

บทที่ 1

บทนำ

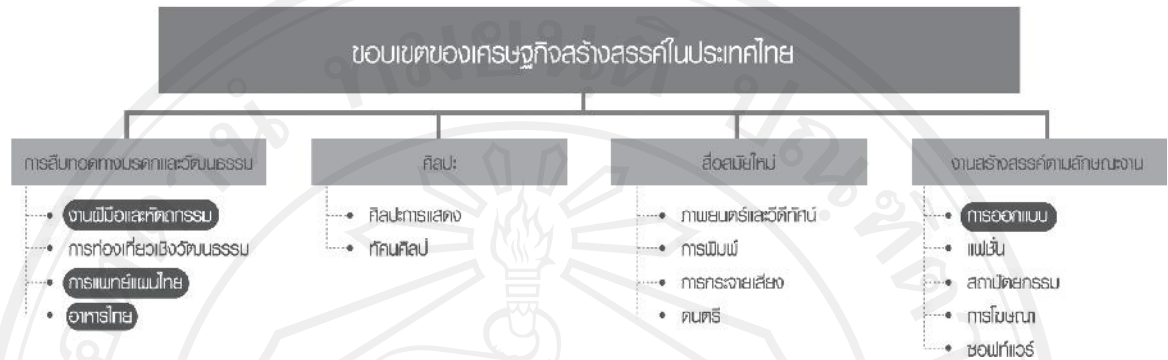
1.1 หลักการและเหตุผล

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ประเทศที่พัฒนาแล้วมักเป็นผู้ริเริ่มในการแสวงหาแนวคิดการพัฒนาใหม่ๆ ได้มีการนำแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความแตกต่างของสินค้าและบริการ เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขันแบบเดิม และยกระดับสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ด้วยการนำความคิดเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)” มาเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและพัฒนา, 2551) เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ มีการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและการสังคมนวัตกรรม (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554) ประเทศไทยจึงมีโอกาและศักยภาพในการประยุกต์เศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นปัจจัยขับเคลื่อนใหม่ โดยใช้ความโดดเด่นที่เป็นคุณลักษณะและเอกลักษณ์เฉพาะของไทยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นศูนย์กลางของอาณาจักรล้านนามาเป็นเวลานานและมีวัฒนธรรมอันยาวนาน จึงมีงานศิลปะหัตถกรรมและทัศนศิลป์จำนวนมากเป็นข้อได้เปรียบ และเมื่อพิจารณาจากกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพหลายกลุ่มของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ากลุ่มคลัสเตอร์ได้ดำเนินธุรกิจที่พัฒนาไปตามยุคสมัย มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาทั้งรูปแบบทางศิลปะ กระบวนการผลิตและการจัดการให้เข้ากับกลไกการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในสังคมที่เปลี่ยนแปลง (สำนักพัฒนาความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ, 2553) ทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) ที่เกิดจากศิลปวัฒนธรรมและรากฐานทางวัฒนธรรมจำนวนมาก มีการผสมผสานสัญลักษณ์ หรือวัฒนธรรม และภูมิปัญญา รวมทั้งวิถีชีวิตของกลุ่มชนร่วมกับเทคโนโลยี และนวัตกรรมเข้าไปในสินค้า เพื่อก่อให้เกิดผลิตภาพทางเศรษฐกิจ (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553) ซึ่งทางสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554) ได้จัดแบ่งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็น 4 กลุ่มหลัก (ภาพที่ 1) ได้แก่

1. กลุ่มการสืบทอดทางมรดกและวัฒนธรรม (cultural heritage) ประกอบด้วย งานฝีมือและหัตถกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การแพทย์แผนไทย และอาหารไทย
2. กลุ่มศิลปะ (arts) ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์
3. กลุ่มสื่อ (media) ประกอบด้วย ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ การพิมพ์ การกระจายเสียงและดนตรี
4. กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (functional creation) ประกอบด้วย

การออกแบบ แฟชั่น สถาปัตยกรรม การโฆษณา และซอฟต์แวร์

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย



ภาพที่ 1: ประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย

ที่มา : ดัดแปลงจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554)

จังหวัดเชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีการสะสมทางวัฒนธรรมมาเป็นเวลานาน และจากการประเมินเบื้องต้นพบว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) เพราะมีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย มีรากฐานที่มั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรม มีการรวมกลุ่มกันอย่างหนาแน่นจากการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ที่มีศักยภาพเป็นการสนับสนุนที่สำคัญต่อภาคธุรกิจ โดยเฉพาะสินค้าและบริการในกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน ได้แก่ งานออกแบบ แฟชั่น กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ งานช่างฝีมือ และกลุ่มสื่อ เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูง มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ ซึ่งสามารถนำไปปัจจัยที่เป็นกิจกรรมการสร้างสรรค์ เช่น การออกแบบ การผสมผสานศิลปวัฒนธรรมเติมเข้าไปในสินค้าและบริการดั้งเดิมก่อให้เกิดเป็น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากมายหลายด้าน ดังภาพที่ 1 ข้างต้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาเพื่อให้เห็นแนวทางการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในธุรกิจ โดยจะทำการศึกษาจากธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ ในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับอุตสาหกรรมเกษตร ทั้งนี้จาก 4 กลุ่มหลัก ซึ่งประกอบด้วย 15 กลุ่มย่อยในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น ผู้ศึกษาจะทำการศึกษาจำนวน 4 กลุ่มย่อย คือ (1) งานฝีมือและหัตถกรรม (2) การแพทย์แผนไทย (3) อาหารไทย และ (4) การออกแบบ เนื่องจากสอดคล้องกับภาคอุตสาหกรรมเกษตรเพราะเป็นธุรกิจที่ใช้ผลผลิตทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปให้เป็นประโยชน์และมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้น ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรในจังหวัดเชียงใหม่อาจยังไม่ได้คำนึงมากนักถึงความสำคัญของการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์กับการผลิตสินค้าหรือการให้บริการเพื่อสร้างเอกลักษณ์และ

มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ เพิ่มคุณค่าทางสังคม รวมทั้งเพื่อฟื้นฟูภาคอุตสาหกรรมเกษตร และยกระดับไปสู่สินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้แข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ดังนั้นการค้นคว้าแบบอิสระนี้จำเป็นต้องศึกษาการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเลือกสถานประกอบการตัวอย่างจำนวน 4 ธุรกิจ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางปฏิบัติในธุรกิจอุตสาหกรรมเกษตรอื่นๆ หรือธุรกิจอื่นที่สนใจ ในลักษณะการสามารถนำปัจจัยที่เป็นกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น การออกแบบ การผสมผสานศิลปวัฒนธรรมในลักษณะเชื่อมโยงเข้าไปในสินค้าและบริการดั้งเดิม เพื่อยกระดับไปสู่สินค้าและบริการสร้างสรรค์

1.2 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษานำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปฏิบัติทางธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบแนวทางการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปปฏิบัติทางธุรกิจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อม
2. ทราบปัญหาและอุปสรรคของการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์
3. สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้สนใจจะสร้างคุณค่าหรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ

1.4 นิยามศัพท์

การประยุกต์ (Application) หมายถึง การนำ “บางสิ่ง” มาใช้ประโยชน์ โดยปรับใช้อย่างเหมาะสมกับสถานะที่เฉพาะเจาะจงการประยุกต์เป็นวิธีการนำบางสิ่งมาใช้ประโยชน์ “บางสิ่ง” ที่นำมาใช้นั้น อาจเป็นทฤษฎี หลักการ แนวคิด ความรู้เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และนำมาใช้ประโยชน์ในภาคปฏิบัติ โดยปรับให้เข้ากับบริบทแวดล้อมที่เป็นอยู่อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ “บางสิ่ง” นั้น อาจเป็นวัตถุประสงค์ของที่นำมาใช้นอกเหนือบทบาทหน้าที่เดิมเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายคำว่า “ประยุกต์” ในความหมายที่ค่อนข้างแคบ จำกัดขอบเขตเฉพาะการนำความรู้ในวิชาการต่าง ๆ มาใช้ประโยชน์ในภาคปฏิบัติ โดยให้ความหมายไว้ว่า “นำความรู้ในวิชาการต่าง ๆ มาปรับใช้ให้เป็นประโยชน์ (โอเคเนชั่นออนไลน์, 2550)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง การสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการที่เกิดจากความคิดของมนุษย์ ซึ่งเป็นความหมายอย่างง่าย ตามคำนิยามของ John Howkins (อลงกรณ์, 2554) แต่ในการศึกษาครั้งนี้จะหมายถึงการมีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การตั้งสมมติฐานของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่

ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตร (The Industrial Agriculture Entrepreneur) หมายถึง ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมที่ใช้ผลผลิตเบื้องต้นที่เกิดจากผลิตผลทางการเกษตรเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปวัตถุดิบให้ใช้เป็นประโยชน์และให้มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้นตามลำดับขั้นของการผลิตที่ดำเนินการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าสำหรับผู้บริโภค หรือบริการเชิงการค้า ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมเกษตรใช้วัตถุดิบจากเกษตรกรรม จะรวมถึงแต่การนำผลผลิตจากการเก็บเกี่ยวมาแปรรูปให้เป็นผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นอาหาร เครื่องดื่ม อาหารสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากสัตว์ ผลิตภัณฑ์จากพืช ผลิตภัณฑ์ประมง ปศุสัตว์ เครื่องปรุงรสและซอส เคมีภัณฑ์และของใช้ต่าง ๆ (ไอเก้ทเว็บออนไลน์, 2554)

การศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกษตร 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) งานฝีมือและหัตถกรรม (2) การแพทย์แผนไทย (3) อาหารไทย และ (4) การออกแบบ

วิสาหกิจขนาดย่อม (Small Enterprises) หมายถึง กิจการอุตสาหกรรมการผลิต (manufacturing) ค้าส่งและค้าปลีก (wholesale and retail) และกิจการบริการ (service) (ปรีชา, 2545) และหมายถึงการประกอบกิจการเพื่อรายได้ที่ใช้เงินทุนในการประกอบธุรกิจไม่มากนัก เป็นงานอิสระมีขอบเขตการดำเนินงานอยู่ในท้องถิ่นตลาดในการจำหน่ายและบริการไม่กว้างขวางเป็นธุรกิจที่เป็นอิสระมีเอกชนเป็นเจ้าของ ดำเนินการโดยเจ้าของเอง ไม่เป็นเครื่องมือของธุรกิจใดไม่ตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของบุคคลหรือธุรกิจอื่น มีต้นทุนในการดำเนินงานต่ำและมีพนักงานจำนวนไม่มาก (สำนักบริการข้อมูลสารสนเทศ, 2554) โดยพิจารณาเกณฑ์ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การกำหนดขนาดของรัฐกิจขนาดย่อม

ประเภท	ขนาดย่อม	
	จำนวน (คน)	สินทรัพย์ถาวร (ล้านบาท)
กิจการการผลิต	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
กิจการบริการ	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 50
กิจการค้าส่ง	ไม่เกิน 25	ไม่เกิน 50
กิจการค้าปลีก	ไม่เกิน 15	ไม่เกิน 30

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved