



สัมมาบาร์เกิดตั้ง

## Creative Thai Spirit

ขอต้อนรับสู่โค้งสุดท้ายของปี 2556 เวลาช่างผ่านไปอย่างรวดเร็วจริงๆ ใกล้สิ้นปีอย่างนี้ เรามาคูยกันเรื่อง "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" กันดีกว่าครับ หลายท่านคงจะรู้จักดี แต่คำถามคือ ณ เวลานี้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของไทยไปถึงไหนกันแล้ว

दनय जन्तर्जाजाय

[HTTP://TWITTER.COM/DC\\_DANA1](http://twitter.com/dc_dana1)



อดีตนักเรียนทุนเอเอฟเอสสหรัฐอเมริกา  
ก่อนจบปริญญาตรีเกียรตินิยมเหรียญทอง  
สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอีสต์แฮมป์ชัวร์  
ปริญญาโทการตลาด ภาคภาษาอังกฤษ (MIM)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และ  
มหาวิทยาลัยโยเกนเบิร์กประเทศสวีเดน

"เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คืออะไร?"

John Howkins เจ้าของแนวคิด "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" ได้อธิบายง่ายๆ ว่าคือ "การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์" ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) คือ การใช้ความคิด (Ideas) ทั้งความคิดเดิมหรือใหม่ ในการสร้างความคิดใหม่ๆ โดยความคิดนี้เริ่มต้นจากจินตนาการและพรสวรรค์ของปัจเจกบุคคล

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นเมื่อมีการใช้ความคิด (Ideas) ผลิตสินค้าและบริการซึ่งน่าสนใจและมีมูลค่าคุณค่าส่วนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ก็คือวิธีการที่หลากหลายในการที่คนมี แบ่งปัน และขายความคิด (Ideas) ซึ่งผลที่ตามมาคือ การเพิ่มขึ้นของภาคสินค้าบริการ GDP และค่าจ้างเฉลี่ย

หรือพูดให้เข้าใจง่ายๆ ก็คือ ใส่ความคิดลงไป  
- สร้างสินค้าหรือบริการใหม่ - ขายได้ -  
สร้างมูลค่าเพิ่ม

องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
มี 2 ส่วน ได้แก่ กลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่  
สร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือสื่อความหมายใหม่ๆ  
แต่ไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องวัฒนธรรมเท่านั้น  
และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน  
ที่มีผลทางอ้อม หรือ Multiplier Effects  
ต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก

ที่นำมาดูความหมายของเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์ในบริบทประเทศไทย สรุปได้ดังนี้  
คือ "การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการ  
สร้างและใช้องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์  
และทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับ  
พื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้  
ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการ  
ผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสร้างมูลค่า  
เพิ่มทางเศรษฐกิจ"

ดังนั้น เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ หรือ  
Creative Economy (CE) ก็คือ ระบบ  
เศรษฐกิจที่สะท้อนถึงกระบวนการซึ่งรวมเอา  
วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีเข้าไว้

ด้วยกัน และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน จึงทำให้ Creative Economy โดดเด่นขึ้นมาท่ามกลางระบบการผลิตอุตสาหกรรมแบบดั้งเดิมและภาคการเกษตร

Creative Industry หรืออุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึงวงจรสร้างสรรค์ การผลิต และการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ทุนทางปัญญาเป็นปัจจัยการผลิตพื้นฐาน ซึ่งก็คือกิจกรรมต่างๆ ที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้อันประกอบด้วย ศิลปะ การสร้างรายได้จากการค้า และทรัพย์สินทางปัญญา (โดยเฉพาะอย่างยิ่งลิขสิทธิ์) อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้สามารถผลิตได้ทั้งสินค้าที่ "จับต้องได้" และ "จับต้องไม่ได้" อันมีเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ และมีเป้าหมายทางการตลาด

นอกจากนี้ สินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ยังสามารถเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นเป็นพิเศษ หรือผลิตครั้งละจำนวนมาก ซึ่งเกิดจากการเชื่อมต่อกันระหว่างช่างฝีมือหรือหัตถกรรม และภาคอุตสาหกรรมได้

กลุ่มอุตสาหกรรมที่อยู่ภายใต้คำจำกัดความดังกล่าว หรือกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกันจะประกอบด้วยกลุ่มองค์ความรู้ดั้งเดิม เช่น ศิลปะหัตถกรรม กลุ่มการแสดงศิลปะ เช่น การละคร กลุ่มสิ่งพิมพ์และวรรณกรรม เช่น หนังสือ กลุ่มดนตรี เช่น คอนเสิร์ต และ CD กลุ่ม Visual Arts เช่น ภาพเขียน กลุ่ม Audio-Visuals เช่น ภาพยนตร์และโทรทัศน์ กลุ่มงานออกแบบ เช่น สถาปัตยกรรม และกลุ่มดิจิทัลและมัลติมีเดีย เช่น ซอฟต์แวร์ และเกม เป็นต้น

การดำเนินนโยบาย Creative Economy ของไทย หน่วยงานด้านยุทธศาสตร์ของประเทศ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความรู้และความคิดสร้างสรรค์ จะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา "คน" ให้มีความคิดสร้างสรรค์ และการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมให้เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศ ซึ่งอยู่ในระหว่างการพัฒนาให้กลายเป็นนโยบายแห่งชาติ



สภาพมณฑลฯ ได้พยายามจัดกลุ่มของ CI ตามลักษณะของบัญชีรายได้ประชาชาติ แบ่งออกเป็น 9 กลุ่ม ได้แก่

1. งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)
2. งานออกแบบ (Design)
3. แฟชั่น (Fashion)
4. ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video)
5. การกระจายเสียง (Broadcasting)
6. ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
7. ธุรกิจโฆษณา (Advertising)
8. ธุรกิจการพิมพ์ (Publishing)
9. สถาปัตยกรรม (Architecture)

ข้อมูลของสำนักงานบัญชีประชาชาติ ปี 2549 ระบุว่ามูลค่าของ CI ของทั้ง 9 กลุ่มข้างต้นคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 10.4 ของ GDP โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 848,000 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกในปี 2549 ประมาณ 289,000 ล้านบาท ไทยมีวัตถุดิบที่สามารถพัฒนาขึ้นเป็นสินทรัพย์สร้างสรรค์ (Creative Assets) อยู่มหาศาล ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปธรรมหรือนามธรรม ซึ่งสามารถนำไปสร้างเสริม CE ได้เป็นอย่างดี

● **ด้านรูปธรรม** มีพระบรมมหาราชวัง พระแก้วมรกต พระพุทธรูปดงาม พระราชวังวัดวาอาราม เรือสุพรรณหงส์ อาหารไทย รำไทย นวดไทย ข้าวไทย ผลไม้ไทย ผ้าไหมไทย สุนัขพันธุ์ไทยหลังอาน ฯลฯ แหล่งท่องเที่ยว เช่น อโยธยา สุโขทัย เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา เขาวงกต ลำพอง เขาชะพรวินทร เมืองโบราณ ฟาร์มจระเข้ ฯลฯ

● **ส่วนด้านนามธรรม** ก็มีเรื่องราวของ Siamese Twins อิน-จัน (คำว่า Siamese สามารถช่วยสร้าง CE ได้เป็นอย่างดีเพราะฝรั่งรู้จัก Siamese Twins / Siamese Cats แต่ส่วนใหญ่ไม่รู้ว่าเป็นประเทศไทยกับสยามคือประเทศเดียวกัน บ้างก็คิดว่า Thailand คือ Taiwan) สะพานข้ามแม่น้ำแคว เขาตะปู (ในตอนหนึ่งของภาพยนตร์ James Bond 007) ฯลฯ

วัตถุดิบเหล่านี้กำลังรอคอยการพัฒนาขึ้นเป็น Creative Assets เพื่อเป็นปัจจัยในการสร้าง Creative Industries หัวใจสำคัญของการพัฒนา ก็คือความคิดสร้างสรรค์ (Creative Ideas) ซึ่งมีได้ติดตัวทุกคนมาแต่กำเนิด หากเกิดขึ้นจากการมีทักษะในการคิด (Thinking Skills) และการมีความคิดริเริ่ม (Originality) ซึ่งต้องมีการเรียนการสอน ฝึกฝนกันในโรงเรียน และมหาวิทยาลัยอย่างจริงจัง

▶ **แผนงานกระตุ้นเศรษฐกิจระยะที่ 2 (2553-2555)** งานสร้าง CE ได้รับเงินจัดสรรรวม 17,585 ล้านบาท โดยจัดสรรให้แก่การส่งเสริมและพัฒนาภาคทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญา การส่งเสริมเอกลักษณ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรม การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมช่างฝีมือไทย การส่งเสริมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงและซอฟต์แวร์ การส่งเสริมอุตสาหกรรมรวมออกแบบและสินค้าเชิงสร้างสรรค์ และการขับเคลื่อนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หากประเทศของเราจะอยู่ได้ในหลายทศวรรษหน้า ความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศเราจำเป็นต้องพัฒนาจากระดับต่ำสุดคือ เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิต (Factor-Driven Economy) คือ การใช้การผลิตด้วยต้นทุนต่ำเป็นปัจจัยสำคัญ) เพื่อเข้าสู่ระดับความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นเป็นลำดับคือ เศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ (Efficiency-Driven Economy) และเศรษฐกิจขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation-Driven Economy)

▶ **หลักการสร้าง Creative Economy** ควรสร้างรากฐานที่แข็งแกร่งด้านการศึกษา สร้างเด็กให้กล้าคิดกล้าแสดงออก ภาครัฐต้องสร้างพื้นที่หรือระบบสาธารณูปโภคให้เหมาะกับธุรกิจยุคใหม่เพื่อก้าวไปสู่ Creative Economy ต้องเลือก Flagship Industry และสร้าง Showcase ซึ่งไทยมีศักยภาพสูงหลายด้าน อาทิ การสร้างภาพยนตร์

กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และอีกหลายพื้นที่ เป็นสถานที่ที่สมบูรณ์แบบที่จะดึงดูดการสร้างหนังระดับโลกเข้ามา เรามีพื้นที่ป่าเขา ธรรมชาติ ชายทะเลสวยงาม มีศิลปินที่เก่ง สิ่งทอ แฟชั่น ดีไซน์ สามารถดึงวัฒนธรรมต่างๆ เข้ามาผนวกเป็นแฟชั่น ดีไซน์ การผลิตจิ๋วเวอร์ซึ่งรัฐต้องช่วยเหลือด้านภาษีวัตถุดิบ การสร้างศูนย์ศิลปะนานาชาติ ปัจจุบันศูนย์ศิลปะบางไทรพัฒนางานด้านนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพ มองตลาดว่าต้องการสินค้ารูปแบบใด ด้านการท่องเที่ยวควรจะขายศิลปวัฒนธรรม



ให้มากขึ้นรวมทั้งการสร้างแบรนด์ของประเทศ (National Brand) นำวัฒนธรรมที่สั่งสมเป็นมรดกโลกมาใช้ อาทิ อโยธยา สุโขทัย เป็นต้น และข่าวดีสำหรับผู้ประกอบการทั้งรุ่นใหม่ ประเทศไทยจะจัดงานครั้งแรก Global Entrepreneurship Week Thailand

2013 สัปดาห์ผู้ประกอบการโลก จุดประกายนักสร้างธุรกิจไทยเปลี่ยนความคิดทางธุรกิจให้เป็นจริง ระหว่างวันที่ 18 - 24 พฤศจิกายน 2556 นี้ ร่วมกับอีก 136 ประเทศทั่วโลกสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ตลอดระยะเวลา 1 สัปดาห์ โดยมีเป้าหมายเพื่อแสดงให้ทั่วโลกได้ประจักษ์ถึงศักยภาพของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ของไทยโดยมีกิจกรรมหลักคือ goViral คำว่ากลิ้ง ส่งประกวดร่วมชิงชัยในการแข่งขัน 'สุดยอดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ประจำประเทศไทยปี 2013' กับ Minor International ซึ่งเงินรางวัล 500,000 บาท เป็นกิจกรรมนำเสนอบนเวทีการสร้างสรรคแบรนด์ และแนวคิดของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ผ่านทาง Social Network ครั้งแรกในประเทศไทย ข้อมูลเพิ่มเติมที่ [www.gewthailand.com](http://www.gewthailand.com) M