสรรค์ได้อย่างไม่สิ้นสุด

3) ด้านพื้นที่ พื้นที่เป็นองค์ประกอบสำหรับการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนคือ **ส่วนที่ 1 เมืองสร้างสรรค์ (Creative city)** ความหมายของเมืองสร้างสรรค์ในที่นี้ไม่ใช่เป็นเรื่องของการปรับปรุงภูมิทัศน์หรือการพัฒนาเมืองในเชิงท่องเที่ยวเพียงด้านเดียว แต่ยังหมายถึงแนวคิดของการพัฒนาเมืองที่สนับสนุนให้เกิดกิจกรรมเศรษฐกิจจากความคิดสร้างสรรค์ ที่เป็นแหล่งดึงดูดและเป็นศูนย์รวมของขนชั้นสร้างสรรค์และผู้ประกอบการสร้างสรรค์จากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากขนชั้นสร้างสรรค์เหล่านี้เปรียบเหมือนสินทรัพย์สำคัญที่เคลื่อนที่ไปทั่วโลก เพื่อแสวงหาสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ (อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล, 2553: 15-16) เมืองสร้างสรรค์จึงเป็นพื้นที่ที่ประกอบกิจกรรมทางวัฒนธรรมหลากหลายประเภท เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ในหน้าที่ทางเศรษฐกิจและสังคมของเมืองและเป็นพื้นที่ของการสร้างสรรค์สินค้าและบริการ

ปัจจัยที่นำไปสู่ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ประกอบด้วย ลักษณะทางกายภาพ 4 ประการ ประการแรกคือ การมีพื้นที่สาธารณะที่ทำให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วม ประการที่สอง คือ การเชื่อมโยงผู้คนด้วยเส้นทางสัญจร ประการที่สาม คือ การเป็นศูนย์รวมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร แหล่งบันเทิง แหล่งความรู้ และประการที่สี่ คือ การมีระบบขนส่งสาธารณะรองรับความเป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยนำความรู้มาพัฒนาเมืองให้มีลักษณะของการผสมผสานระหว่างประวัติศาสตร์และโครงสร้างที่ทันสมัย เพื่อให้ลักษณะทางกายภาพของเมืองมีปฏิสัมพันธ์ที่แท้จริงระหว่างคนกับเมือง ซึ่งการสร้างบรรยากาศของความเป็นเมืองสร้างสรรค์จะต้องมีลักษณะสำคัญคือ ความเป็นเมืองที่เปิดกว้างทางความคิด มีสถานที่ที่เปิดโอกาสให้มีการเรียนรู้และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้อให้เกิด

กระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการประกอบธุรกิจ ทั้งในแหล่งพื้นที่เมืองและผ่านเครือข่ายทั่วโลก พร้อมทั้งมีสภาพแวดล้อมที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการสร้างสรรค์และนักคิดจากแหล่งต่างๆ มาแสวงหาแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลงาน การอยู่อาศัยและประกอบธุรกิจ ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ วิสัยทัศน์ผู้นำของเมืองและประเทศที่เข้าใจถึงกระบวนการสร้างเมืองที่มีสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ความคิดสร้างสรรค์ การประกอบธุรกิจและการอยู่อาศัย รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นฐานของการสร้างแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ (อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล, 2553: 17-18)

ส่วนที่ 2 การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative cluster) การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นการรวมตัวของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการดำเนินกิจการที่มีจุดประสงค์ร่วมในการผลิตผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ทั้งที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันและในพื้นที่ที่ห่างไกลกัน ให้มีความร่วมมือเกื้อหนุน เชื่อมโยง และเสริมกิจการซึ่งกันและกัน อย่างครบวงจร (Commonality and complementary) ประกอบด้วย การสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical linkage) ซึ่งเป็นความเชื่อมโยงของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งแต่ธุรกิจต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และการสร้างเครือข่ายความเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal linkage) ซึ่งเป็นความเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจและหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านต่างๆ เช่น ธุรกิจบริการ สถาบันการศึกษาและฝึกอบรม สถาบันวิจัยพัฒนา ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายของการสร้างเครือข่าย เช่น การสร้างความชำนาญเฉพาะ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีการผลิต การแบ่งปันแลกเปลี่ยนอุปกรณ์การผลิต การเพิ่มผลิตภาพ และการสร้างนวัตกรรมร่วมกัน ซึ่งเป็นเงื่อนไขสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาประเทศ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญในฐานะที่เป็นทางเลือกในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่จะส่งเสริมการพัฒนามนุษย์ การสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในประเด็นดังต่อไปนี้ (ศุภวุฒิ สายเชื้อ, 2552: 106; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552: 53-65)

1) **ด้านทรัพยากรมนุษย์** การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิมจะเน้นการใช้เครื่องจักร ทำงานร่วมกับแรงงาน โดยให้แรงงานทำงานเฉพาะด้าน และทำงานในรูปแบบเดิมตลอดเวลา ให้เกิดความชำนาญเพื่อลดต้นทุนการผลิต และทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำ โดยไม่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะการทำงานให้แก่แรงงาน นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการขาดแคลนแรงงานราคาถูก และการแข่งขันจากประเทศอื่นที่มีค่าจ้างแรงงานถูกกว่า ขณะที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จะส่งเสริมการจ้างงาน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำงาน เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันจากความคิดสร้างสรรค์ และไม่จำเป็นต้องลดค่าจ้างแรงงานให้ต่ำเพื่อแข่งขันกับสินค้าของประเทศอื่น

2) **ด้านความรู้** การผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิม ผู้ประกอบการเพื่อการส่งออกส่วนใหญ่เป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตที่รอคำสั่งซื้อจากต่างประเทศ และจำเป็นต้องพึ่งพาเงินลงทุน อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการไม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ของตนให้เข้ากับเครื่องจักร อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง และไม่สามารถสร้างโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ และเพิ่มผลิตภาพของอุตสาหกรรมโดยอาศัยพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่มีอยู่ ทำให้มูลค่าของผลผลิตที่ประเทศได้รับจากการประกอบการอยู่ในระดับต่ำ ขณะที่การพัฒนา

ประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่จำเป็นต้องพึ่งพิงเทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิตจากต่างประเทศ แต่เพียงอย่างเดียว หากแต่ผู้ประกอบการสามารถใช้ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และปัจจัยการผลิตในชุมชนในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาเงินลงทุนจำนวนมาก และสามารถใช้จ่ายเงินลงทุนจากสมาชิกของกลุ่มหรือชุมชน อันเป็นการสร้างความมีส่วนร่วมให้แก่คนในชุมชนได้อีกทางหนึ่งด้วย

3) ด้านสิ่งแวดล้อม ในอดีตการผลิตในลักษณะอุตสาหกรรมแบบเดิม รัฐมักผ่อนปรนเงื่อนไขด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสุขภาพในการตั้งโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ เพื่อจูงใจนักลงทุนให้เข้ามาลงทุนในภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการลงทุนจากต่างประเทศ แต่ปัจจุบันเงื่อนไขและข้อจำกัดของการลงทุนในอุตสาหกรรมขนาดใหญ่จะมีมากขึ้น ทั้งข้อจำกัดด้านสิ่งแวดล้อม ข้อจำกัดด้านสุขภาพ ข้อกำหนดของรัฐธรรมนูญและกฎหมายต่างๆ ทำให้การลงทุนในอุตสาหกรรมแบบเดิมไม่สามารถทำได้อย่างปราศจากข้อจำกัดเช่นในอดีต ขณะที่การพัฒนาประเทศตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่วนใหญ่ จะไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและด้านสุขภาพ เนื่องจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นต้องมีการลงทุนขนาดใหญ่ เช่น ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน อุตสาหกรรมการออกแบบ และมักเป็นธุรกิจด้านการให้บริการ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้มีการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้ดียิ่งขึ้น

4) ด้านความยั่งยืน อุตสาหกรรมแบบเดิมส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมที่รับจ้างผลิตตามคำสั่งซื้อ และจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบ เครื่องจักร เทคโนโลยี และตลาดต่างประเทศ อีกทั้งต้องลดต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้นทุนค่าจ้างแรงงานให้ต่ำลง เพื่อจูงใจนักลงทุนต่างประเทศให้เข้ามาลงทุน ส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจโลกทำให้โครงสร้างการผลิตในประเทศมีความอ่อนแอและได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจโลก

ได้ง่าย ขณะที่การพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการ มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับสินค้าในกลุ่มที่ประเทศมีความสามารถในการแข่งขันอยู่แล้ว ทำให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องกตราคาสินค้าให้ต่ำเพื่อแข่งขันกับผู้ผลิตรายอื่น รวมทั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในกลุ่มสินค้าที่สอดคล้องกับศักยภาพของประเทศ จึงสามารถลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาภาคเศรษฐกิจใดภาคเศรษฐกิจหนึ่ง ซึ่งช่วยให้การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมีความยั่งยืนมากกว่า

เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการพัฒนา ที่จะสามารถพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมความรู้ของชุมชน ส่งเสริมคุณภาพของสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนให้แก่โครงสร้างทางเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องสร้างโอกาสของประเทศในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สภาพการณ์และโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย ได้มีการกำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมงานสร้างสรรค์ในหลายด้าน ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552: 67) ได้จัดแบ่งสินค้าและบริการภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยยึดตามกรอบของ UNCTAD ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ด้าน

1. ด้านมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพ การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย
2. ด้านศิลปะ ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
3. ด้านสื่อสมัยใหม่ ประกอบด้วย ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียง และดนตรี

4. ด้านงานสร้างสรรค์และออกแบบประกอบด้วย พบว่า มีมูลค่าเฉลี่ย 1,010,081.02 ล้านบาท หรือคิด
การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และ เป็นร้อยละ 11.2 ของผลิตภัณฑ์ภายในประเทศมวลรวม
ซอฟต์แวร์ (Gross Domestic Product: GDP) โดยมีสัดส่วนที่
เมื่อพิจารณามูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ลดลงจากร้อยละ 12.04 ในปี พ.ศ.2549 เป็นร้อยละ
ของประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2549 ถึงปี พ.ศ. 2553 10.33 ในปี 2551 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

พ.ศ.	มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (ล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)
2549	944,842.74	12.04
2550	972,072.14	11.40
2551	1,021,671.48	11.25
2552	994,926.48	11.00
2553	1,116,892.25	10.33
เฉลี่ย	1,010,081.02	11.2

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556)

เมื่อพิจารณามูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิด มีมูลค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ รองลงมาคือด้านสื่อสมัยใหม่
สร้างสรรค์ในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 - 2553 ด้านศิลปะ และด้านการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม
จำแนกรายด้านได้ดังนี้ ด้านงานสร้างสรรค์และออกแบบ และธรรมชาติ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จำแนกรายด้าน

หน่วย: ล้านบาท

พ.ศ.	การสืบทอดมรดกทาง วัฒนธรรมและธรรมชาติ	ศิลปะ	สื่อ สมัยใหม่	งานสร้างสรรค์ และออกแบบ	รวม
2549	84,660.61	163,690.06	244,875.39	451,616.68	944,842.74
2550	83,650.19	175,569.96	256,068.68	456,783.33	972,072.16
2551	86,725.01	189,035.20	268,304.08	477,553.20	1,021,617.49
2552	85,821.01	168,904.59	268,898.43	471,302.45	994,926.48
2553	99,249.16	197,733.65	288,544.68	531,364.76	1,116,892.25
เฉลี่ย	88,021.20	178,986.69	265,338.25	477,724.08	1,010,070.22

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2556)

อย่างไรก็ตาม ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ยังไม่ได้มีการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยไว้อย่างชัดเจน ทำให้ขาดการมองภาพรวมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ แต่ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ได้มีการกำหนดให้ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจที่มีเสถียรภาพบนฐานความรู้ เพื่อเป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งทางด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ดังนั้น โอกาสของประเทศไทยในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจากการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูก ไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผลผลิตและพัฒนาเศรษฐกิจจากความคิดสร้างสรรค์ ด้วยโอกาสดังต่อไปนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552: 70-71; เจริญชัย ไชยไพฑูริย์วงศ์, 2552: 28)

1) กระแสความนิยมในวัฒนธรรมตะวันออก ส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมของประเทศในทวีปเอเชีย ทั้งประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศเกาหลีใต้ ประเทศอินเดีย รวมทั้งประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดมาเป็นเวลานาน และเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย จึงเป็นโอกาสของประเทศไทยที่จะนำวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทย มาเสริมสร้างกระบวนการผลิตสินค้าและบริการ ตลอดจนเพิ่มคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจของการผลิตและบริการ

2) จากการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยเฉพาะสาขาการแพทย์และสาธารณสุข ทำให้ประชากรทั่วโลกมีอายุยืนยาวขึ้น และเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนาบริการเชิงสุขภาพ เช่น การให้บริการดูแลผู้สูงอายุ การให้บริการการแพทย์และสุขภาพ การให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะพำนักพักพิงในระยะยาว ภาครัฐและผู้ประกอบการของไทย จึงจำเป็นต้องเร่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างภาคการผลิตและบริการของประเทศให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและรูปแบบการบริโภคของประชากรโลกที่เปลี่ยนแปลงไป

3) ประเทศไทยมีภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีความหลากหลายทางชีวภาพ อันเป็นทุนสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ซึ่งเป็นการเดินทางที่นำไปสู่ประสบการณ์ที่แท้จริง และมีการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมในงานศิลปะและคุณลักษณะพิเศษของสถานที่ และยังทำให้เกิดการเชื่อมสัมพันธ์กับผู้คนที่ยอาศัยอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์วัฒนธรรมที่ยังมีชีวิตนั้นขึ้นมา ประกอบกับคนไทยมีนิสัยอ่อนน้อม ถ่อมตน ปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นได้ง่าย มีความเป็นมิตร และมีใจรักในงานบริการ และที่สำคัญที่สุด คือ รอยยิ้ม อันเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถสร้างความประทับใจต่อผู้มาเยือน และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ธุรกิจบริการและธุรกิจท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4) ความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศไทย สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายทางสังคมและสร้างโอกาสทางธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ เช่น การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น สินค้าไทยทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย ให้เข้ากับความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ การพัฒนาด้านการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche market) ผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แม้ว่าประเทศไทยจะมีโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งด้านความต้องการของตลาดและความพร้อมของปัจจัยพื้นฐานของประเทศ อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดอันเป็นอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายประการ บทความนี้จึงมีข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552: 70-85)

1) การขาดผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะในระดับผู้ประกอบการยังขาดการพัฒนาทักษะ และความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้มีจุดเด่น จึงยังมุ่งที่จะใช้ปัจจัยการผลิตราคาถูกเพื่อนำมาผลิตสินค้าและบริการที่ต้นทุนต่ำ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เครื่องมือเครื่องจักร และแรงงาน มากกว่าที่จะใช้ปัจจัยการผลิตที่เป็นความรู้ และภูมิปัญญาท้องถิ่นและการต่อยอดด้วยความคิดและนวัตกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด และก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก

ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพ ให้สามารถใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสังคมสร้างสรรค์ (Creative society) ให้ธุรกิจสามารถก้าวทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก และสามารถแข่งขันทางเศรษฐกิจกับประเทศอื่นๆ ในเวทีระดับโลกได้ต่อไป

2) หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ยังขาดการให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น กระทรวงศึกษาธิการ ที่ยังมุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาพรวม โดยขาดการพัฒนาหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคการผลิต รายสาขา และมีทักษะในการพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อขับเคลื่อนการผลิต

ทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการเชิงสร้างสรรค์

ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการของภาคการผลิตรายสาขา โดยจำเป็นต้องมีการสร้างระบบประสานความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับหน่วยงานภาคการผลิต เช่น การสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการร่างหลักสูตรการเรียนการสอน เพื่อปรับทิศทางการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการบุคลากรในสาขาที่ขาดแคลน

3) การขาดกลไกบูรณาการการทำงานและการเชื่อมโยงการทำงานขององค์กร ที่สนับสนุนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แม้ว่าปัจจุบันได้มีหน่วยงานภาครัฐที่เริ่มมีบทบาทและให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สปร.) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) เป็นต้น แต่ยังขาดกลไกเชื่อมโยงการทำงาน และช่องทางการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็น ทำให้การปฏิบัติงานตามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีทิศทางที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ลักษณะการปฏิบัติงานขาดความสอดคล้องและไม่สนับสนุนซึ่งกันและกัน

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงควรมีแนวทางการดำเนินงาน โดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ และควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนงานโครงการเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย และเกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

4) การขาดสภาพแวดล้อมโดยรวมที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการบริหารจัดการสินทรัพย์ทางปัญญายังไม่เข้มแข็ง เช่น ระเบียบและกระบวนการขอขึ้นทะเบียนสิทธิบัตรยังมีความล่าช้า การบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันการละเมิดสินทรัพย์

ทางปัญญายังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และขาดมาตรการจูงใจที่เอื้อต่อการลงทุนพัฒนาระบบการผลิตที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งขาดกลไกในการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดจากการวิจัยและพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์อย่างเป็นธรรม

ภาครัฐจึงควรเพิ่มมาตรการกระตุ้นเพื่อส่งเสริมการลงทุนระหว่างภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ด้วยนวัตกรรมและองค์ความรู้สมัยใหม่ พัฒนาลานงานสินทรัพย์ทางปัญญาให้มีความสามารถในการประเมินมูลค่าสินทรัพย์ทางปัญญาเชิงสร้างสรรค์ ผลักดันให้มีการบังคับใช้กฎหมาย เพื่อพิทักษ์สินทรัพย์ทางปัญญาและป้องกันการละเมิด ตลอดจนส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนด้านการเงินสำหรับผู้ประกอบการและธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาระบบปล่อยสินเชื่อและบทบาทการประกันสินเชื่อของสถาบันการเงินให้รองรับธุรกิจสร้างสรรค์ที่ใช้สินทรัพย์ทางปัญญาเป็นปัจจัยการผลิตสำคัญ

5) การขาดการบูรณาการเครือข่ายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ จากต้นน้ำจนถึงปลายน้ำตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) แม้ว่าจะมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่รวมตัวกัน แต่ส่วนใหญ่เป็นการรวมตัวอย่างกระจัดกระจาย และเป็นการรวมกลุ่มอาชีพเพื่อสร้างอำนาจต่อรองกับผู้ค้าส่ง ลูกค้า และกำหนดนโยบายการตลาดร่วมกัน มากกว่าจะเป็นการรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานผลิตและเครือข่ายวิสาหกิจด้วยกันดังเช่นในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ

ภาครัฐจึงควรมีการพัฒนาสถาบันและบูรณาการบทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้อง ให้เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายอุตสาหกรรมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ซึ่งรวมถึงการจัดทำนโยบายและกำหนดกลยุทธ์ระดับชาติ ประสานงานและบูรณาการกระทรวงและหน่วยงานสนับสนุนต่างๆ ที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยตรง ตลอดจนติดตามประเมินผลความก้าวหน้าของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยรวม

6) การขาดระบบฐานข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลที่มีความต่อเนื่องและทันสมัย รวมทั้งการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ แม้ว่าจะมีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำหน้าที่จัดเก็บข้อมูล เช่น สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้ดำเนินการจัดทำ การสำรวจข้อมูลการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของประชาชนไว้ก็ตาม

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการจัดทำฐานข้อมูล และมีระบบการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ โดยกำหนดมาตรฐานขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้ชัดเจน และวิธีการจัดเก็บข้อมูลที่ได้รับการยอมรับและมีความน่าเชื่อถือ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมิน ติดตามผล และกำหนดนโยบายการพัฒนา

บทสรุป

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ได้ส่งผลให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาของประเทศเปลี่ยนจากการสร้างความได้เปรียบจากต้นทุนการผลิตที่ต่ำ มาเป็นการสร้างความได้เปรียบจากความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างงาน รายได้ ความมีส่วนร่วมในสังคม รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์ มีการนำความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจระดับฐานราก ซึ่งโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีทั้งความต้องการของตลาดสินค้าและบริการ และความต้องการในการบริการสำหรับสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น ขณะที่ประเทศไทยมีความพร้อมและความเหมาะสมทั้งด้านทรัพยากร การท่องเที่ยว ผู้ให้บริการ และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านการตลาดที่จะสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน

ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งชุมชน จึงควรร่วมกัน
ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนา
ผู้ประกอบการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การประสาน
ความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนา
กฎระเบียบให้เหมาะสม การพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ และการจัดการระบบข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ
อันจะเป็นการสนับสนุนโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนา
ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสามารถเป็นทางเลือก
ของการพัฒนาเศรษฐกิจในทุกภาคส่วนได้อย่างเป็นธรรมชาติ

เอกสารอ้างอิง

เจริญชัย ไชยไพฑูริย์วงศ์. (2552). “รอยยิ้ม” อัตลักษณ์ไทย
ที่ชวนหลงใหลในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(Creative Economy). [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ
19 พฤษภาคม 2554. จาก <http://www.creativethailand.org/th/resource/report.php>.

ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2553, มิถุนายน). เศรษฐกิจสร้างสรรค์
แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย
ในทศวรรษหน้า. วารสารสุขโขทัยธรรมมาธิราช.
5(1), 81-114.

ชีดาร์ ไรลลี่. (2553). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ โอกาสและ
อุปสรรคสำหรับประเทศไทย. [ออนไลน์].
สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2554. จาก <http://www.creativethailand.org/th/resource/report.php>.

วิทยาการเชิงกุล. (2526). การพัฒนาทุนนิยมในประเทศไทย
ศึกษากฎเกณฑ์สังคมเกษตรภาคกลาง พ.ศ.
2503-2523. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ต้นหมาก.

วิริยะ สว่างโชติ. (2552). Creative Class ชนชั้น
สร้างสรรค์ นั้นสำคัญไฉน. [ออนไลน์].
สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2554. จาก <http://www.siamintelligence.com/creative-class/>

ศุภวุฒิ สายเชื้อ. (2551). “ประเทศไทยกับเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์”. **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์**.
กรุงเทพฯ: ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ. (2552ก). รายงานการศึกษาเบื้องต้น
การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ:
สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและ
สังคมแห่งชาติ.

_____. (2552ข). เอกสารประกอบการประชุม
ประจำปี 2552 ของ สศช. เรื่อง จากวิสัยทัศน์
2570...สู่แผน 11. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

_____. (2554). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559.
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

_____. (2556). ระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม
2556. จาก <http://ce.nesdb.go.th/>

อภิชาติ พันธเสน. (2535). วิถีพัฒนาชนบท จากชุมชน
อนาธิปัตย์สู่สังคมอุดมธรรม. กรุงเทพฯ:
สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.

อภิสิทธิ์ ไส้ตัญญูไกล. (2553). Creative City เรื่องราว
ของการบ่มเพาะความคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรม
และเมือง. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม
2554 จาก http://www.creativethailand.org/th/articles/article_detail.php?id=%2020.

Creative Industries Task Force. (2001). *The Creative Industries Mapping*. London: UK Department of Culture, Media and Sport.

Howkins, J. (2001). *About the Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin Books.