

เข้าใจ... ประเทศไทย เข้าใจ... เศรษฐกิจ สร้างสรรค์

เพื่อขยายความที่มาจากของนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของรัฐบาลให้สมาชิกได้เข้าใจอย่างครบถ้วนจากแหล่งข้อมูลจากภาครัฐ ข้อมูลในส่วนต่อไปนี้เป็นสรุปจากเอกสาร Creative Thailand ซึ่งเผยแพร่ในการประชุม Kick Off โครงการนี้ของรัฐบาลเมื่อเร็วๆ นี้ โดยเป็นการนำเสนอข้อมูลความหมาย คำจำกัดความ ความสำคัญและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศอย่างเป็นทางการที่ชัดเจน พร้อมกับแผนงานที่เกี่ยวข้องซึ่งย่อมมีความเชื่อมโยงกับการปฏิบัติวิชาชีพ (อย่างสร้างสรรค์) ของสมาชิกอย่างแน่นอน



เศรษฐกิจในปี 2552 ของไทยกำลังเผชิญกับปัจจัยเสี่ยงต่างๆ โดยเฉพาะวิกฤตเศรษฐกิจโลก การหดตัวของกำลังซื้อในตลาดโลก และการแพร่กระจายของโรคระบาด เช่น โรคไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ 2009 และโรคชิคุนกุนยา ทำให้การบริหารจัดการต้องมีการเตรียมพร้อม ทั้งการดูแลเศรษฐกิจระยะสั้น และการวางรากฐานสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความยั่งยืนในระยะยาว ในขณะที่การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจในอดีต ยังอยู่ในขั้นพึ่งพิงการส่งออก การใช้แรงงานราคาถูก และการใช้เงินทุนจำนวนมากในการผลักดันการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดข้อจำกัดและก่อให้เกิดความล่าช้าในการพัฒนาเศรษฐกิจ เนื่องจากปัจจัยในการพัฒนาดังกล่าวส่วนใหญ่ต้องอาศัยปัจจัยจากภายนอก ทั้งปริมาณการส่งออก การลงทุนจากต่างชาติ และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ประกอบกับการแข่งขันทางการค้าที่ความได้เปรียบด้านราคาของไทยมีแนวโน้มลดลง

จากบริบทการเปลี่ยนแปลง และแนวโน้มการแข่งขันในอนาคต จะเห็นได้ว่า ไทยจำเป็นต้องมุ่งแสวงหาแนวทางการพัฒนาใหม่ๆ เนื่องจากความสามารถในการแข่งขันโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ที่ถูกใช้เป็นกลยุทธ์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันมาหลายทศวรรษมีข้อจำกัดมากขึ้น พลวัตโลกและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic Change) ส่งผลให้โครงสร้างเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุนของไทยต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยช่วงเปลี่ยนผ่านของเศรษฐกิจยุคเก่าที่ส่วนใหญ่เป็นการผลิตโดยใช้ความประหยัดต่อขนาด ซึ่งมีความเสี่ยงในการระบายสินค้าหากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจขึ้น การก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยการปรับเปลี่ยนจากสินค้าและบริการที่ใช้ Factor Driven Growth มาเป็นแนวโน้มของสินค้าและบริการที่ใช้ Creativity Driven Growth จึงเป็นสิ่งจำเป็น

ทั้งนี้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศพัฒนาแล้วที่มักเป็นผู้ริเริ่มในการแสวงหาแนวคิดการพัฒนาใหม่ๆ ได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการเพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันแบบเดิมๆ และยกระดับสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยการนำความคิดเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งหากพิจารณาานิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างกว้างๆ โดยทั่วไปแล้ว ประเทศไทยน่าจะมี



โอกาส/ศักยภาพในการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นปัจจัยขับเคลื่อนใหม่ โดยใช้ความโดดเด่นที่เป็นคุณลักษณะ/เอกลักษณ์เฉพาะของไทยได้ไม่ยาก

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : ทางเลือก (ทางรอด) เศรษฐกิจไทย

คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในความเข้าใจของคนทั่วไป จะมีลักษณะของความเป็นนามธรรมมากกว่าความเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะในระยะแรกที่มีจะพูดถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลัก ทำให้เกิดความสับสนระหว่างคำว่า “อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม (Cultural Industry)” และ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” อยู่ไม่น้อย ซึ่งความสับสนและความไม่เข้าใจดังกล่าวทำให้การแบ่งประเภทและขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในปัจจุบันยังไม่ชัดเจนและยังไม่เป็นสากล

1. นิยามและขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยภาพรวมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังอยู่ในขั้นตอนของการพัฒนาแนวคิดอย่างต่อเนื่อง ความหมายของเศรษฐกิจจึงมีความหลากหลายและยังไม่มีคำจำกัดความที่สร้างความเข้าใจและการยอมรับอย่างเป็นทางการหนึ่งเดียวกัน อย่างไรก็ตาม มีความหมายอย่างง่ายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” โดย John Howkins รวมทั้งคำจำกัดความที่มักใช้อ้างอิงอย่างกว้างขวางดังนี้

สหราชอาณาจักร เป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ของโลก” (World Creative Hub) ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า “เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะ ความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่ง และสร้างงานให้เกิดขึ้นได้ โดยที่สามารถสังสรรค์และส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา”

องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ได้ให้ความหมายในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่า “ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการที่ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งานไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน”

องค์การยูเนสโก (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ได้ยึดนิยามที่นำเสนอโดยกระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของสหราชอาณาจักรว่า คือ “อุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญ และความสามารที่มีศักยภาพในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา”

โดยสรุป ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสังสรรค์ความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่

1.2 ขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมกลุ่มต่างๆ ที่ได้รับการจัดกลุ่ม และแยกประเภทบนพื้นฐานของแนวคิดหลัก 2 แนวคิดกว้างๆ คือ กลุ่มที่แยกประเภทตามชนิดสินค้า/บริการ และกลุ่มที่แยกประเภทตามกิจกรรมการผลิตและห่วงโซ่การผลิต โดยมีตัวอย่างรูปแบบการแบ่งประเภทที่เป็นที่รู้จักในปัจจุบันทั้งหมด 6 รูปแบบ ดังนี้

1.2.1 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศสหราชอาณาจักร (Department for Cultural, Media and Sport, United Kingdom: UK DCMS Model) แบ่งออกเป็น 13 กลุ่ม แยกตามสินค้าและบริการ คือ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานศิลปะและวัตถุโบราณ งานฝีมือ แฟชั่น งานออกแบบ ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ และ วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์

1.2.2 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Symbolic Texts Model) แบ่งออกเป็น 11 กลุ่ม ได้แก่ โฆษณา ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต ดนตรี สื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์และวิดีโอ ศิลปะสร้างสรรค์ เครื่องใช้ไฟฟ้า แฟชั่น ซอฟต์แวร์ และกีฬา

1.2.3 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) แบ่งออกเป็น 14 กลุ่ม ได้แก่ วรรณกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง งานศิลปะ ภาพยนตร์ พิพิธภัณฑสถานและห้องสมุด การดูแลศิลปวัตถุโบราณสถาน สื่อสิ่งพิมพ์ การบันทึกเสียง วิดีโอและคอมพิวเตอร์เกมส์ โฆษณา สถาปัตยกรรม งานออกแบบและแฟชั่น

1.2.4 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก(WIPO Copyright Model) ใช้ประเด็นด้านลิขสิทธิ์เป็นตัวกำหนด แบ่งเป็น 20 กลุ่ม ได้แก่ โฆษณา งานสะสม ภาพยนตร์และวิดีโอ ดนตรี ศิลปะการแสดง สื่อสิ่งพิมพ์ ซอฟต์แวร์ โทรทัศน์และวิทยุ งานศิลปะและกราฟิก สื่อบันทึก เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องดนตรี กระจาดาช เครื่องถ่ายภาพและอุปกรณ์ถ่ายภาพ สถาปัตยกรรม เครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า งานออกแบบ แฟชั่น สินค้าตกแต่งบ้าน และของเล่น

1.2.5 การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNCTAD ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Function Creation)

1.2.6 การจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดย UNESCO ได้แบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เน้นเฉพาะด้านวัฒนธรรมออกเป็น 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ (Cultural and Natural Heritage) การแสดง (Performance and Celebration) ทัศนศิลป์ งานฝีมือ และการออกแบบ (Visual Arts, Crafts and Design) หนังสือและสิ่งพิมพ์ (Book and Press) และ สื่อทัศน์และสื่อดิจิทัล (Audio Visual and Digital Media) นอกจากนั้นยังได้เพิ่มกลุ่มอื่นที่เกี่ยวข้อง (Related Domains) เพื่อเป็นทางเลือกในการจัดประเภทให้เหมาะสมกับลักษณะวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ

1.3 การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

จากการทบทวนกรอบแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์พบว่าองค์ประกอบของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีพื้นฐานแนวคิดที่คล้ายคลึงกัน โดยเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ โดยการจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยโดย สศช. ได้ใช้การจัดประเภทโดยยึดรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก และ 5 กลุ่มย่อย (ดูตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 : เปรียบเทียบการจัดประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ประเภทสินค้า/บริการ	DCMS (UK)	Symbolic Texts	Concentric Circles	WIPO	UNCTAD	UNESCO/UIS	NESDB
1. การโฆษณา	•	•	•	•	•	•	•
2. สถาปัตยกรรม	•		•	•	•	•	•
3. การออกแบบ	•		•	•	•	•	•
4. แฟชั่น	•	•	•			•	•
5. फिल्म และวิดีโอ	•	•	•	•	•	•	•
6. ฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์)	•	•		•		•	
7. บริการท่องเที่ยว			•		•	•	•
8. วรรณกรรม		•	•	•	•	•	•
9. ดนตรี	•	•	•	•	•	•	•
10. พิพิธภัณฑสถาน ห้องแสดง ห้องสมุด			•	•		•	
11. การพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์	•	•	•	•	•	•	•
12. ซอฟต์แวร์	•	•		•	•		•
13. กีฬา		•					
14. ศิลปะการแสดง (ละครเวที และเต้นรำ)	•	•	•	•	•	•	•
15. การกระจายเสียง		•	•	•	•	•	•
16. วิดีโอเกมส์	•	•	•	•	•	•	•
17. ทัศนศิลป์ การถ่ายภาพ งานฝีมือ	•	•	•	•	•	•	•
18. อาหารไทย							•
19. การแพทย์แผนไทย							•

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

2 เศรษฐกิจสร้างสรรคของประเทศไทย

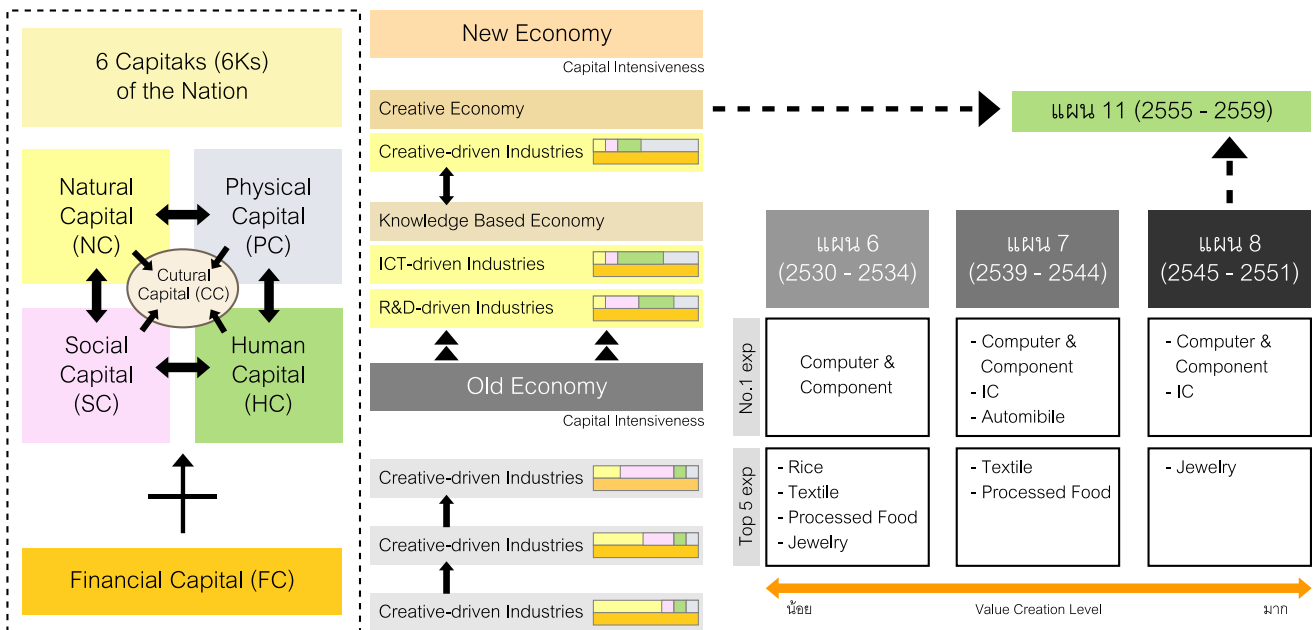
พลวัตของการพัฒนาเศรษฐกิจโลกที่มีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวเร่งสำคัญทำให้เกิดภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโลก ได้กลายเป็นแรงผลักดันให้ประเทศต่างๆ ในโลกพยายามที่จะสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและมั่นคงในการดำรงชีวิตของมนุษย์ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งแนวทางการสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจรูปแบบหนึ่งก็คือ การสร้างความได้เปรียบทางเศรษฐกิจในเวทีการค้าโลก หรือที่เรียกว่า “การสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศ” ทั้งนี้ การขับเคลื่อนการพัฒนาต้องครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริง และเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้ การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy) ซึ่งเป็นกระแสการพัฒนารูปแบบของโลกในปัจจุบัน

จนถึงปัจจุบันผ่านสินค้าส่งออกสำคัญ 5 อันดับแรก นับตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 พบว่า สินค้าส่งออกของไทยยังคงเป็นสินค้าที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิตดั้งเดิม และแม้ว่าจะเริ่มมีการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้ในการออกแบบมากขึ้นในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 เคยเป็นสินค้าส่งออกอันดับต้นๆ อาทิ เสื้อผ้าสำเร็จรูป ซึ่งเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานสูง และข้าวที่เป็นสินค้าส่งออกซึ่งใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญจะมีอันดับลดลงตั้งแต่ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 เป็นต้นมา แต่สินค้าส่งออกอันดับต้นๆ หรือ 5 อันดับแรกของไทยยังคงอยู่ในกลุ่มของสินค้าดั้งเดิม ได้แก่ สิ่งทอ อาหาร และในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 สินค้าส่งออกอันดับ 1 ยังคงเป็นคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ โดยการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับเริ่มมีมูลค่าสูงขึ้นและอยู่ในช่วง 5 อันดับแรก ซึ่งเป็นสินค้าที่มีการนำความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์มาใช้ประกอบกับทักษะฝีมือทางช่างของไทย (ดูแผนภาพที่ 1)

2.1 การเปลี่ยนผ่านจากเศรษฐกิจยุคเก่าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่

หากพิจารณาโครงสร้างสินค้าและบริการของไทยในอดีตที่ผ่านมา

แผนภาพที่ 1 : เส้นทางจากเศรษฐกิจยุคเก่าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่



ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.)

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ทำให้ขาดการมองภาพรวมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ แต่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตให้สมดุลและยั่งยืน บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ

2.2 สถานภาพของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

2.2.1 การวัดมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ UNCTAD ได้ให้ความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติของการค้าระหว่างประเทศที่มีความสำคัญมากขึ้นในตลาดโลก โดยอัตราการขยายตัวของการส่งออกสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในตลาดโลกช่วงปี 2537-2548 มีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 7 ต่อปี โดยประเทศพัฒนาแล้วมีอัตราการขยายตัว

เฉลี่ยประมาณร้อยละ 6 ต่อปี ประเทศกำลังพัฒนามีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 9 ต่อปี ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สัดส่วนในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ส่วนประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4 ต่อปี ทั้งนี้ จากสถิติการส่งออกเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามการจัดประเภทของ UNCTAD พบว่า งานออกแบบ มีสัดส่วนการส่งออกสูงสุดที่เฉลี่ยร้อยละ 64.01 ต่อปี รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจการพิมพ์ ร้อยละ 14.72 ศิลปะงานฝีมือและหัตถกรรม ร้อยละ 7.39 และทัศนศิลป์ ร้อยละ 6.54 ตามลำดับ

2.2.2 มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10-12 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือประมาณร้อยละ 14-17 ของรายประชาชาติ โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม

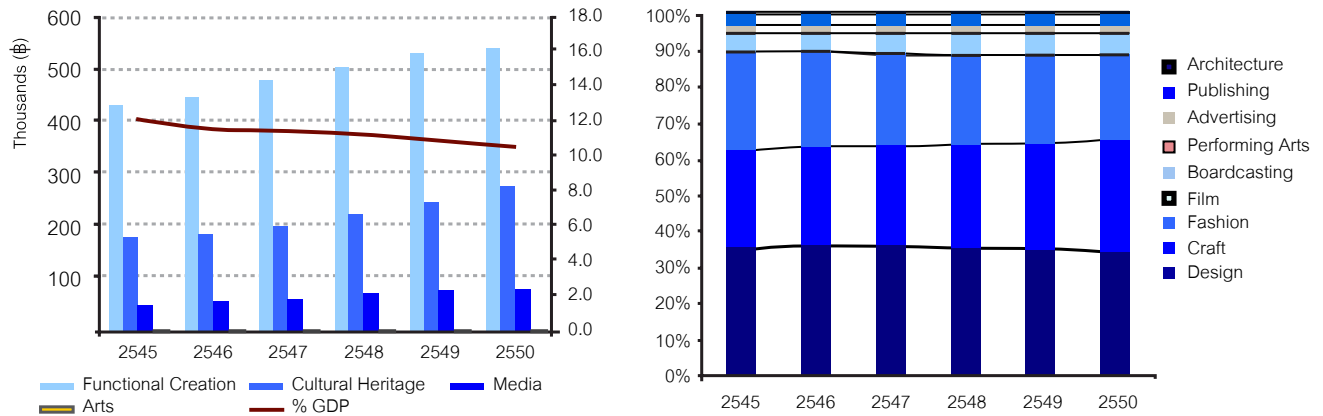
¹ การคำนวณของ สำนักบัญชีประชาชาติ สศช. โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2545-2550 สำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 9 กลุ่ม ตามการจัดกลุ่มโดย สศช. ยกเว้นกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดนตรี ธุรกิจอาหารไทย ทัศนศิลป์ การแพทย์แผนไทย และซอฟต์แวร์

(Cultural Heritage) และกลุ่มสื่อ (Media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหากพิจารณาแยกกรายกลุ่มย่อยจะพบว่ากรอกแบบเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมาคือกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม และกลุ่มแฟชั่น โดยทั้ง 3 กลุ่มมีมูลค่ารวมกันประมาณร้อยละ 9.5 ของผลิตภัณฑ์

มวบรวมในประเทศ (ดูแผนภาพที่ 2) มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของไทยมีส่วนแบ่งในตลาดโลกประมาณร้อยละ 1.3 ในปี 2548 จัดอยู่ในลำดับที่ 17 ของโลก² และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี ระหว่างปี 2543-2548 (ดูแผนภาพที่ 3)

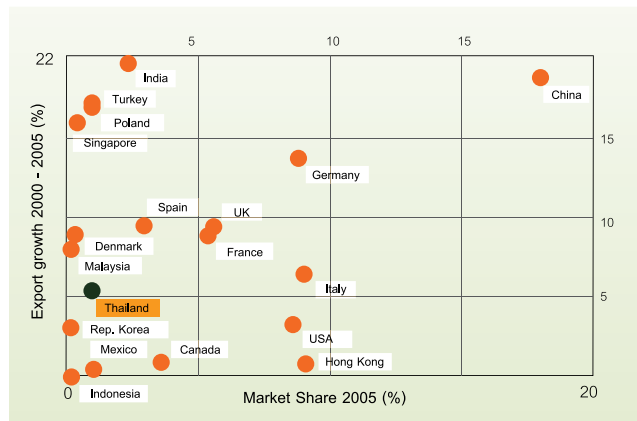
34

แผนภาพที่ 2 : สัดส่วนและมูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP ของไทย ปี 2545-2552



ที่มา : สำนักบัญชีประชาชาติ สศช.

แผนภาพที่ 3 : สถานะการส่งออกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ



ที่มา : UN COMTRADE 2008

2.2.3 การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และข้อจำกัดของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า จุดแข็งส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรม และชนบธรรมเนียมประเพณีที่มีลักษณะโดดเด่นของไทย รวมทั้งค่าครองชีพและต้นทุนที่ต่ำ เมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศ ในขณะที่จุดอ่อนส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของนโยบายและการบูรณาการ โครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาที่ยังไม่เพียงพอ และปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 : ประเด็นความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์และโอกาส รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์และโอกาส	ปัญหาและอุปสรรค
1. ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและชนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนจรรยาบรรณท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดมาเป็นเวลานานจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของไทย	1. การขาดแคลนบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยเฉพาะในระดับผู้ประกอบการ
2. การขยายตัวของความต้องการสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมของเอเชีย โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูง	2. ขาดกลไกบูรณาการการทำงานและการเชื่อมโยงการทำงานขององค์กรที่สนับสนุนต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. ความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการเชื่อมโยงเครือข่ายสร้างโอกาสที่สำคัญหลายด้าน	3. นอกจากนี้ หน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย
4. ประเทศไทยได้ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาได้ระดับหนึ่ง	4. สภาพแวดล้อมโดยรวมยังมีบทบาทต่อการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะการบริหารจัดการสินทรัพย์ทางปัญญาที่ยังไม่เข้มแข็ง
5. หน่วยงานรัฐเป็นกลไกสำคัญในการให้ความรู้ด้านการตลาดและสนับสนุนการเข้าสู่ตลาดใหม่สำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์โดยรวม	5. ขาดระบบฐานข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลที่มีความต่อเนื่องและทันสมัย รวมทั้งการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

² UNCTAD (2008) นับเฉพาะสินค้าส่งออก 11 กลุ่ม ยกเว้นการท่องเที่ยว การแพทย์แผนไทย การกระจายเสียง และธุรกิจอาหารไทย

3 แนวทาง มาตรการ และกลไกขับเคลื่อนพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคของไทย

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคของไทยในปัจจุบันแม้ว่ายังคงอยู่ในระดับเริ่มต้น แต่ถือได้ว่าเป็นการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องและต่อยอดจากแนวทางการพัฒนาด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมซึ่งได้ขับเคลื่อนพัฒนาตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ในปัจจุบัน ทั้งนี้ ในระยะเริ่มต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรคจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายองค์ความรู้ สร้างความเข้าใจกับภาคีการพัฒนาทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างจริงจัง ตลอดจนมีการบูรณาการเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติและสามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรคได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ แนวทางและกลไกขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคในปัจจุบันมีดังนี้

3.1 แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคของไทยในปัจจุบัน

ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาภายใต้กรอบการพัฒนา 3 ด้านหลัก ได้แก่ (1) นโยบายรัฐบาล (2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ (3) แผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง (แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2: sp2) โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

1 นโยบายรัฐบาล

- นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรคของรัฐบาล เริ่มปรากฏให้เห็นเด่นชัดมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์การอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรคหลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑวิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ อย่างไรก็ตาม นโยบายและการดำเนินงานขององค์กรเหล่านี้ในระยะที่ผ่านมายังขาดความต่อเนื่องและการบูรณาการ
- นโยบายรัฐบาลของคณะรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ มีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคที่ชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ รัฐบาลปัจจุบันได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคมาตั้งแต่แรกเริ่มเข้ารับบริหารประเทศโดยได้ระบุไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภาในวันที่ 29 ธันวาคม 2551 ในหัวข้อ 4.2.3.1 ว่า “ขยายฐานบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหาร และการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรคบนพื้นฐานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่”

2 แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรคภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

- ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับปัจจุบัน (ฉบับที่ 10) มีการดำเนินการผลักดันเรื่อง การเพิ่มคุณค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนพื้นฐานความรู้และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการให้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ในระดับภาคเศรษฐกิจจริงภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ได้มุ่งปรับโครงสร้างการผลิตสู่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ และสนับสนุนให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตเพื่อทำให้มูลค่าการผลิตสูงขึ้น
- ในการเตรียมการจัดทำแผนการพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 เป็นระยะเวลาที่ไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ประกอบกับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยปัจจุบันยังต้องพึ่งเศรษฐกิจภายนอกอยู่มาก จึงจำเป็นต้องเร่งปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศอย่างจริงจัง โดยเพิ่มเติมจากการใช้ความคิดสร้างสรรคเทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่ทันสมัยในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ๆ ดังนั้น แนวคิดการพัฒนา “เศรษฐกิจสร้างสรรค” นี้ จึงถูกนำเสนอเพื่อให้เป็นปัจจัยการขับเคลื่อนการพัฒนา รวมทั้งเสนอเป็นประเด็นการพัฒนาในการประชุมประจำปีของ สศช. เมื่อวันที่ 10 กรกฎาคม ที่ผ่านมา

3.1.3 การขับเคลื่อนพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรคภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจ

- รัฐบาลได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะเร่งด่วนในช่วงระยะเวลา 6-9 เดือนแรกของปี 2552 และต่อมาได้มีการจัดทำแผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 เพื่อสร้างงานและสร้างรายได้โดยการลงทุนของภาครัฐในโครงการที่จะสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต พร้อมกับสร้างโอกาสของภาคเอกชนในการลงทุน ทั้งนี้ ได้กำหนดให้มีการดำเนินการพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรคเป็นแผนงานภายใต้แผนฟื้นฟูเศรษฐกิจระยะที่ 2 (sp2)
- แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค ครอบคลุมสาขาการพัฒนา 6 ด้าน ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ (2) เอกภพศิลป์ศิลปะและวัฒนธรรม (3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม (4) อุตสาหกรรมสื่อ บันเทิง และซอฟต์แวร์ (5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค และ (6) การขับเคลื่อนและการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค ทั้งนี้ แผนงานพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรคได้รับการอนุมัติกรอบวงเงินจากคณะรัฐมนตรี จำนวน 45 โครงการ และต่อมามีการรวมกลุ่มโครงการเหลือ 39 โครงการ กรอบวงเงิน 20,134.10 ล้านบาท จากหน่วยงานรับผิดชอบ 7 กระทรวง ได้แก่ กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานรัฐมนตรี กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

3.2. กลไกขับเคลื่อนในปัจจุบัน

- ปัจจุบันมีหน่วยงานภาครัฐและองค์การมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค ซึ่งเป็นการดำเนินงานทั้งในระดับนโยบายและปฏิบัติ รวมทั้งการให้บริการด้านโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค แต่หน่วยงานเหล่านี้ยังคงแยกส่วนกันทำงานเนื่องจากขาดการมองภาพรวมกัน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาในมิติต่างๆ ดังนี้
- หน่วยงานด้านนโยบาย ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) หน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายและช่วยผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นเจ้าภาพหลักรับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และกระทรวงวัฒนธรรม เป็นต้น
- หน่วยงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา ได้แก่ กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์
- หน่วยงานด้านการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ในการสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรคของประเทศ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านพัฒนาองค์ความรู้ของประเทศ ได้แก่ ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ (TCDC) สำนักงาน

- บริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (OKMD) อุทยานการเรียนรู้ (TK PARK) สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) รวมถึงสถาบันการศึกษาต่างๆ เป็นต้น
- หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการเงิน เช่น สถาบันการเงิน

3.4 ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อม

- โดยเฉพาะอย่างยิ่งโครงสร้างพื้นฐานด้านการสื่อสารและคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนด้านการวิจัยและการพัฒนาการเจ้าหน้าที่

36



- หรือธนาคารพาณิชย์ กองทุนรวมลงทุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของธุรกิจไทย กองทุนรวมลงทุนของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น
- หน่วยงานด้านการวิจัยและพัฒนา เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นต้น
 - หน่วยงานที่ทำหน้าที่ควบคุมมาตรฐานต่างๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานอาหารและเกษตรแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ สำนักงานมาตรฐานอุตสาหกรรม และสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นต้น
 - หน่วยงานด้านการตลาด เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.3 ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาระดับมหภาคประกอบด้วย

- พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความรู้ ด้วยการให้ความสำคัญต่อการสร้างองค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งการศึกษาในระบบและนอกระบบด้วย
- กำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและบูรณาการการดำเนินงานของหน่วยงาน โดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนาสำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการ
- การปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศอย่างต่อเนื่องให้ครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ อยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผงกเข้ากับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม

- เงินทุน การพัฒนาการศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด การพัฒนาการตลาดสมัยใหม่ให้ทันต่อคู่แข่งและการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยให้ความสำคัญในประเด็นต่อไปนี้ คือ
- พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่กระตุ้นให้ภาคเอกชนลงทุนผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์
 - ให้คุณค่าต่อทรัพย์สินทางปัญญาจากความคิดสร้างสรรค์ผ่านการสนับสนุนทางกฎหมายและข้อระเบียบ
 - ศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม โดยทำการศึกษาใน 5 ประเภท ได้แก่ (1) มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา และความหลากหลายทางชีวภาพ (2) เอกลักษณะศิลปะและวัฒนธรรม (3) งานช่างฝีมือและหัตถกรรม (4) อุตสาหกรรมสื่อ บ้านเทิง และซอฟต์แวร์ (5) การออกแบบและพัฒนาสินค้าเชิงสร้างสรรค์ ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำผลิตภัณฑ์และบริการสู่ตลาด
 - จัดและพัฒนาพื้นที่ที่เป็นแหล่งเรียนรู้นอกห้องเรียนพื้นที่สร้างสรรค์งาน รวมทั้งสร้างเมืองสร้างสรรค์ เพื่อเป็นศูนย์การแลกเปลี่ยนให้กับนักคิดอย่างสร้างสรรค์ผู้ประกอบการ และผู้ที่เกี่ยวข้อง

3.5 ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจและบุคลากรด้านสร้างสรรค์ ประกอบด้วย

- ขับเคลื่อนและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ
- พัฒนาบุคลากรวิชาชีพสร้างสรรค์

3.6 ประเด็นยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาด้านสถาบันและการติดตามประเมินผล ประกอบด้วย

- พัฒนาศาสนาและบูรณาการบทบาทของสถาบันที่เกี่ยวข้อง
- มีกลไกในการดำเนินการติดตามและประเมินผลการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ACT

