

CEA OUTLOOK

จับกระแสนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | มกราคม - มิถุนายน 2562

01



THAILAND'S Craft Industry

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา
อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมไทย

ISSN 2651-1533



9 772651 153008

เกี่ยวกับ CEA

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ CEA มีบทบาทสำคัญในการเป็นหน่วยงานกลางในการประสานความร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อนำไปสู่การผลักดันให้เกิดนโยบายด้านต่างๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ การพัฒนาย่านสร้างสรรค์ การจัดทำฐานข้อมูลและงานวิจัย ตลอดจนการร่วมจัดทำโครงการต่างๆ ของภาครัฐ

CEA ยังเป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เกิดและเติบโตด้วยการจัดหาทรัพยากรความรู้และโอกาสในการพัฒนานักสร้างสรรค์ทั้งในส่วนกลางและภูมิภาค พร้อมกับการกระตุ้นให้เกิดการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และภาคการผลิตจริงเพื่อนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการในระดับสากล

นอกจากนี้ CEA ยังส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของความคิดสร้างสรรค์ในกลุ่มประชาชนทั่วไป เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสนับสนุนและนำไปสู่การบริโภคและการลงทุนด้านความคิดสร้างสรรค์ต่อไป

CEA OUTLOOK

จับกระแสนาคค เศรษฐกิจสร้างสรรค์ | มกราคม - มิถุนายน 2562

01



THAILAND'S
**Craft
Industry**

เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา
อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมไทย

ISSN 2651-1533



9

772651

153008

คณะผู้จัดทำ

ที่ปรึกษา

อภิสิทธิ์ ไส้สตรูไกล

กองบรรณาธิการ

มนทิณี ยงวิกุล
ศิริอร หริมปราณี
พัฒน์ตา มิตรภักดี
สฤชดี โชคชัยนรินทร์
วรรณัน รุจิรัตน์
นุชนันท์ สวรรค์พิทักษ์

ออกแบบ

พจน์ องค์กรวิเกียรติ

แปล

สิริธารินทร์ เจริญศิริ

จัดทำโดย

CEA
Creative Economy Agency
(Public Organization)
สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
(องค์การมหาชน)
อาคารไปรษณีย์กลาง
1160 ถนนเจริญกรุง แขวงบางรัก
เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500 ประเทศไทย
โทรศัพท์ 02 105 7400
โทรสาร 02 105 7450

โรงพิมพ์

บริษัท ชันต์การพิมพ์ จำกัด

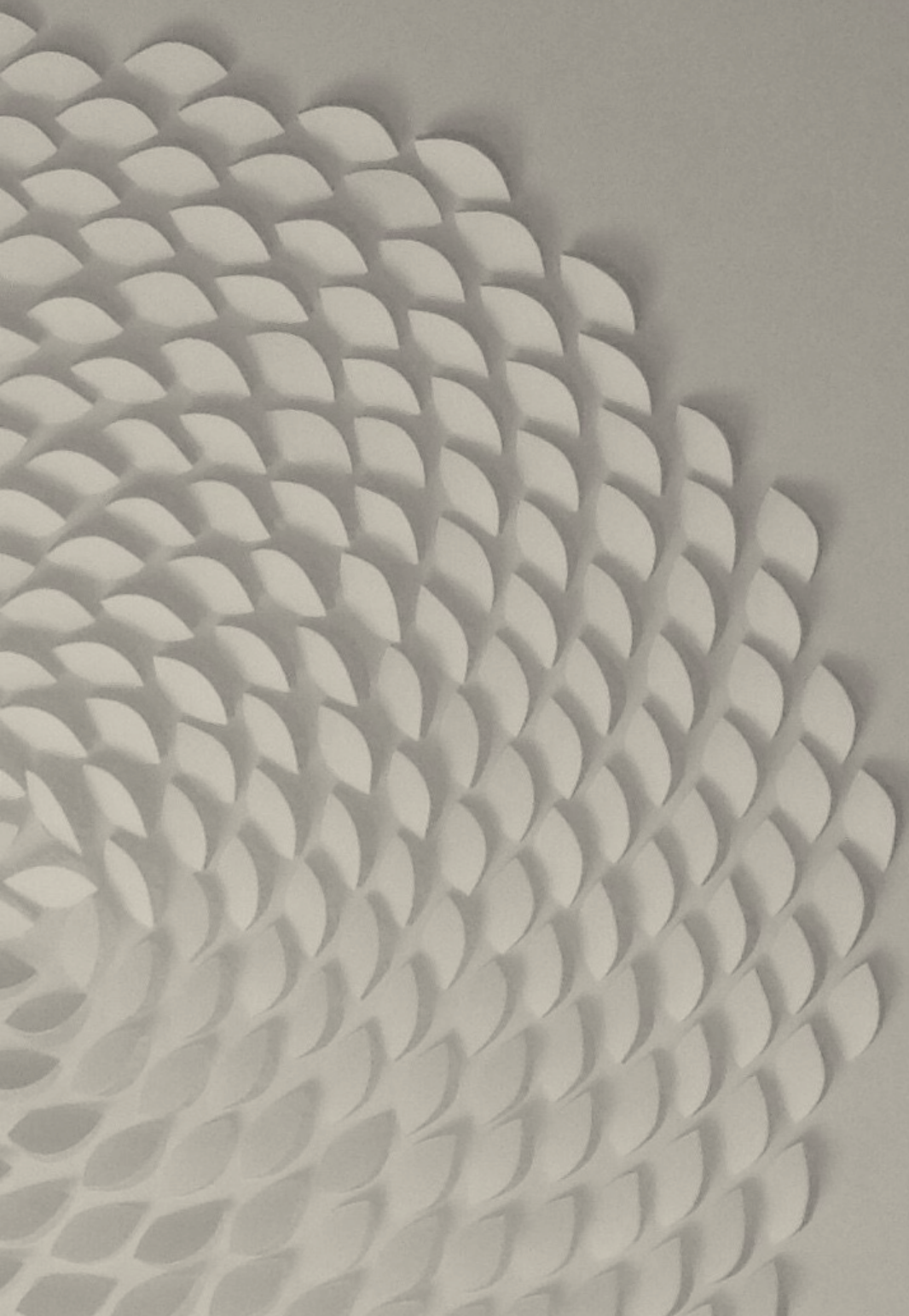


Photo: david-werbrouck/unsplash.com



เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา
อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมไทย

Volume

01



สารบัญ

12

การพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมไทยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

18

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับ
อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม
กรณีศึกษาต้นแบบที่ดี

20

กรณีศึกษาในประเทศสหราชอาณาจักร

30

กรณีศึกษาในประเทศญี่ปุ่น

42

สรุปปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุน
เชิงนโยบายการค้าเงินของหน่วยงานภาครัฐ

44

กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศไทย
แนวทางการพัฒนา ปัญหา และ
ความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ
กรณีศึกษา: แม่ทีตา และ กรกต

50

สรุปปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนา
ธุรกิจสร้างสรรค์ในสาขางานฝีมือและ
หัตถกรรมของประเทศไทย

54

สถานการณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์
สาขางานฝีมือและหัตถกรรม

56

ทัศนคติและแนวโน้มของงานฝีมือและ
หัตถกรรมของไทยในอนาคต







คำนำ

คุณค่าของงานหัตถกรรมนั้น ได้รับการยอมรับในฐานะรากฐานของวัฒนธรรม การผลิตของสังคม ช่างฝีมือ ได้รับการยกย่องในฐานะผู้สืบทอดและผู้สร้างสรรค์ และผลงานหัตถกรรม คือ ผลลัพธ์แห่งความอดทนและการผสมผสานของความสมบูรณ์และแรงบันดาลใจจากท้องถิ่น

การรังสรรค์งานหัตถกรรม จึงเป็นการแสดงออกทั้งวัฒนธรรม ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ แต่ในอีกมิติหนึ่ง งานหัตถกรรม ได้สร้างห่วงโซ่การผลิตที่เชื่อมโยงจากชุมชนการผลิตเล็กๆ สู่การส่งออกที่เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจในหลายประเทศ ถึงแม้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมแบบ Mass Production และเทคโนโลยีใหม่ได้เข้ามาดบับการผลิตของงานหัตถกรรม จนทำให้ภาคการผลิตงานหัตถกรรมลดลงอย่างน่าใจหาย แต่บางประเทศกลับสามารถรักษางานหัตถกรรมให้มีความน่าสนใจ และเป็นเรื่องของคุณค่าทางสังคมได้

งานหัตถกรรมไทยได้คงอยู่และแปรเปลี่ยนไปตามการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการผลิตของประเทศ จากงานครัวเรือนสู่ระดับอุตสาหกรรม อีกทั้งยังเพิ่มความหลากหลายของสาขาและความชำนาญ และเป็นส่วนสำคัญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่โดดเด่นอย่างมีศักยภาพ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเชื่อมั่นต่อการพัฒนาบทบาทของหัตถอุตสาหกรรมให้แข็งแกร่งและเติบโต เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคม โดยถ่ายทอดผ่าน CEA OUTLOOK ฉบับนี้ เพื่อเป็นกรณีศึกษาและพัฒนางานหัตถกรรมของไทย ให้ยังคงเป็นส่วนสำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป

อภิสิทธิ์ ไส้ตรุโกล
ผู้อำนวยการ



Photo: Alexandra Kenavoglio / iStockphoto.com



การพัฒนาอุตสาหกรรม

งานฝีมือและ

หัตถกรรมไทย

สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา นานาประเทศทั่วโลก ต่างประสบปัญหาของภาวะเศรษฐกิจซบเซา การแข่งขันในภาคการผลิตที่รุนแรงจากการมีผู้เล่นรุ่นใหญ่อย่างจีนเข้ามาตีตลาดสินค้าในระบบเศรษฐกิจของโลก รวมถึงปัจจัยการผลิตที่มาจากฐานทรัพยากรทางธรรมชาติและแรงงานต้นทุนต่ำเริ่มจะขาดแคลนจากการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงในโลกยุคปัจจุบัน

การอิงอยู่กับระบบเศรษฐกิจแบบเดิมจึงเป็นสิ่งที่อันตรายต่อการพัฒนาหลายประเทศเริ่มปรับเปลี่ยนทิศทางไปอิงกับระบบเศรษฐกิจใหม่ๆ โดยเฉพาะระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นระบบที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยการใช้ต้นทุนจากองค์ความรู้เดิมร่วมกับความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อต่อยอดและเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเดิมที่มีอยู่ นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจำนวนมาก

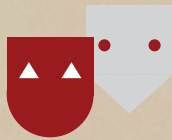
CREATIVE ECONOMY INDUSTRIES

การที่ประเทศไทยมุ่งหน้าสู่การพัฒนาระบบเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจโดยอาศัยจุดแข็งของประเทศ ซึ่งเป็นการแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในแง่ของความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม ให้กลายเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) โดยปัจจุบันประเทศไทยกำหนดขอบเขตกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ออกเป็น 12 กลุ่ม ได้แก่ หัตถกรรม ศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ ภาพยนตร์ การพิมพ์ ธุรกิจกระจายเสียง ดนตรี การออกแบบ แฟชั่น ธุรกิจการให้บริการด้านสถาปัตยกรรม โฆษณา และซอฟต์แวร์

กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้ง 12 กลุ่มนี้ ได้ถูกบรรจุให้เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายของโมเดลการพัฒนาใหม่ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่มุ่งส่งเสริมการสร้างการแข่งขันทางเศรษฐกิจด้วยเศรษฐกิจกระแสใหม่



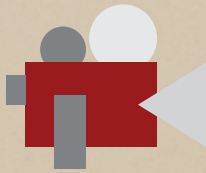
งานฝีมือและ
หัตถกรรม



ศิลปะการแสดง



ทัศนศิลป์



ภาพยนตร์
และวีดิทัศน์



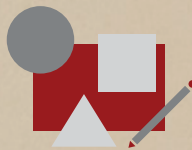
การพิมพ์



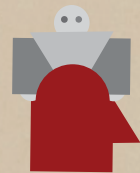
การกระจายเสียง



ดนตรี



การออกแบบ



แฟชั่น



สถาปัตยกรรม



การโฆษณา



ซอฟต์แวร์

1/3

ของการจ้างงาน
ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมด
คือ กลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม
สูงถึง

323,276

คน

จากไตรมาส 1 ของปี 2559

ด้วยบริบทของการพัฒนาในปัจจุบัน กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพสูง กลุ่มหนึ่งของประเทศไทยที่น่าจับตามอง คือ กลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) โดยพิจารณาจากมูลค่าทางเศรษฐกิจ 8.7 หมื่นล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 0.7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ) และมูลค่าการส่งออก 5.8 หมื่นล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 0.8 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด) ในปี 2557¹ รวมถึงตัวเลขการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรมมีการจ้างงานสูงถึง 323,276 คน หรือประมาณการเป็น 1 ใน 3 ของการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งหมด จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ไตรมาส 1 ปี 2559² นอกจากนี้อุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมยังเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมไทยซึ่งเป็นทักษะ และองค์ความรู้ที่เกิดจากการสั่งสมและสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น มีความเกี่ยวข้องกับวิถีการดำเนินชีวิต ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน และท้องถิ่น

1 ฐานข้อมูลเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สศช. เรียบจัด ณ วันที่ 30 มีนาคม 2558 โดย สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และ สำนักงานสถิติแห่งชาติ

2 ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบร่วมกับศูนย์บริการวิชาการ เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ จัดทำข้อมูลแรงงานสร้างสรรค์ภายใต้ “โครงการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์”



อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือว่า ไม่ใช่เรื่องใหม่สำหรับประวัติศาสตร์ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจ หากแต่ประเทศไทยยังไม่มียุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาในเรื่องนี้อย่างจริงจังและชัดเจน ดังนั้น การศึกษาและทบทวนแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากประเทศอื่นๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้เข้าใจแนวคิดในการพัฒนาและขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตลอดจนนโยบายและมาตรการในการส่งเสริม ซึ่งจะมีลักษณะเฉพาะตามจุดแข็งและต้นทุนทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ โดยการศึกษาจากกรณีตัวอย่างในต่างประเทศที่มีความโดดเด่นในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้และตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาของประเทศไทย รวมทั้งข้อดีและข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบาย ตลอดจนเป็นแนวทางในการเสริมสร้างจุดแข็งและโอกาส และลดทอนอุปสรรคหรือข้อจำกัดต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นต่อไป รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการงานฝีมือและหัตถกรรมที่มีศักยภาพในประเทศ ยังถือเป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ต้องการจะพัฒนาธุรกิจในกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรมต่อไป


แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม

กรณีศึกษาต้นแบบการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมที่ดีในต่างประเทศ

สำหรับประเทศกรณีศึกษาที่ดี (Best Practice) ในต่างประเทศ ประเทศที่มีแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) อย่างชัดเจนและเหมาะสม คือ สหราชอาณาจักรและญี่ปุ่น

ความสำคัญของอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม ในฐานะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

การเติบโตและการพัฒนาของงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างมีนัยยะสำคัญ เนื่องจากงานฝีมือและหัตถกรรมถือว่าเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีความเกี่ยวเนื่องและเชื่อมโยงกับกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ ถึงแม้ว่า ถ้าดูจากตัวเลขและมูลค่าของอุตสาหกรรมงานฝีมือ ถือว่ามีสัดส่วนทางเศรษฐกิจที่น้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ และมีแนวโน้มที่มูลค่ารวมและจำนวนแรงงานฝีมือจะลดลงอย่างต่อเนื่อง จากการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการดำเนินชีวิตประจำวัน และการเข้ามาของสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มีราคาถูกจากต่างชาติ



อย่างไรก็ตามทั้งรัฐบาลสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่น ก็ได้นำเสนอถึงประเด็นสำคัญว่า การส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมืออย่างต่อเนื่องจะช่วยให้การต่อยอดและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) โดยจะช่วยให้การพัฒนาความรู้ (Know-how) ทักษะฝีมือ (Skills) และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดจนการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคม จาก การนำภูมิปัญญาหรือความหลากหลายที่มีอยู่ของประเทศ (Cultural assets) มาต่อยอด นอกจากนี้การส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมือยังช่วยให้การสืบสานทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพในระยะยาว ดังนั้น ผลลัพธ์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมของกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือ อาจจะไม่ได้นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่เป็นผลกระทบที่ส่งผลไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น และการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและสังคมในภาพรวมของประเทศนั่นเอง

The United Kingdom

กรณีศึกษาในประเทศสหราชอาณาจักร

งานฝีมือและหัตถกรรมของสหราชอาณาจักรที่มีความโดดเด่นจะเป็นกลุ่มของงานฝีมือแบบร่วมสมัยหรืองานฝีมือประยุกต์ (Contemporary Craft) ซึ่งช่างฝีมือ (Craft Maker) จะเป็นผู้ที่นำทักษะหรือความชำนาญต่างๆ (Skillset) ผสมผสานเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม มาสร้างเป็นชิ้นงาน/ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและมีความโดดเด่นด้วยรูปทรง ความสวยงามและฟังก์ชันในการใช้งานตรงต่อความต้องการผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยยังคงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือแบบอังกฤษ



หน่วยงานที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์รัฐบาลอังกฤษได้มอบหมายให้ กระทรวง ดิจิทัล วัฒนธรรม สื่อ และการกีฬาของอังกฤษ (Department for Digital, Culture, Media and Sport: DCMS) เป็นหน่วยงานเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ พร้อมทั้งเป็นหน่วยงานที่ดูแลในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสนับสนุนการส่งออก ซึ่งบทบาทสำคัญของ DCMS ใน การส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม คือการรักษาและส่งเสริม วัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นมรดกของประเทศ เพื่อเป็นฐานหรือเครื่องมือหนึ่งในการ ขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ



สำหรับหน่วยงานเฉพาะที่ดูแลในเรื่องของการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) โดยตรง คือ Crafts Council ซึ่งเป็นองค์กรระดับประเทศ (National development agency) ที่ดำเนินงานและสนับสนุนอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมแบบร่วมสมัย (Contemporary Craft) และมีเป้าหมายอยู่ที่การทำให้สหราชอาณาจักรเป็นศูนย์กลางของการรวบรวมและผลิตงานฝีมือและหัตถกรรมร่วมสมัยของโลก โดยส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในเรื่องของการดำเนินธุรกิจ และโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่างๆ รวมถึงการสร้างมาตรฐานและคุณภาพของงานฝีมือร่วมสมัยของสหราชอาณาจักรให้เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ



แนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ

สำหรับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลักที่รัฐบาลใช้ในการขับเคลื่อนคือ นโยบาย CREATIVE UK STRATEGY ซึ่งมีการประกาศใช้ในปี 2557 โดยมีวิสัยทัศน์ของการพัฒนาไปสู่ปี 2563 โดยเน้นการดำเนินงานอย่างบูรณาการระหว่างกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของสหราชอาณาจักรร่วมกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปี 2559 ที่ผ่านมาก็ได้มีการปรับปรุงยุทธศาสตร์หลักให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทและสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยใช้ชื่อว่า CREATE TOGETHER STRATEGY ซึ่งมีประเด็นสำคัญในการพัฒนา 8 ด้าน ได้แก่

• DIGITAL INFRASTRUCTURE

โครงสร้างพื้นฐานแบบดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล เพื่อสร้างช่องทางการเชื่อมต่อที่ง่ายต่อการดำเนินธุรกิจและเปิดตลาดธุรกิจให้กว้างขึ้น

• DIVERSITY

พัฒนาความหลากหลายในกลุ่มแรงงานสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

• EDUCATION AND SKILLS

การพัฒนาทางด้านการศึกษาและทักษะฝีมือ ให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงกระตุ้นเด็กรุ่นใหม่ในระบบการศึกษาให้มีความสนใจและเห็นความสำคัญกับการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์

• FINANCE FOR GROWTH

เงินทุนสำหรับการเติบโต เพื่อสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ขนาดเล็กสามารถเข้าถึงข้อมูลและการสนับสนุนที่จำเป็นต่อการเติบโต

• INTELLECTUAL PROPERTY

การจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและการอบรมเพื่อสร้างการรับรู้เรื่องทรัพย์สินทางปัญญา

• INTERNATIONAL

การส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สู่สากล โดยภาครัฐมีเป้าหมายในการสนับสนุนให้ธุรกิจในทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในระดับสากล อีกทั้งยังเป็นภาพลักษณ์ของการสื่อสารในความหมายของ “Brand Britain”

• REGIONS & CLUSTERS

ภูมิภาคและกลุ่ม โดยการวางนโยบายให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนาในทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มเมือง ท้องถิ่นและภูมิภาค

• REGULATIONS

กฎระเบียบและข้อบังคับ การควบคุมที่มั่นคง หนักแน่น แต่ก็มืออิสระและไม่แทรกแซงการดำเนินธุรกิจ (Self-Regulation) เพื่อการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและดำเนินธุรกิจ รวมถึงคุ้มครองสิทธิประโยชน์ของผู้บริโภค



A
CREATIVE
INDUSTRIES
COUNCIL STRATEGY
FOR
CROSS
INDUSTRY
COLLABORATION

THE UK CREATIVE ECONOMY 2017

Creative



JOBS

The Creative Economy 2017

3.12 MILLION JOBS

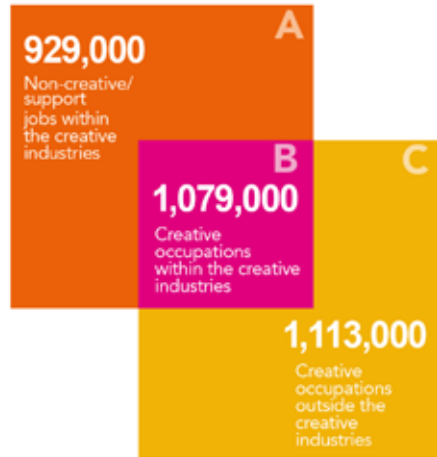
1 IN **11** UK JOBS

80k

CREATIVE ECONOMY JOBS ADDED IN 2017

EMPLOYMENT

Employment in the UK creative economy 2017



Total 3.12m jobs in the UK creative economy

creative economy = **A+B+C**

creative industries = **A+B**



REGIONS

% of UK creative industries jobs by region 2017

Figures rounded to total 100%



www.thecreativeindustries.co.uk

Source: DCMS statistics, July 2018

กล่าวโดยสรุป รัฐบาลสหราชอาณาจักรถือว่ามี การวางยุทธศาสตร์ไว้อย่างครอบคลุมทุกระดับและภาคส่วนของการพัฒนา รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ทั้งในแง่ของการสนับสนุนทางการเงิน การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน การออกมาตรการและกฎระเบียบข้อบังคับที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และส่งเสริมการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับสากล ทั้งนี้ นโยบายต่างๆ ยังมีการพัฒนาอย่างเป็นพลวัตตามการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยอีกด้วย

นอกจากนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวม รัฐบาลสหราชอาณาจักรยังมีแผนยุทธศาสตร์รายอุตสาหกรรม โดยแผนสำหรับอุตสาหกรรมงานฝีมือคือ **CRAFT BLUEPRINT** ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน สมาคมและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือ เพื่อพัฒนาและสนับสนุนแรงงานในอุตสาหกรรม โดยมีประเด็นสำคัญในการพัฒนาทั้งหมด 9 ประเด็น ได้แก่



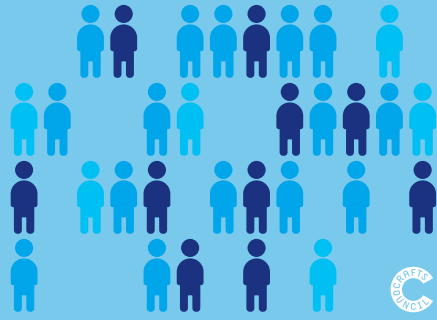
1	การจัดการและความเป็นผู้นำ Management and leadership	<div style="text-align: right;"> creative & cultural skills </div> <div style="text-align: center; margin-top: 20px;"> <h3>The Craft Blueprint</h3> <p><small>A workforce development plan for craft in the UK June 2009</small></p>  </div>
2	การสนับสนุนทางธุรกิจ Business support	
3	ความหลากหลายของแรงงาน Diversity of the workforce	
4	การพัฒนาผู้เชี่ยวชาญอย่างต่อเนื่อง Continuing professional development	
5	การปฏิรูปการตรวจสอบคุณภาพงานฝีมือ Qualifications reform	
6	การจัดเตรียมองค์ความรู้ของอุตสาหกรรมที่เข้มแข็ง The provision of robust industry intelligence	
7	บทบาทของความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมในโรงเรียน The role of creativity and culture in schools	
8	การเริ่มต้นเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรม Entry points into the creative and cultural industries	
9	เส้นทางความก้าวหน้าและข้อมูลของสายอาชีพ Progression routes & careers information, advice & guidance	



Photo: 100-design

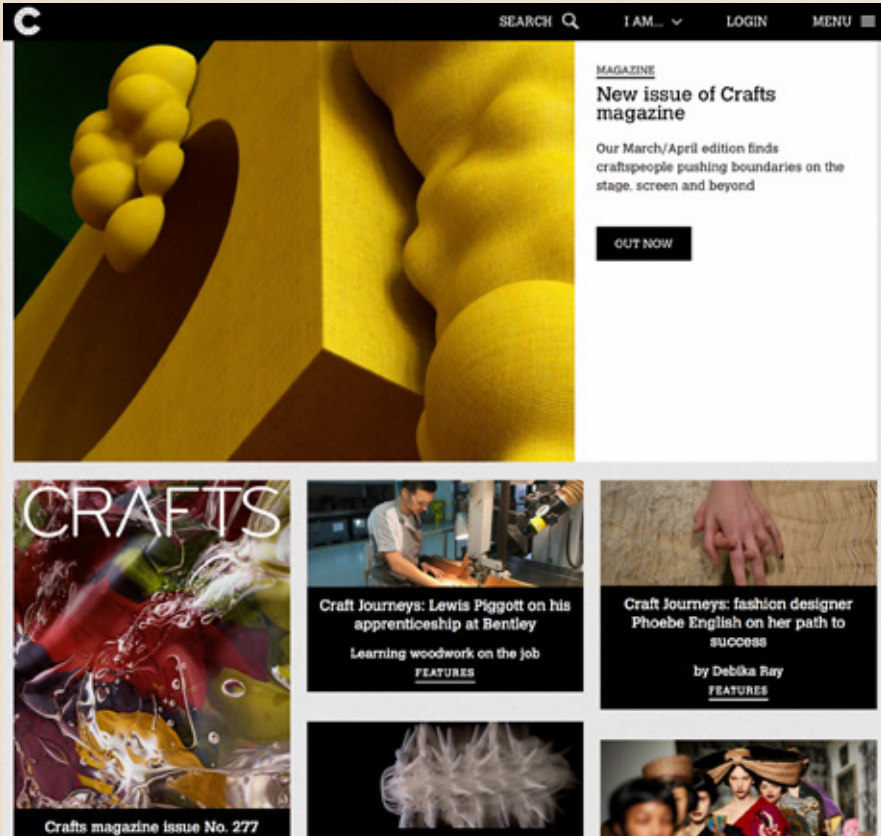
อย่างไรก็ตาม การวางแผนและการกำหนดทิศทางของการพัฒนาอุตสาหกรรมในปัจจุบันยังถือเป็นเรื่องยาก เนื่องจากการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดที่มาพร้อมกับการตื่นตัวจากการพัฒนาของเทคโนโลยี ทำให้วัฒนธรรมการผลิตงานฝีมือแบบเดิม ต้องถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยและความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงของกระแสต่างๆ ที่ส่งผลต่อทัศนคติและใช้ชีวิตของผู้คน ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ หน่วยงานภาครัฐจึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนการดำเนินงานให้สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เพื่อรองรับต่อโอกาสในการพัฒนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้การพัฒนาแรงงานฝีมือให้ตรงกับการเติบโตของอุตสาหกรรมในอนาคต การพัฒนาทางด้านการตลาดยังถือเป็นอีกจุดแข็งหนึ่งที่ภาครัฐสามารถดำเนินการ เพื่อให้ภาคธุรกิจและผู้บริโภคได้มีโอกาสพบเจอกันได้รวดเร็วยิ่งขึ้น



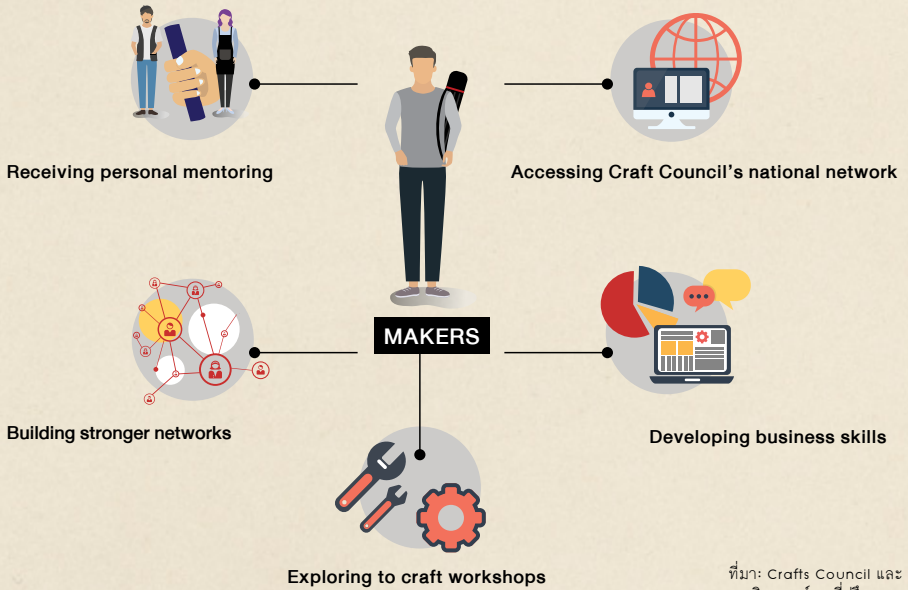
Hothouse
Support for
emerging makers

**HIGHLIGHT PROJECT:
HOTHOUSE PROGRAMME**

แผนปฏิบัติการหนึ่งที่น่าสนใจที่ดำเนินการโดย Crafts Council คือ โครงการสำหรับสนับสนุนและส่งเสริมกลุ่ม Makers หน้าที่มีความสามารถและสนใจจะเริ่มต้นทำธุรกิจ หรือ HOTOHOUSE Programme ซึ่งเกิดขึ้นในปี 2554 และปัจจุบันมี Makers ที่ผ่านการอบรมและเข้าร่วมโครงการแล้วกว่า 200 คน โดยโครงการดังกล่าวจะเป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง Crafts Council และพันธมิตรที่สำคัญ เช่น สถาบันการศึกษา เครือข่ายของช่างฝีมือใน UK แกลลอรี สตูดิโอ ตลอดจนนักธุรกิจในแวดวงที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ซึ่งผู้ที่เข้าร่วมจะมีโอกาสในการเข้ารับการอบรมแบบ 1 ต่อ 1 กับพี่เลี้ยงที่จะคอยให้คำปรึกษาตั้งแต่กระบวนการสร้างธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตลาดอย่างครบถ้วน โดยโครงการจะใช้เวลาประมาณ 6 เดือน นอกจากนี้ ยังมีการเชิญบุคคลภายนอกเข้ามาให้ความรู้และจัดทำ Workshop เพื่อพัฒนาทักษะของการเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์



กระบวนการให้คำปรึกษาภายใต้ HOTHOUSE PROGRAMME



ที่มา: Crafts Council และ
การวิเคราะห์ของทีปรึกษา

โครงการ HOTHOUSE ถือว่าเป็นหนึ่งโครงการที่จัดทำขึ้นเพื่อรองรับต่อแนวทางการพัฒนาด้านบุคลากรของสหราชอาณาจักร โดยบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความเข้าใจในงานฝีมือ จะทำให้การเข้าถึงตลาดผู้บริโภคใหม่เป็นไปได้ง่ายขึ้น และสามารถสร้างสรรค์งานฝีมือรูปแบบใหม่จากการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ตรงกับความต้องการของตลาด ทั้งยังช่วยสืบสานและยกระดับทักษะและความเชี่ยวชาญในงานช่างแบบดั้งเดิม

อย่างไรก็ตาม คณะทำงานได้ระบุถึงประเด็นที่เป็นอุปสรรคสำคัญของอุตสาหกรรมงานฝีมือ คือเรื่องของการให้คุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือ ซึ่งคนส่วนใหญ่มักจะมองว่างานฝีมือ (Handicraft) เป็นงานที่ทำขึ้นในครัวเรือน (Homemade) มากกว่างานคุณภาพสูง ที่มีการผสมผสานระหว่างการออกแบบและประยุกต์เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งทัศนคติ (Mindset) เหล่านี้ ทำให้มุมมองของผู้บริโภคที่มีต่อการประเมินราคาของผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือมีราคาน้อยกว่ามูลค่าของงานฝีมือที่ผู้ผลิตตั้งไว้ จากปัญหาดังกล่าว โครงการ HOTHOUSE จึงมีส่วนในการช่วยให้ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจในการประกอบธุรกิจมากยิ่งขึ้น จากการให้คำปรึกษาและการอบรมเรื่องการประกอบธุรกิจ ทั้งนี้ Crafts Council ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรที่เป็นผู้ที่มีความสามารถในการคัดสรรและรวบรวมงานฝีมือ (Craft Curator) ซึ่งจะเป็นบุคคลที่สามารถประสานและแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าที่แท้จริง จากความแตกต่างระหว่างงานฝีมือที่มีอยู่ในระบบอุตสาหกรรมทั่วไปกับงานฝีมือที่มีคุณภาพที่เกิดจากการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ของผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในท้องตลาดอีกด้วย

กรณีศึกษาในประเทศญี่ปุ่น

งานฝีมือของญี่ปุ่นถือว่ามีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนานมากกว่า 100 ปี โดยยังคงไว้ซึ่งรูปแบบและวิธีการผลิตแบบดั้งเดิม จึงถือว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สามารถนำเสนอความเป็นญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจน โดยงานฝีมือถูกแบ่งออกเป็น 8 ประเภทหลัก คือ เครื่องปั้นดินเผา (Pottery) สิ่งทอ (Textiles) เครื่องแลค (Lacquerware) งานไม้ (Woodwork) เครื่องโลหะ (Metalwork) ตุ๊กตา (Dolls) กระดาษ (Paperwork) และประเภทอื่นๆ (Miscellaneous) ซึ่งในแต่ละประเภทเองก็จะถูกแบ่งย่อยออกไปอีกตามเทคนิคหรือกระบวนการเฉพาะตัวของงานนั้นๆ

หน่วยงานที่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

หน่วยงานที่เป็นกลไกการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลัก คือ Ministry of Economics, Trade and Industry: METI ทำหน้าที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยสนับสนุนการขยายกิจการของผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่นไปยังต่างประเทศ รวมทั้งสนับสนุนทางด้านเงินทุน และมี Ministry of Education, Culture, Sports and Technology: MEXT ทำหน้าที่พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้อง โดยมีการสนับสนุนทุนการศึกษาให้กับผู้ที่สนใจศึกษาต่อในสาขาที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศ รวมถึงการสนับสนุนโอกาสให้บุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมที่อยากจะต่อยอดความรู้ได้ไปแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์กับบุคลากรที่มีความสามารถจากประเทศอื่นๆ ในระดับโลก

สำหรับหน่วยงานที่ดูแลในเรื่องของกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือโดยตรง คือ สมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมือแบบดั้งเดิม (Association for Promotion of Traditional Craft Industries: DENSAN) ทำหน้าที่พัฒนาและส่งเสริมงานฝีมือและหัตถกรรมแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่นให้มีมาตรฐานและคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล พร้อมทั้งสนับสนุนในเรื่องของการส่งออกและการสร้างตลาดสินค้างานฝีมือทั้งในและต่างประเทศ



Japan

นอกจากนี้ยังมีกระทรวงอื่นๆ ที่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ Ministry of Foreign Affairs ทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมผ่านสถานทูตของญี่ปุ่น ในต่างประเทศ รวมทั้งสร้างภาพลักษณ์และการโฆษณาแบรนด์ และ Ministry of Land, Infrastructure, Transport and Tourism ทำหน้าที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศญี่ปุ่นภายใต้แคมเปญ “Visit Japan” ซึ่งในการดำเนินงานของรัฐบาลที่จะเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจของภาคเอกชนให้สามารถพัฒนาสินค้าให้มีมาตรฐานและสามารถที่จะแข่งขันในตลาดโลก ภายใต้การอำนวยความสะดวกและการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้ยังเป็นการเชื่อมโยงให้เป้าหมายของการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของภาคเอกชนและภาครัฐเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

จากโครงสร้างหน่วยงานที่มีส่วนส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งหมด จะเห็นได้ว่าหน่วยงานภาครัฐในประเทศญี่ปุ่นให้ความสำคัญและสร้างความร่วมมือกัน ในการขับเคลื่อนนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพรวมได้อย่างชัดเจน เป็นรูปธรรม และสร้างผลกระทบในเชิงบวกเป็นวงกว้าง

Photo: erik-eastman/unsplash.com



Photo: Erik Eastman/unsplash.com



แนวทางในการพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ

นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศญี่ปุ่นคือ Cool Japan โดยเกิดจากการที่รัฐบาลญี่ปุ่นต้องการจะพัฒนาและเตรียมความพร้อมของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายที่สามารถสะท้อนความเป็นญี่ปุ่น ก่อนจะส่งออกสินค้าและบริการเหล่านั้นไปยังต่างประเทศ เพื่อสร้างความมั่งคั่งของประเทศ (Increase National Wealth) โดยแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของญี่ปุ่นแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การพัฒนาสินค้าและบริการที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่น และมีศักยภาพในการส่งออก (Combining Japanese Content and Consumer Goods)
2. กระตุ้นกระแสญี่ปุ่นนิยมในต่างประเทศ (Creating Japanese Boom Overseas) ด้วยการแพร่ภาพและนำเสนอเนื้อหาความเป็นญี่ปุ่นผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจในความเป็นญี่ปุ่น (Japanese Awareness) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะเข้ามาทำหน้าที่ช่วยเหลือในการปรับรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมของญี่ปุ่นที่ส่งออกให้เหมาะสมกับตลาด
3. ขยายธุรกิจไปยังประเทศเป้าหมาย (Making Profits Locally) รัฐบาลญี่ปุ่นจะเป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกและประสานความเชื่อมโยงในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสนับสนุนความเชื่อมโยงระหว่างบริษัทในต่างประเทศกับผู้ประกอบการชาวญี่ปุ่น ตลอดจนสร้างความร่วมมือกับร้านค้าปลีกและผู้จัดจำหน่ายสินค้าในต่างประเทศเพื่อช่วยในการกระจายสินค้าไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. การดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้จ่ายยังประเทศญี่ปุ่น (Consuming in Japan) ภายหลังจากการเกิดกระแสญี่ปุ่นนิยมและการกระจายสินค้าในต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะดำเนินการส่งเสริมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในประเทศญี่ปุ่น

**ภาพรวมกระบวนการและแนวทางการส่งออกวัฒนธรรมของญี่ปุ่น
ไปยังต่างประเทศภายใต้นโยบาย COOL JAPAN**

Develop Cool Japan ▶ Japanese Cultural Export & Overseas Expansion			
Ready to Export Business ▶	Create Japanese Boom Overseas	Making Profits Locally	Consuming in Japan
Content <ul style="list-style-type: none"> • Game • Cartoon Characters 	<ul style="list-style-type: none"> • Information • Music Programs 	<ul style="list-style-type: none"> • Stores • Event & Live Concerts • Dance Classes 	<ul style="list-style-type: none"> • Akihabara (for Gamers)
Fashion <ul style="list-style-type: none"> • Fashion Apparel • Beauty and Cosmetics 	<ul style="list-style-type: none"> • Fashion Programs • Dramas 	<ul style="list-style-type: none"> • Stores • Fashion Shows 	<ul style="list-style-type: none"> • Ginza (for Mature Ladies) • Shibuya (for Teenagers)
Food <ul style="list-style-type: none"> • Dine Out (Ramen & Sushi) • Liquor & Beverages 	<ul style="list-style-type: none"> • Cooking Programs • Dramas 	<ul style="list-style-type: none"> • Stores & Restaurants • Supermarkets & Convenient Stores 	<ul style="list-style-type: none"> • Tsukiji (Sushi) • Noda (Soy Sauce)
Lifestyle <ul style="list-style-type: none"> • Home Appliances • Interior Accessories 	<ul style="list-style-type: none"> • Variety Shows • Dramas 	<ul style="list-style-type: none"> • Stores • Dealers 	<ul style="list-style-type: none"> • Kyoto (Luxury Seeking People)
Tourism <ul style="list-style-type: none"> • Sightseeing Spots • Inns & Hotels 	<ul style="list-style-type: none"> • Tourism Programs • Information Programs 	<ul style="list-style-type: none"> • Travel Agencies • Airlines 	<ul style="list-style-type: none"> • Hokkaido (Ski) • Okinawa (Diving)

ที่มา: Cool Japan Initiative 2014 นโยบายสำหรับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานมีโมและหัตถกรรมของญี่ปุ่น

นโยบายสำหรับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรมของญี่ปุ่น

จากกรอบนโยบาย COOL JAPAN ดังกล่าว METI ได้เข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมแบบดั้งเดิม ผ่านการดำเนินงานภายใต้โครงการต่างๆ รวมถึงการจัดตั้งสมาคมส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมือแบบดั้งเดิม (DENSAN) ซึ่งมีหน้าที่ดูแลและน่านโยบายไปปฏิบัติ เพื่อรับมือกับปัญหาผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ที่มีราคาถูกจากต่างชาติ รวมถึงการลดลงอย่างรวดเร็วของการใช้สินค้าจากงานฝีมือและหัตถกรรมแบบดั้งเดิมของคนในประเทศ ทั้งนี้เพื่อให้สินค้าจากงานฝีมือที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนและส่งเสริมของ DENSAN มีมาตรฐานและคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รัฐบาลจึงได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกสินค้าขึ้นมา 5 ข้อ ดังนี้

1. งานฝีมือต้องถูกใช้งานอย่างเป็นกิจวัตรในชีวิตประจำวัน
2. งานฝีมือต้องเคยถูกผลิตด้วยมือมาก่อน
3. กระบวนการการผลิตงานฝีมือต้องมีการใช้เทคนิคแบบดั้งเดิมที่มีอายุเกินกว่า 100 ปี
4. วัตถุประสงค์หลักในการผลิตงานฝีมือต้องไม่ถูกเปลี่ยนแปลงมาเกินกว่า 100 ปี
5. งานฝีมือนั้นต้องมีถิ่นกำเนิดที่ชัดเจนในระดับหนึ่งตามที่กำหนดไว้



หากงานฝีมือใดมีคุณสมบัติครบถ้วนทั้ง 5 ข้อ จะได้รับการรับรองจาก METI และ DENSAN ให้สามารถขึ้นทะเบียนเป็นสินค้านงานฝีมือแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น และจะได้รับสิทธิพิเศษจากทางหน่วยงานของภาครัฐในการสนับสนุนการขาย การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การตั้งขายในร้านค้าพิเศษของรัฐบาล รวมไปถึงสิทธิพิเศษในการส่งไปจัดแสดงตามงานที่ต่างประเทศ ซึ่งการตั้งข้อกำหนดเหล่านี้ ยังช่วยให้เกิดการสร้างมาตรฐาน และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นญี่ปุ่นที่ทั่วโลกรู้จักและให้การยอมรับ โดยในปี 2561 สินค้าจากงานฝีมือแบบดั้งเดิมที่ได้รับการรับรองมีทั้งหมด 230 รายการ

JAPAN TRADITIONAL CRAFTS ที่ได้รับการรับรองของประเทศญี่ปุ่น

Traditional Crafts of Japan

These are Officially Designated Traditional Craft Products throughout Japan that are authorized by the Ministry of Economy, Trade and Industry (222 products as of June 18, 2015).



Do you know about this Mark?
 This mark identifies Traditional craft products. The quality certification label is only attached on the product that meets the standard of the Ministry of Economy, Trade, and Industry.

JAPAN TRADITIONAL CRAFTS AOYAMA SQUARE
 Opening Hours: Daily 11:00am - 7:00pm
 Accessibility: Aoyama 3-station* subway station, Exit #A4,
 walk 5 minutes towards Aoyama Station
 Telephone: 03-5785-1201

Produced and Published by
**The Association for the Promotion of
 Traditional Craft Industries**
 Address: 13 Bldg 2F, 8-1-22 Aoyama, Minato-ku, Tokyo 107-0002
 Tel: 03-5785-1201 URL: <http://hojipen.jp>

Note: The layout of illustrations does not necessarily correspond to the location of municipalities.

ทั้งนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมของญี่ปุ่นภายใต้นโยบาย Cool Japan และการดำเนินงานของ DENSAN ยังช่วยในการส่งเสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือ จากแผนการในส่วนแรกที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสินค้างานฝีมือให้มีคุณภาพที่สูงขึ้น (Supply-Sided) ด้วยการยกระดับมาตรฐานของสินค้าผ่านข้อกำหนดต่างๆ ของ METI และ DENSAN พร้อมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมงานฝีมือ โดยการกระตุ้นอุปสงค์และการรับรู้ของผู้บริโภค (Demand-Sided) จากการทำงานของหน่วยงานภาครัฐและการช่วยเหลือผู้ประกอบการในการสร้างเรื่องราว (Story telling) ให้กับสินค้า เพื่อเปลี่ยนจากประวัติศาสตร์ให้กลายเป็นเรื่องราวของสินค้าที่จับต้องได้ง่ายขึ้น (History-to-Story) ซึ่งสังเกตได้จากการตั้งชื่อสินค้างานฝีมือต่างๆ มักจะมีชื่อของภูมิภาคที่เป็นต้นกำเนิดหรือชื่อเทคนิคเฉพาะของงานฝีมือชิ้นนั้นๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้ผู้บริโภครับรู้ถึงงานฝีมือชิ้นนี้มีความพิเศษและโดดเด่นมากกว่างานฝีมือแบบอื่นในตลาดเดียวกันและยังสามารถสร้างความโดดเด่นและแตกต่างแก่สินค้าที่มีความคล้ายกันไม่ให้เกิดความสับสนได้อีกด้วย เช่น OJIYA-CHIJIIMI และ OJIYA-TSUMUGI ในประเภทงานสิ่งทอ โดยคำว่า OJIYA คือเมืองต้นกำเนิด ส่วน CHIJIIMI / TSUMUGI คือชื่อของเทคนิคหรือลักษณะพิเศษของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นต้นซึ่งการตั้งชื่อในลักษณะนี้จะนำไปสู่การสร้างความสามารถทางการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) และป้องกันไม่ให้เกิดการสูญเสียส่วนแบ่งทางการตลาด (Cannibalization) ในสินค้าที่มีความใกล้เคียงกันอีกด้วย



Photo: hanakomon.co.jp

Photo: WatchProSite.com





การปรับรูปแบบและพัฒนามาตรฐาน สร้างความรับรู้ของผู้บริโภคข้างต้น นอกจากจะเป็นการกระตุ้นอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศแล้ว รัฐบาลยังมีการกระตุ้นอุปสงค์ของผู้บริโภคภายในญี่ปุ่นเพิ่มเติมจากการกำหนดให้พฤศจิกายนของทุกปีเป็นเดือนแห่งงานฝีมือแบบดั้งเดิม (Traditional Craft Products Month) ตั้งแต่ปี 2527 เพื่อให้กลุ่มคนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้มาพบปะพูดคุย และมีการจัด Workshop ให้ความรู้ตามร้านค้าตัวแทนของภาครัฐ พร้อมทั้งการจัดกิจกรรมที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย เช่น NIPPON QUEST ที่เป็นการแข่งขันเพื่อค้นหาสินค้าหรืออาหารที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งเป็นการสร้างการรับรู้และให้ความสำคัญกับงานฝีมือภายในประเทศได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ DENSAN ยังถูกก่อตั้งขึ้นด้วยจุดประสงค์ที่จะเป็นศูนย์กลางของบุคลากรในแวดวงงานฝีมืออีกด้วย เนื่องจากอุตสาหกรรมงานฝีมือของญี่ปุ่นในอดีตนั้นถูกขับเคลื่อนด้วยช่างฝีมือจากตระกูลช่างใหญ่ ซึ่งแต่ละตระกูลก็จะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะอย่างในงานฝีมือของตัวเอง ซึ่งการที่รัฐบาลสร้างศูนย์กลางขึ้นมาและรวบรวมตระกูลช่างฝีมือทั้งเล็กและใหญ่เข้าไว้ด้วยกันนั้นจะสามารถส่งเสริมให้ช่างฝีมือจากตระกูลต่างๆ ได้มีโอกาสแลกเปลี่ยนและแบ่งปันองค์ความรู้ที่ตนเองเชี่ยวชาญ และยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาและต่อยอดองค์ความรู้ในงานฝีมือไม่ให้หยุดนิ่งและไม่เลือนหายไปตามกาลเวลา นอกจากนี้ สมาคมฯ ยังสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ (Connection) ทั้งภายในแวดวงงานฝีมือชนิดเดียวกัน และระหว่างแวดวงงานฝีมือที่แตกต่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การรวมหน่วยตามแนวตั้ง (Vertical Integration) ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและครบวงจร

HIGHLIGHT PROJECT: TRADITIONAL CRAFTS X LUXURY PROJECT: WAO

Craft Renaissance Project “WAO” เป็นแผนปฏิบัติการที่นำนักออกแบบ ศิลปิน และผู้ดูแลแบรนด์ (Brand Curator) มารวมตัวกัน เพื่อพัฒนาภาพลักษณ์ของสินค้างานฝีมือญี่ปุ่นให้มีคุณค่า และนำค้นหา พร้อมทั้งพัฒนาศักยภาพในการส่งออกระดับโลก ภายใต้แนวคิด Cool Japan โดยมีกระบวนการคัดเลือกและดำเนินงาน ดังนี้

1. CURATION SYSTEM / EVALUATION

ระบบการประเมินสินค้า สินค้างานฝีมือจะถูกตรวจสอบ และเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้น โดยผู้เชี่ยวชาญทางการประเมินสินค้า และนักออกแบบหรือศิลปินแนวหน้าก่อนที่จะถูกส่งออกไปสู่ตลาดผู้บริโภค

2. DISCOVERING YOUNG TALENTS AND DEVELOPING HUMAN RESOURCES

ค้นหาบุคลากรที่มีพรสวรรค์ ควบคู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ผ่านการก่อตั้งเครือข่าย 47 Club E-Commerce ที่รวบรวมข่าวสารเกี่ยวกับช่างฝีมือจากทั้ง 47 จังหวัดของญี่ปุ่น

3. PROMOTION OF DEVELOPMENT USING “SELECT SHOPS” AND HIGH-END DEPARTMENT STORES

พัฒนาช่องทางการค้าผ่าน “Select Shops” โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้บริโภคระดับ High-End ทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ

4. DEVELOPMENT OF BUSINESS NEGOTIATIONS

การพัฒนาการสื่อสารทางธุรกิจ ใช้กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นช่องทางในการสื่อสาร เพื่อเจาะเข้าสู่ตลาด High-End

5. INITIATIONS TO OVERSEAS MEDIA/PR

การเริ่มต้นการสื่อสารในต่างประเทศ เพื่อนำไปสู่การรับรู้และตระหนักถึงแบรนด์ และสินค้างานฝีมือของญี่ปุ่น (Raise Brand Awareness)

6. EXHIBITIONS AND SALES IN JAPAN AND OVERSEAS

การจัดนิทรรศการและการขายสินค้าในญี่ปุ่นและต่างประเทศ เพื่อชักชวนให้ผู้บริโภคต่างชาติโดยเฉพาะในสหรัฐและยุโรปเกิดความสนใจในงานฝีมือของญี่ปุ่น



Photo: Arita Tourism Association

จากแผนปฏิบัติการตัวอย่าง จะเห็นได้ว่า รัฐบาลมีความพยายามในการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับบริบททางสังคมสมัยใหม่ ผ่านการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน และด้วยการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมงานฝีมือแบบดั้งเดิม ทำให้สินค้าจากงานฝีมือของญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายและได้รับการยอมรับในตลาดระดับสากล

สรุปปัจจัยความสำเร็จของการสนับสนุนเชิงนโยบายและการดำเนินของหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จาก 2 ประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น พบว่า ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาอุตสาหกรรมฝีมือและหัตถกรรมให้มีศักยภาพและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน จนสามารถประสบความสำเร็จในเวทีระดับโลก คือ

1. การมีนโยบายและกำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมที่ชัดเจน การสร้างอุปสงค์และอุปทานที่สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน พร้อมทั้งการสร้างสภาพแวดล้อม (Ecosystem) ที่เหมาะสม
2. การดำเนินนโยบายต่างๆ ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของประเทศ เช่น ลักษณะของการดำเนินชีวิตของประชาชนในประเทศ ความเข้มข้นของต้นทุนทางวัฒนธรรม พฤติกรรมการเลือกซื้อและบริโภคของงานจากฝีมือ รวมถึงสภาพแวดล้อมอื่นๆ เช่น ระดับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่อง เป็นต้น
3. การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำงานแบบบูรณาการ เพื่อส่งเสริมการดำเนินนโยบายที่สอดคล้องและต่อเนื่องกัน
4. การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการและแรงงานฝีมือสร้างสรรค์ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมทั้งในปัจจุบันและอนาคตของประเทศ
5. การสร้างมาตรการจูงใจหรือให้สิทธิประโยชน์ต่างๆ เพื่อต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่ตลาดต่างประเทศ
6. การทำการตลาดและสร้างช่องทางการสื่อสารในช่องทางที่หลากหลายและมีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นการให้ความรู้และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือแก่ผู้บริโภค

สรุปแล้ว ทั้งสหราชอาณาจักรและญี่ปุ่นได้ดำเนินนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตามปัจจัยแห่งความสำเร็จทั้ง 6 ประการในช่วงต้น โดยทั้ง 2 ประเทศ มีการปรับใช้วิธีการและกำหนดแนวทางในการพัฒนาที่ต่างกัน โดยสหราชอาณาจักรมีแนวทางในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอย่างเป็นองค์รวมด้วยการใช้ทรัพยากรและเน้นการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี เข้ามามีส่วนในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมถึงปัจจัยสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายในประเทศ ในขณะที่ญี่ปุ่นจะมุ่งเน้นการพัฒนาและต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสนับสนุนหลัก พร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการส่งออกไปยังนานาประเทศจากการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศในภาพรวม



Thailand

กรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศไทย

“แม่ทีตา” (ผ้าฝ้ายทำมือย้อนมรดกธรรมชาติ) และ “Korakot” (จักสานไม้ไผ่) ถือเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมที่ประสบความสำเร็จในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าหัตถกรรม และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน ตลอดจนการขยายฐานผู้บริโภคไปยังตลาดต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แนวทางการพัฒนา ปัญหา และความท้าทายในการดำเนินธุรกิจ

กรณีศึกษา: แม่สีตา (MAE TEETA)

เกิดจากความต้องการจะฟื้นฟูและสานต่องานหัตถกรรมพื้นถิ่นที่กำลังจะสูญหายไปของจังหวัดสกลนคร โดยเน้นกระบวนการผลิตในการทอและการย้อมแบบดั้งเดิมที่มีคุณภาพสูง คือ การใช้วัตถุดิบทุกอย่างจากธรรมชาติทั้งสีครามในการย้อมจากต้นครามที่เกิดจากการหมักจุลินทรีย์ด้วยการเลี้ยงดูแบบเทคนิคทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ยุ่งยากและต้องอาศัยการฟื้นฟูองค์ความรู้ เนื่องจากในอดีตยังไม่มี การเก็บหรือศึกษาในเรื่องของภูมิปัญญา ประเพณี วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนไว้อย่างชัดเจนหรือเป็นลายลักษณ์อักษรมากนัก ทำให้ยากต่อการนำวัฒนธรรมมาสานต่อและเพิ่มคุณค่าในคนรุ่นใหม่

การสร้างแบรนด์ แม่สีตา ได้เล็งเห็นถึงปัญหาหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ กล่าวคือ ปัจจุบันมีผ้าทอมืออยู่เป็นจำนวนมากในท้องตลาด (Supply) จากการส่งเสริมของภาครัฐ แต่ทุกคนทั่วไปโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่เป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญที่มีกำลังซื้อ (Demand) ยังไม่เห็นความสำคัญหรือให้คุณค่ากับผ้าทอมือมากนัก รวมถึงผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือส่วนใหญ่ยังยากต่อการนำไปใช้สวมใส่ในชีวิตประจำวัน เนื่องจากผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีลักษณะเป็นผ้าผืนที่ยังไม่ได้ผ่านการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ประกอบกับการออกแบบหรือลวดลายที่ไม่ตรงกับรสนิยมของคนรุ่นใหม่ จึงเป็นช่องว่างทางการตลาดที่แม่สีตานำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาแบรนด์ โดยยึดจากคุณค่าและคุณสมบัติที่มีของผ้าหัตถกรรมจากธรรมชาติ ผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเสื้อผ้าที่ตรงกับรสนิยมของคนรุ่นใหม่ และดูเหมาะกับการใช้งานในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น เน้นความเรียบง่าย ดูเป็นสากล และทันสมัย โดยถือว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์และเปิดมุมมองของการทำผ้าหัตถกรรมขึ้นมาใหม่

อย่างไรก็ตามในขั้นตอนนี้ ก็มีปัญหาและอุปสรรคสำคัญ เนื่องจากผ้าหัตถกรรมเกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตด้วยมือของชาวบ้าน ซึ่งในช่วงแรกชาวบ้านไม่เชื่อว่าทำออกมาแล้วจะขายได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความแปลกใหม่และยังไม่มีที่รู้จักหรือที่นิยมกันในท้องตลาด ประกอบกับค่านิยม มุมมองและรสนิยมของชุมชนในพื้นที่แตกต่างกับคนในเมือง ทำให้การเริ่มต้นธุรกิจต้องอาศัยระยะเวลาในการปรับความเข้าใจระหว่างผู้ผลิต (ชุมชน) กับผู้ประกอบการหรือนักออกแบบ (สร้างสรรค์) รวมถึงระยะเวลาของผลลัพธ์จากผลิตภัณฑ์ที่จะเติบโตและเป็นที่รู้จักในหมู่ผู้บริโภคในท้องตลาด ทั้งนี้ในการทำธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับชุมชนที่เป็นกลไกหลักในกระบวนการผลิตนั้น จะต้องดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงการยกระดับของคุณภาพชีวิตของชาวบ้าน ชุมชนและสังคมในภาพรวมด้วย เนื่องจากงานฝีมือที่ดีมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือ จะสามารถสะท้อนผ่านวิถีการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในสังคมนั้นๆ

กรณีศึกษา: กรรท (KORAKOT)

เกิดจากการพัฒนาต่อยอดจากทักษะที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยใช้แรงบันดาลใจจากธรรมชาติใกล้ตัว และใช้วัตถุดิบในพื้นที่และทักษะเฉพาะทางของคนภายในชุมชนที่มีความชำนาญ กล่าวคือ เทคนิคและทักษะในสมัยเด็กจากการผูกข้าว และเทคนิคการมัด การผูกไม้ไผ่แบบจีนโบราณ ผสมผสานกับงานหัตถกรรมท้องถิ่นอย่างงานจักสาน โดยพัฒนาและต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบให้เข้ากับกระแสของโลกและความเป็นสากล ทำให้เกิดเป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านแบบประยุกต์ ซึ่งกลายเป็นงานศิลปะอันละเอียดอ่อนและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

งานจักสานถือว่าเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาพื้นบ้านและผูกพันกับชีวิตประจำวันของคนไทยมาแต่โบราณ จากการนำมาขัดสานเป็นรูปทรงเพื่อประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันของคนสมัยก่อน แต่มักจะถูกมองว่า เป็นสิ่งของที่ล้าสมัย ไม่ตรงกับการใช้งานในปัจจุบันที่วัสดุจากธรรมชาติส่วนใหญ่ได้ถูกแทนที่ด้วยผลิตภัณฑ์วัสดุสังเคราะห์จากอุตสาหกรรมที่มีราคาถูกและเข้ากับการใช้งานในยุคสมัยปัจจุบันมากกว่า อิทธิพลจากกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีความละเอียดอ่อนในเชิงช่างฝีมือเริ่มหาได้ยากขึ้น ซึ่งเป็นจุดที่การนำงานจักสานมาพัฒนาและต่อยอดขึ้นมาใหม่ กลายเป็นที่จับตามองและสร้างความน่าสนใจในท้องตลาด

อย่างไรก็ดี ในแง่ของการทำธุรกิจนั้น จำเป็นต้องอาศัยทักษะในการวางแผนซึ่งเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้และซึมซับจากประสบการณ์ในการทำงานต่างๆ และนำมาเป็นบทเรียนในการพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งขึ้นต่อไป เช่น ในเรื่องของการพัฒนากระบวนการผลิต เนื่องจากงานจักสานที่ผสมผสานการดีไซน์ เป็นงานที่อาศัยความชำนาญเฉพาะด้าน การเตรียมวัสดุที่แตกต่างจากงานจักสานทั่วไป รวมถึงการบริหารจัดการเวลา เพื่อให้สามารถผลิตชิ้นงานได้ทันตามคำสั่งซื้อต่างๆ จนกลายเป็นการพัฒนาชุมชนช่างฝีมือขึ้น โดยคุณกรกตมุ่งเน้นการทำงานร่วมกันภายในท้องถิ่น และเผยแพร่องค์ความรู้ในการทำงาน เกิดจากการถ่ายทอดของคุณกรกตไปยังชาวบ้านโดยตรง และทำการฝึกฝนจนเกิดความชำนาญ ประกอบการกับใช้ระบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการแบ่งงานตามความชำนาญของชาวบ้านในพื้นที่ เช่น ผู้หญิงจะถนัดงานผูกและมัดที่เป็นงานละเอียดอ่อน ส่วนผู้ชายจะเป็นงานที่ใช้แรงงานในการตัดไม้ไผ่ การติดตั้งชิ้นงาน ซึ่งการทำเช่นนี้จะช่วยให้เกิดกระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพดีมีความประณีตในปริมาณที่มากขึ้น ทั้งยังเป็นการสร้างงานให้กับชุมชนในพื้นที่ ทำให้สังคมพื้นบ้านเข้มแข็งขึ้น ลดปัญหาว่างงาน ยาเสพติดต่างๆ ลงอีกด้วย



Photo: Villa Siam

ผลกระทบของการพัฒนาต่ออุตสาหกรรมสร้างสรรค์และประเทศในภาพรวม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากตัวแทนผู้ประกอบการทั้ง 2 รายนี้ จะเห็นได้ว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) จะส่งผลทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคม ดังนี้

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ

การต่อยอดและพัฒนาด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะช่วยให้เกิดการนำภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมแต่เดิมของสังคม ตลอดจนทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่มาใช้ โดยสร้างให้เกิดการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ผ้าทอมือที่สามารถขายได้ผืนละ 500 บาท เมื่อนำความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบมาผสมผสาน จนเกิดเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอมือที่ขายได้ในราคามากกว่า 2,000 บาท หรืองานจักสานที่มีราคาถูกในท้องตลาด เมื่อนำมารวมกับทักษะของช่างฝีมือ ซึ่งพัฒนาจนก่อเกิดเป็นรูปทรงที่สวยงามและมีความโดดเด่น จนสามารถสร้างรายได้แก่ธุรกิจ ตลอดจนการกระจายรายได้ไปสู่ชาวบ้านในชุมชน เนื่องจากกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีฐานการผลิตที่เน้นแรงงานฝีมือ จะพบว่า เป็นอุตสาหกรรมที่ส่วนแบ่งรายได้จะตกอยู่กับแรงงานมากกว่าส่วนแบ่งของผู้ประกอบการ (หรือปัจจัยการผลิตอื่นๆ) อีกด้วย นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศไทย จากการต่อยอดไปสู่การแข่งขันในต่างประเทศ รวมถึงการต่อยอดในส่วนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวชุมชนอีกด้วย

ผลกระทบทางด้านสังคม

การพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมถือเป็นธุรกิจที่ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยตรง เนื่องจากปัจจัยสำคัญของธุรกิจคือคนในชุมชน ซึ่งการเติบโตของธุรกิจจะส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ต่อชาวบ้านและชุมชนที่เกี่ยวข้อง และในเชิงของกระบวนการผลิต งานหัตถกรรมถือว่าเป็นงานที่ทำคนเดียวไม่ได้ การทำงานจึงเป็นเรื่องของการสร้างความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ของคนในชุมชน จนเกิดเป็นเครือข่ายชุมชนที่คนต่างเคารพในกฎระเบียบและร่วมสร้างวินัยให้แก่กัน

นอกจากนี้ ผลประโยชน์ทางสังคมจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับของชุมชนจากการพัฒนาทุนทางสังคม (Social Capital) ยังช่วยให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่า (Awareness) และสร้างความหวังในวัฒนธรรมและดำเนินชีวิต จากการสร้างความรู้สึกของการมีส่วนร่วมและการเป็นเจ้าของร่วมกันในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการอนุรักษ์ (Preserve) และการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่นต่อไป ทั้งนี้ การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ขึ้นภายในสังคม จนก่อให้เกิดเป็นการสร้างงานและสร้างอาชีพ โดยที่ชาวบ้านไม่จำเป็นต้องย้ายถิ่นฐาน และนำมาซึ่งการยกระดับคุณภาพชีวิต อันจะนำไปสู่หนทางการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป



สรุปปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ ในสาขางานฝีมือและหัตถกรรมของประเทศไทย

จากกรณีศึกษาต้นแบบที่ดีในประเทศไทย สามารถสรุปปัจจัยความสำเร็จออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ ปัจจัยภายใน คือ การเริ่มต้นจากการพัฒนาธุรกิจด้วยแนวคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการ และปัจจัยภายนอก คือ การส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งประเด็นหลักของแต่ละปัจจัยมีดังนี้

ปัจจัยภายในที่เกิดจากตัวผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจด้วยแนวคิดสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วยแนวทางในการพัฒนาหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. เริ่มต้นสร้างและพัฒนาธุรกิจจากต้นทุนเดิมหรือความสนใจส่วนตัว

ประเทศไทยมีความหลากหลายของทุนทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีเอกลักษณ์และจุดเด่นที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งเป็นจุดที่ผู้ประกอบการสามารถหยิบยกขึ้นมาต่อยอดและบริหารจัดการเพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และบริการจากความคิดสร้างสรรค์ได้ จากกรณีศึกษาทั้ง 2 กรณี จะเห็นได้ว่า ทั้งแม่ทีตาและกรกตได้เริ่มต้นจากการนำสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนหรือสังคม (Cultural assets) ที่เป็นภูมิปัญญาแต่เดิมและเป็นสิ่งที่ผูกพันกับวิถีชีวิตการดำเนินชีวิต มาพัฒนาและต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งนอกจากจะเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ยังสามารถเล่าเรื่องราว (Story telling) ที่เป็นการสื่อสารถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์และที่มาให้ผู้บริโภคเข้าใจได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง มีคุณภาพ และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกภาคส่วนของสังคมอีกด้วย

2. กำหนดกลุ่มเป้าหมายและทิศทางการพัฒนาของธุรกิจที่ชัดเจน

การกำหนดว่า ผลิตภัณฑ์ที่จะพัฒนาขึ้นมาจะถูกใช้ในผู้บริโภคกลุ่มไหน และกลุ่มเป้าหมายเหล่านั้นจะได้รับประโยชน์อย่างไร จะส่งผลทั้งในด้านการออกแบบ (Design) การใช้งาน (Function) ที่สามารถแข่งขันกับสินค้าอื่นๆ พร้อมทั้งตอบสนองต่อรสนิยมและความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ในแง่ของการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Brand Positioning) ยังควรพิจารณาถึงการแข่งขันของกลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในท้องตลาด เพื่อสร้างให้ผลิตภัณฑ์ของเรามีความแตกต่างและไม่มีคู่แข่งทางการตลาด (Differentiation) ซึ่งถือเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจน และเป็นที่ยึดจำได้ดีของกลุ่มผู้บริโภค

3. สร้างระบบและกลไกในการดำเนินธุรกิจ

ธรรมชาติของผู้ประกอบการรายเดี่ยวหรือผู้ประกอบการขนาดย่อม มักจะเป็นผู้ที่เชี่ยวชาญในด้านใดด้านหนึ่ง ซึ่งจะเห็นได้ชัดในผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจ

สร้างสรรค์ เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่จะมีลักษณะของการเป็นนักออกแบบ ทำให้ยังมีจุดอ่อนในแง่ของการบริหารจัดการธุรกิจอยู่มาก ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ยังมาจากกระบวนการผลิตที่อาศัยทักษะฝีมือของคน ทำให้การดำเนินงานและการควบคุมคุณภาพของสินค้าและการเพิ่มปริมาณในการผลิตเป็นเรื่องยาก ดังนั้นในการทำงานที่ต้องอาศัยความร่วมมือกับชุมชนที่เป็นฐานการผลิตหลัก การนำระบบหัตถอุตสาหกรรม หรือการแบ่งงานตามความเชี่ยวชาญและความสามารถของแต่ละคนจึงเป็นสิ่งจำเป็น ต่อการเติบโตของธุรกิจ การฝึกฝนและพัฒนาฝีมือให้แก่ช่างรุ่นใหม่ๆ เพื่อต่อยอดความรู้ รวมถึงการสร้างและรักษาระดับของคุณภาพที่ดี เป็นที่ยอมรับในการส่งออกไปยังประเทศต่างๆ ทั้งนี้ การใช้เครื่องมือหรือเทคโนโลยี ยังถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการยกระดับและเพิ่มประสิทธิภาพของการทำงาน ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันในวงกว้าง

กล่าวโดยสรุป การที่จะประสบความสำเร็จในการดำเนินงานและพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์นั้น ปัจจัยหลักยังคงอยู่ที่ความสามารถของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของท้องตลาด รวมถึงการพัฒนาแบบในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน

ปัจจัยภายนอกจากการสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการพัฒนาธุรกิจจากภาครัฐ

การส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐผ่านแผนปฏิบัติการหรือโครงการต่างๆ จะเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและประกอบธุรกิจให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การโปรโมทสินค้าของผู้ประกอบการ ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งถือเป็นการเปิดช่องทางด้านการตลาดและสร้างโอกาสในการเข้าถึงสินค้าแก่ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือของประเทศไทยได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดต่างประเทศ ดังนั้นการส่งเสริมจากภาครัฐในส่วนนี้ จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ประกอบการที่มีความพร้อมและต้องการจะต่อยอดในการส่งออกและดำเนินธุรกิจในระดับประเทศต่อไป

นอกจากนี้ การสร้างมาตรฐานหรือการจัดประกวดต่างๆ ยังเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เช่น การประกวด Design Excellence Award (DEmark) ยังเป็นการสร้างบรรทัดฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มาจากความคิดสร้างสรรค์ที่เน้นความสำคัญกับคุณภาพการผลิต การใช้งาน และแนวความคิดของการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า โดยสินค้าที่ได้รับรางวัลจะได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและงานต่างๆ ให้เป็นที่รู้จักทั่วกัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม มาตรการและสิทธิประโยชน์ในปัจจุบันจากภาครัฐ ยังมีข้อจำกัดบางประการต่อการเพิ่มขีดความสามารถของกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ โดยเฉพาะกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรม เนื่องจากกระแสการพัฒนาของประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมซึ่งกินเวลามากกว่าครึ่งศตวรรษ ทำให้นโยบายหรือมาตรการต่างๆ ที่มุ่งรากในการพัฒนาของประเทศให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นที่ตั้ง ซึ่งการพัฒนาของกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมนั้น จะมีวิธีการในการพัฒนาที่แตกต่างกับระบบอุตสาหกรรมอยู่มาก ทั้งในแง่ของเป้าหมายในการสร้างสินค้า การใช้ทรัพยากรในการผลิต จำนวนผลผลิต ระบบในการดำเนินงานและบริหารจัดการ ดังนั้นการที่ภาครัฐจะหันมาพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในกลุ่มงานฝีมือและหัตถกรรมของประเทศให้มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับโลก จำเป็นต้องปลดล็อกข้อจำกัดและมาตรฐานที่มีในระบบอุตสาหกรรมแต่เดิม เพื่อเปิดรับและทำความเข้าใจต่อธรรมชาติของธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์และกระบวนการผลิตในรูปแบบของงานหัตถกรรม ซึ่งผลที่ได้จากการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม จะไม่ใช่การขยายตัวทางเศรษฐกิจเท่านั้น หากแต่เป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตของสังคมในภาพรวมของประเทศอีกด้วย

KHING SIDE TABLE
by Sumphat Gallery



TENSION
by Plural Design



สถานการณ์ของกลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม

สำหรับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมในประเทศไทยนั้น ถือว่ามีโอกาสในการพัฒนาอีกมาก เนื่องจากประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่โดดเด่น ทั้งนี้ จากการศึกษา และสำรวจสถานการณ์ รวมถึงความต้องการของผู้ประกอบการเบื้องต้น เพื่อกำหนดนโยบายการสนับสนุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั้น ประกอบไปด้วยปัจจัยหลัก 8 ด้าน ได้แก่

1. สถานการณ์ด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรม
2. อุปสงค์ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
3. ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม
4. ปัจจัยด้านทรัพยากรบุคคล
5. ปัจจัยด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยี
6. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม
7. บทบาทของหน่วยงานภาครัฐ
8. ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและเครือข่ายต่างๆ

โดยมีสาระสำคัญดังนี้

สถานการณ์ทางการแข่งขันในกลุ่มอุตสาหกรรมถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งในแง่ของการออกแบบและการใช้งานที่ผสมผสานเอกลักษณ์และรูปแบบเฉพาะของทางแบรนด์ (Brand) ลงไปในผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือที่ผ่านการออกแบบค่อนข้างเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ของประเทศไทยยังถือว่ามียอดขายไม่สูงมากนัก เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์จากงานฝีมืออื่นๆ ในต่างประเทศ

ในส่วนของปัจจัยแวดล้อม เช่น ทุนทางสังคม ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีที่เหมาะสมและสภาพแวดล้อมต่างๆ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์เหมาะสมปานกลาง โดยประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม ควรมีการพัฒนาและส่งเสริมในเรื่องของการเข้าถึงฐานข้อมูลหรือองค์ความรู้ในเรื่องของภูมิปัญญา ตลอดจนการสืบสานในเรื่องของทักษะฝีมือ ซึ่งจะช่วยในการพัฒนาและต่อยอด เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต่างๆ สำหรับประเด็นด้านแรงงานฝีมือยังมีความจำเป็นที่ภาครัฐควรเร่งการสนับสนุนและส่งเสริมทักษะฝีมือให้แก่แรงงานในกลุ่มมากขึ้น เพราะแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญส่วนใหญ่เริ่มเข้าสู่วัยผู้สูงอายุและเด็กวัยรุ่นแรกไม่ให้ความสำคัญต่อการรับช่วงต่อ ซึ่งถือเป็นปัญหาสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมต่อไปในอนาคต ในส่วนของการพัฒนาทางเทคโนโลยีและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม อาจจำเป็นต้องคอยปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมให้เข้ากับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการต่อไป

ปัจจัยแวดล้อมของอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมในประเทศไทย



อย่างไรก็ตาม ในแง่บทบาทของหน่วยงานภาครัฐจำเป็นต้องมีการพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อให้มาตรการสนับสนุนและนโยบายต่างๆ ตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในสาขางานฝีมือและหัตถกรรมมากยิ่งขึ้น ตลอดจนการสร้างเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานและเครือข่ายต่างๆ เพื่อเสริมสร้างให้เกิดการพัฒนาอย่างบูรณาการและมีแนวโน้มของการเติบโตไปในทิศทางเดียวกันอย่างมั่นคงต่อไป



ทัศนคติและแนวโน้มของ งานฝีมือและหัตถกรรมของไทยในอนาคต

Future

จากข้อมูลสถานการณ์ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมช่างต้น ประกอบกับแนวโน้มและรูปแบบ ของสังคมปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในแง่ของวิถีชีวิตและทัศนคติในการดำรงชีวิตของมนุษย์อย่างมีพลวัต จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารที่ไร้พรมแดน ประชากรส่วนใหญ่ได้เข้าสู่กระแสของวิถีทุนนิยม วัตถุนิยมหรือบริโภคนิยม อย่างไรก็ตาม ผลพวงจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเหล่านี้ ยังได้นำพาอีกกระแสหนึ่งให้เริ่มเติบโตตามหลังควบคู่กับการพัฒนาในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล กล่าวคือ สังคมโลกส่วนหนึ่งได้หันกลับมาให้ความสนใจต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งเป็นช่วงที่สินค้า lifestyle จากระบบอุตสาหกรรมเริ่มเข้าสู่ช่วงอ้อมตัว และผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงผลกระทบจากระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรม ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับจังหวะในการดำเนินชีวิตมากยิ่งขึ้น

จากกระแสและแนวโน้มของผู้บริโภคในปัจจุบัน ระบบเศรษฐกิจหรือธุรกิจแบบใหม่เริ่มเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อรูปแบบพฤติกรรมและจังหวะในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเป็นการเปิดโอกาสให้สินค้าจากอุตสาหกรรมงานฝีมือและหัตถกรรมของไทยที่เกิดจากการนำความคิดสร้างสรรค์ ทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ผสมกับองค์ความรู้และเทคโนโลยีสมัยใหม่ มีบทบาทในตลาดระดับโลกมากยิ่งขึ้น



Photo: pascal-amez/unsplash.com



ดังนั้น การวางเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาทั้งจากนโยบายของภาครัฐและการกำหนดทิศทางการดำเนินธุรกิจของเอกชนจึงเป็นสิ่งจำเป็น โดยแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมงานฝีมือที่สำคัญ คือ การสร้างอัตลักษณ์และปรับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการยกระดับและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือของชุมชนให้มีความโดดเด่น เข้ากับรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยอาศัยความร่วมมือจากการรังสรรค์ของนักออกแบบและผู้ประกอบการสร้างสรรค์ซึ่งจะช่วยให้เกิดการต่อยอดและเพิ่มมูลค่าของงานหัตถกรรม ทั้งนี้ การผลักดันกลุ่มอุตสาหกรรมงานฝีมือยังถือเป็นการรื้อฟื้นและฟื้นฟูภูมิปัญญาพื้นบ้านอันเป็นรากเหง้าของสังคมไทยที่เริ่มจะสูญหายไปจากสังคมไทย ให้กลับมามีชีวิตและผสมผสานอยู่ในตัวของเครื่องใช้ของคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งผลลัพธ์จากการพัฒนาดังกล่าว ไม่เพียงแต่การเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนในชุมชน หากแต่ยังสามารถรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรม ความเชี่ยวชาญในการรังสรรค์แต่โบราณให้อยู่คู่กับสังคมไทยอย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- Creative & Cultural Skills. (2009) The Craft Blueprint. Available online at: <https://ccskills.org.uk/supporters/advice-research/article/the-craft-blueprint-a-workforce-development-plan-for-craft-in-the-uk>
- Creative & Cultural Skills. (2008). Creative Blueprint England. Available online at: http://blueprintfiles.s3.amazonaws.com/1319724744-89_147_Creative-Blueprint-England.pdf
- Creative Industries Council (cic). Create UK: A Strategy for the Creative Industries to 2020 Available online at: <http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/287538/create-uk-progress-update-mar-9.pdf>
- Creative Industries Council (cic). CREATE TOGETHER. Available online at: <http://www.thecreativeindustries.co.uk/media/367095/final-version-july-5.pdf>
- Creative Industries Division, Ministry of Economy, Trade and Industry. (2012). Cool Japan Strategy. Available online at: http://www.meti.go.jp/english/policy/mono_info_service/creative_industries/pdf/120116_01a.pdf
- Cabinet Office, Government of Japan. (2014). Cool Japan Initiative. Available online at: http://www.cao.go.jp/cool_japan/english/pdf/cooljapan_initiative.pdf
- Kakiuchi E. and Takeuchi K. (2014). Creative industries: Reality and potential in Japan. Available online at: <http://www.grips.ac.jp/r-center/wp-content/uploads/14-04.pdf>
- Public Relations Office, Government of Japan. (2013). Crafts Renaissance Project "WAO". Available online at: <https://mnj.gov-online.go.jp/wao.html>
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. แนวคิดเกี่ยวกับประเทศไทย 4.0 สามารถเข้าถึงได้จาก http://planning2.mju.ac.th/government/2011119104835_planning/Doc_25590823143652_358135.pdf
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy. สามารถเข้าถึงได้จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3788





Photo: Wallpaper Magazine Thailand