

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกับระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

เขียนโดย ... ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมภูมิ แสงกุล

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail: somphoom.sa@ssru.ac.th

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ถือเป็นแนวทางพัฒนาที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของความรู้ (Knowledge-based) นวัตกรรม (Innovation-driven) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity-led) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการ ทั้งนี้ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาอย่างต่อเนื่อง โดยบรรจุยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ซึ่งถือว่า ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเชิงวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจใหม่ (New Economy) เป็นรูปแบบการเพิ่มมูลค่าของธุรกิจที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเป็นทุนสำคัญในการคิดค้น ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ ในขณะที่ระบบดิจิทัลเทคโนโลยียังช่วยทำให้เกิดเครือข่ายสังคมผู้บริโภคที่เชื่อมต่อกันทั่วทั้งโลก ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถเชื่อมต่อกันด้วยช่องทางออนไลน์ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้ประเด็นที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการยกระดับความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน (Sustainable Competitiveness) ของผู้ประกอบการ คือ การสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีการนำแนวคิดและองค์ความรู้ทางด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ซึ่งจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมากอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2562)

งานฝีมือและหัตถกรรม จัดเป็น 1 ใน 15 สาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งประกอบด้วย 1) งานฝีมือและหัตถกรรม 2) ดนตรี 3) ศิลปะการแสดง 4) ทัศนศิลป์ 5) ภาพยนตร์ 6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7) การพิมพ์ 8) ซอฟต์แวร์ 9) การโฆษณา 10) การออกแบบ 11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12) แฟชั่น 13) อาหารไทย 14) การแพทย์แผนไทย และ 15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยอยู่บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561)

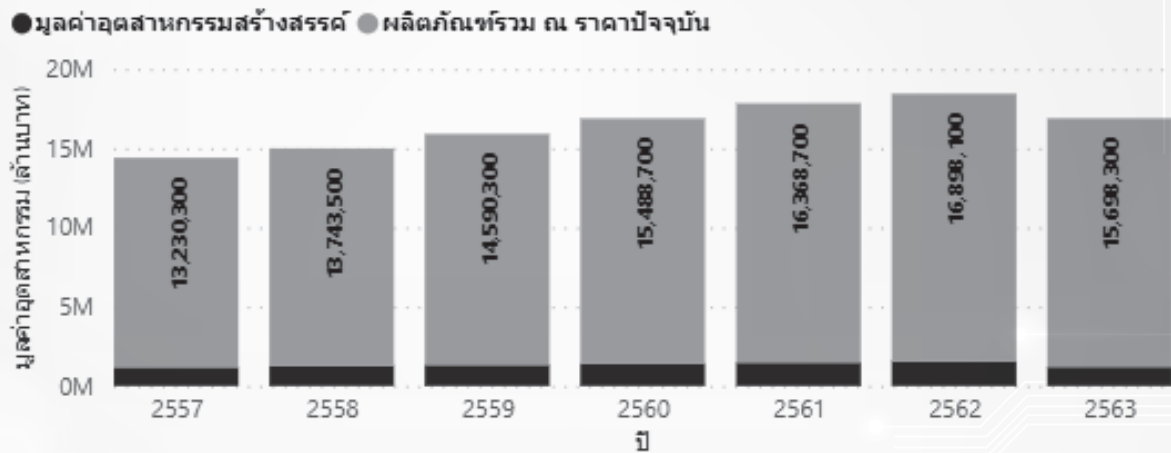
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยประกอบด้วย 15 อุตสาหกรรม จำแนกออกเป็น



ภาพที่ 1 15 สาขาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561

จากข้อมูลที่สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ทำการรวบรวมไว้ล่าสุดในปี พ.ศ.2563 พบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีมูลค่าเท่ากับ 1,190,467 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.58 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปัจจุบันในปีเดียวกันที่มีมูลค่าเท่ากับ 15,698,300 ล้านบาท โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายสาขา พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีสัดส่วนของมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เฉลี่ยมากที่สุดในช่วง 7 ปีที่ผ่านมา ระหว่างปี พ.ศ.2557-2563 เท่ากับร้อยละ 22 ส่วนงานฝีมือและหัตถกรรมมีสัดส่วนโดยเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 6 ซึ่งจากภาพที่ 2 จะเห็นได้ว่า มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปัจจุบันระหว่างปี พ.ศ.2557-2563 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้จะปรับลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ.2563 ตามสถานการณ์ COVID-19 แต่ก็ทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา



ภาพที่ 2 มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปัจจุบันระหว่างปี พ.ศ. 2557-2563 (ล้านบาท)

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, สืบค้นเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2566

ผลิตภัณฑ์ที่ติดการกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นอกจากงานฝีมือและหัตถกรรมจะเป็นส่วนหนึ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แล้ว ผลิตภัณฑ์ที่ติดการกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ก็มีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ กล่าวคือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวกับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ เมืองเชิงสร้างสรรค์ และกลุ่มคนเชิงสร้างสรรค์ (creative industries, creative cities, and creative class) เน้นความยืดหยุ่นและประสบการณ์จริง (authentic experiences) จากการร่วมกันสร้างสรรค์สิ่งใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการท่องเที่ยว (Richards, 2011) โดยเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศนิวซีแลนด์ ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ อาทิ การทอผ้า การสร้างงานไม้ และการทำอาหาร เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด ซึ่งแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำในการทำกิจกรรมประเภทนั้นๆ

อย่างไรก็ตาม สำหรับประเทศไทยเองมีกรณีศึกษาซึ่งเป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวในช่วงที่ผ่านมา ยังมีไม่มากนัก อาทิ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขงของ ศรีราษฎร์ และคณะ (2559) ซึ่งพบว่า ศักยภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ คือ อัตลักษณ์วัฒนธรรม ประเพณี เช่น วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร การแต่งกาย ภาษา เป็นต้น โดยองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบหลักและ 24 ตัวบ่งชี้ คือ การบริการอย่างสร้างสรรค์ กิจกรรมชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ออกเป็น 8 เส้นทาง และมีการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 8 กลุ่ม โดย

ชุมชนเป็นผู้ค้นหาอัตลักษณ์และพัฒนาให้เป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้เพื่อให้เกิดประสบการณ์มากที่สุด คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การประกอบอาหารที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์พร้อมร่วมกันออกแบบกำหนดการนำเที่ยวของชุมชนตนเองของกลุ่มชาติพันธุ์ทั้ง 8 กลุ่ม เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้อ่านคงพอจะเห็นโดยสังเขปว่า สินค้าหัตถกรรมของไทยนั้นมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของไทยในช่วงที่ผ่านมาอย่างไร และผู้เกี่ยวข้องควรจะตระหนักถึงการนำองค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมสร้างสรรค์ใหม่ๆที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค มาผสมผสานในการออกแบบผลิตภัณฑ์บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการภายใต้บริบทที่พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสังคมเศรษฐกิจยุคดิจิทัล ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหัตถกรรมให้สอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภคในยุค New Normal อันเป็นการรักษาความสามารถในการแข่งขันและสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจฐานรากของประเทศไทยในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- ศราวุธ ผิวแดง และคณะ. (2559). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์กลุ่มชาติพันธุ์ลุ่มน้ำโขง*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (13 มกราคม 2566). *มูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ระดับประเทศ*. สืบค้นจาก <https://data.cea.or.th/>
- _____. (2562). *รายงานการศึกษารพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม ปี 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์.
- _____. (2561). *พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561*. เอกสารอัดสำเนา.
- Richards, G. (2011). *Creativity and tourism: the state of the art*. *Annals of Tourism Research*. 38(4), 1225-1253.