

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นแนวเคลื่อนย้ายเงินทุนจากทุนในอุตสาหกรรมภาคเกษตรไปสู่อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม หรือที่เรียกอีกนัยหนึ่งว่า “ทุนทางความคิด” หลายประเทศยอมรับว่า ปัจจุบันรายได้หลักไม่ได้มาจากภาคการเกษตร หรือภาคอุตสาหกรรมหนักอย่างที่เคยเป็น แต่กลับมาจากอุตสาหกรรมแนวใหม่ที่กำลังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลของหลายๆ ประเทศ

รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์ (2546) กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในสังคมโลกนั้นมียุคอยู่ตลอดเวลา แต่ไม่มีช่วงใดในประวัติศาสตร์มนุษยชาติที่สังคมเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเทียบเท่าช่วงเวลาในรอบสามทศวรรษที่ผ่านมา ณ บัดนี้ระบบเศรษฐกิจโลกมิได้มีการเปลี่ยนแปลงเฉพาะแต่โครงสร้างเศรษฐกิจเท่านั้น หากยังมีการเปลี่ยนแปลงพื้นฐานทางเศรษฐกิจอย่างสำคัญด้วย

เมื่อสงครามโลกครั้งที่สองยุติลง ประเทศอุตสาหกรรมเก่าทั้งยุโรปตะวันตกและสหรัฐอเมริกาอยู่ในกระบวนการปรับโครงสร้างการผลิต ด้วยการละทิ้งการผลิตที่ใช้แรงงานเข้มข้นไปสู่การผลิตที่ใช้เครื่องจักรเข้มข้น โครงสร้างการผลิตอุตสาหกรรมแปรเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภค (Consumer goods) ไปสู่การผลิตสินค้าประเภททุน (Capital goods) ที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงที่ซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ (High-tech industry)

กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมเก่ากำลังแปรสภาพจากสังคมเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (Industrial economy) ไปเป็นสังคมเศรษฐกิจบริการ (Service economy) ภาคบริการกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ให้ผลผลิตมากกว่าภาคเศรษฐกิจอื่นใด โดยทั่วไปให้ผลผลิตมากกว่าร้อยละ 50 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ในหมู่ประเทศมหาอำนาจด้วยกัน ภาคบริการให้ผลผลิตถึงสองในสามของผลผลิตที่ระบบเศรษฐกิจผลิตได้หมด รวมถึงมีการจ้างงานมากกว่าภาคเศรษฐกิจอื่นใดอีกด้วย

กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมเก่าซึ่งปรับตัวสู่อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีระดับสูงมุ่งสู่การผลิตที่ใช้ สารสนเทศเข้มข้นมากขึ้นทุกที กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่กำลังตามหลังกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมเก่าในการผลิตสินค้าประเภททุน และอาจจบลงด้วยการผลิตที่ใช้สารสนเทศเข้มข้นเช่นกัน

ณรงค์ชัย อัครเศรณี ประธานกรรมการ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (2552) กล่าวถึง การเปลี่ยนแปลงของโลกที่เข้าสู่ยุคที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติมีข้อจำกัดมากขึ้น และเทคโนโลยีทำให้การผลิตมีความเท่าเทียมกัน ความมั่งคั่งจึงตกอยู่ในมือของผู้ที่เป็นเจ้าของ "ความคิดสร้างสรรค์" ที่จะสามารถผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่าง และสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านของตลาดได้ตรงที่สุด

ในขณะที่ประเทศไทยไม่อาจหลีกเลี่ยงกระแสหลักของโลกได้ และต้องมีการปรับโครงสร้างการผลิตและความสามารถในการแข่งขันของประเทศใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในเชิงการผลิตและการบริโภคของโลกที่เกิดขึ้น ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาเข้าสู่การนำความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้าและบริการต่างๆ ตามแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

John Howkins (2001) กล่าวถึงสาเหตุที่เศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์กำลังเป็นรูปแบบทางเศรษฐกิจที่ครอบงำในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วยเหตุผล 2 ประการดังนี้

1. ความต้องการของมนุษย์มีการเพิ่มลำดับขั้น เมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับครบถ้วนแล้ว มนุษย์จะเพิ่มความต้องการสูงขึ้นเรื่อยๆ เมื่อมนุษย์ได้รับการสนองตอบความต้องการทางกายภาพแล้ว บางคนเริ่มมองหาความสุขทางอารมณ์ ขณะที่บางคนมองหาความพอใจทางปัญญา

2. การปรับตัวของตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ในด้านของผู้ผลิต อุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมการบริการบางส่วนเริ่มลดความต้องการแรงงานมนุษย์ลง ดังนั้นคนทำงานในรุ่นหนุ่มสาวหันมาหาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มากขึ้นเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่มีออบรูปแบบวิถีชีวิตและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่สูงกว่ามาตรฐาน

ความคิดสร้างสรรค์คือศูนย์กลางของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ชี้ให้เห็นถึงอุตสาหกรรมที่จัดอยู่ในอุตสาหกรรมประเภทนี้ว่า เป็นนวัตกรรมที่มีผลต่อเศรษฐกิจ บริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้จะพยายามค้นหาแนวคิดใหม่ๆ และบุคลากรที่มีความสามารถ ศิลปิน เพื่อสร้าง

และผลิตผลงานออกมา หากเป็นนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เราสามารถแยกแยะสินค้าและกระบวนการทางนวัตกรรมได้ แต่เมื่อเป็นสินค้าใหม่ๆ ในอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ กระแสความร่ำรวยและความยากจนจะขึ้นอยู่กับความต้องการที่ถูกสร้างและการเป็นอุปสงค์และเป็นอุปทานในลักษณะที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีการวางแผนอย่างดี

ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) คืออุตสาหกรรมซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ การผลิตในเชิงวัฒนธรรมหรือเชิงศิลปะ ไม่ว่าจะในลักษณะของงานแสดงสด หรืองานได้ที่ผลิตแล้วเป็นหน่วยย่อย อุตสาหกรรมสร้างสรรค์คืองานที่อยู่ในส่วนของผลิตภัณฑ์หรือบริการ และมีองค์ประกอบที่แสดงถึงความอุตสาหกรรมในด้านศิลปะหรือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 12 หมวดอุตสาหกรรม ได้แก่ (Howkins, 2001)

1. ธุรกิจโฆษณา
2. สถาปัตยกรรม
3. หัตถกรรมและงานออกแบบเฟอร์นิเจอร์
4. แฟชั่น
5. ภาพยนตร์ ทัศนศิลป์และสื่อสตรีตทัศนูปกรณ์
6. งานออกแบบกราฟิก
7. ซอฟต์แวร์เพื่อการศึกษาและการใช้เวลาว่าง
8. การเล่นเกมดนตรีสดและการบันทึกเสียง
9. ศิลปะการแสดงและความบันเทิง
10. การกระจายเสียง
11. วัตถุโบราณและทัศนศิลป์
12. ธุรกิจการเขียนและธุรกิจการพิมพ์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเศรษฐกิจแนวใหม่และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาขึ้น รวมถึงปรากฏการณ์คลื่นเกาหลีที่เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษที่ 1990 ถือเป็นกระแสความคลั่งไคล้วัฒนธรรมป๊อปเกาหลี ทำให้สินค้าทางวัฒนธรรมเกาหลี ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลี คำว่า “คลื่นเกาหลี” (Korean Wave) มีที่มาจากสื่อจีนที่คิดคำว่า “Han-Liu” ขึ้นมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในช่วงรอยต่อของศตวรรษใหม่ในภูมิภาคเอเชีย (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2548: 36) ไม่ว่าจะเป็นละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ดนตรี เกม นิยาย การ์ตูน แอนิเมชัน และอื่นๆ

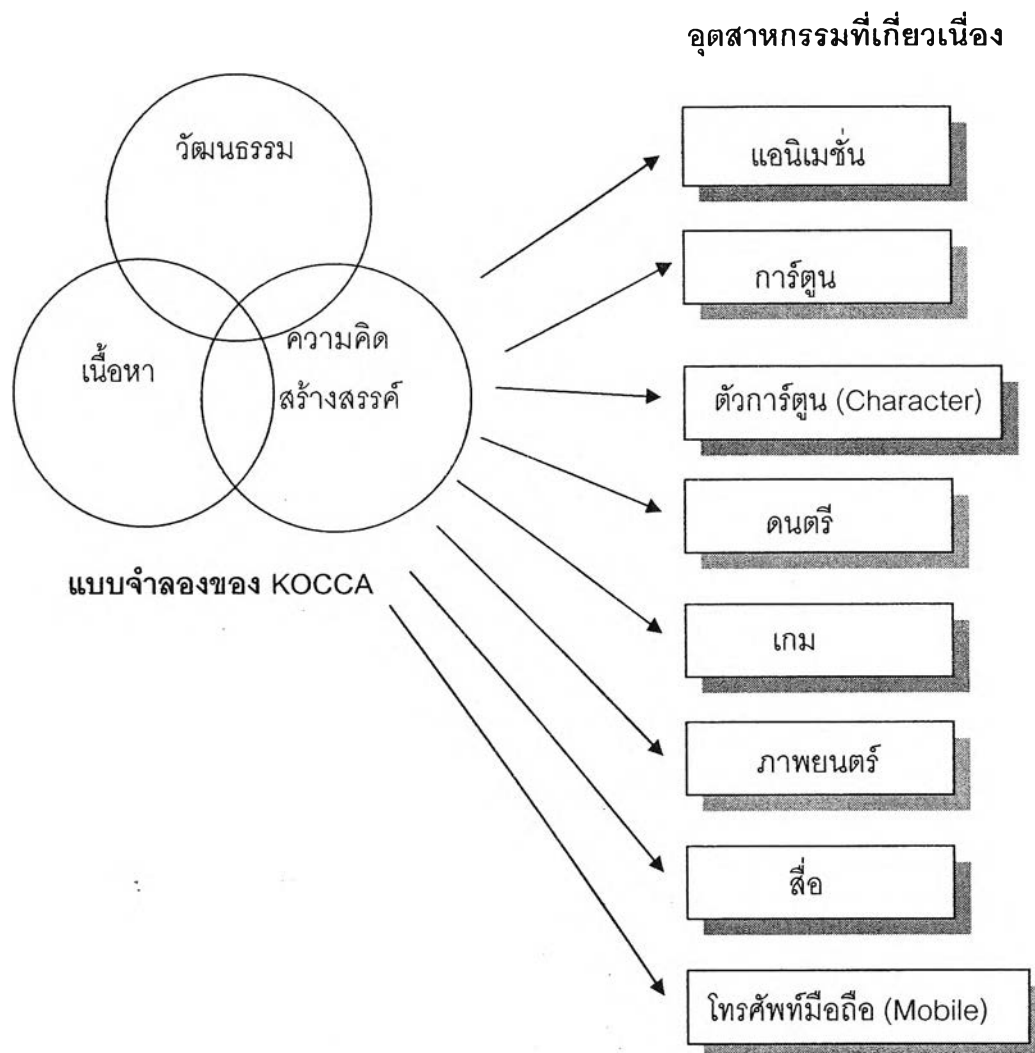
การจัดตั้งองค์กร KOCCA (Korea Culture and Content Agency) ขึ้นในปี 2001 มีภารกิจสำคัญคือ

- 1) การสร้างรากฐานให้กับเนื้อหาวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ (Creative Cultural Contents)
- 2) ส่งเสริมการส่งออกโดยการสร้างเครือข่ายทั่วโลก
- 3) พัฒนาผู้บริหารมืออาชีพที่มีความคิดสร้างสรรค์
- 4) พัฒนาทักษะและความชำนาญการสำหรับอุตสาหกรรมเนื้อหาทางวัฒนธรรม
- 5) สร้างระบบสนับสนุนทางด้านทรัพย์สินทางปัญญาและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- 6) สร้างระบบในการพัฒนาต่อยอดสำหรับเนื้อหาวัฒนธรรม (Cultural Contents)

สุวิทย์ เมษินทรีย์ (2549:118-120) กล่าวถึงการเชื่อมต่อกันของอุตสาหกรรม 8 ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกันก่อให้เกิดพลังที่เสริมกัน อันได้แก่ แอนิเมชัน การ์ตูน ตัวละคร (Character) ดนตรี เกม ภาพยนตร์ สื่อและโทรศัพท์มือถือ สามารถนำมาผสมผสานกัน ทำให้กระบวนการคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีเป็นเครื่องพิสูจน์ให้เห็นถึงนโยบายด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลเกาหลีใต้ที่สามารถสร้างค่านิยมของเกาหลีร่วมสมัยภายใต้องค์ประกอบของ 3 C ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) เนื้อหา (Content) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity)

แม้ว่าเกาหลีได้มองตนเองว่า วัฒนธรรมของตนเองไม่มีความโดดเด่นมากนัก แต่ความน่าสนใจอยู่ที่การนำวัฒนธรรมผสมผสานกับเนื้อหาและความคิดสร้างสรรค์ให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน ถือว่าเป็นการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ และ “วัฒนธรรม” (Culture) ถือว่าเป็นจุดเด่นในการสร้างความแตกต่างในการแข่งขันเศรษฐกิจโลกในอนาคต ขณะที่ “เนื้อหา” (Content) เป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสสร้างงานเพิ่มมากขึ้น ขณะที่อุตสาหกรรมอื่นๆ เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจแต่ไม่เกิดการจ้างงานมากเท่ากับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) กำลังถูกสร้างหรือปลูกฝังให้อยู่ภายในตัวคนเกาหลีได้ทุกคน เพราะเชื่อว่า “ความคิดสร้างสรรค์” จะเป็นพลังหลักในการพัฒนาเกาหลีใต้ให้สามารถเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำของโลกในศตวรรษที่ 21

แนวคิดการสร้างอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเนื้อหาที่สร้างสรรค์ของเกาหลีใต้ภายใต้การดำเนินงานขององค์กรเนื้อหาและวัฒนธรรมเกาหลี (Korea Culture and Content Agency: KOCCA) สามารถสรุปเป็นแผนภาพของการประสานแนวคิดต่างๆ ดังต่อไปนี้



แผนภาพ 1.1 แนวคิดการสร้างอุตสาหกรรมเนื้อหาวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ของเกาหลีใต้
ที่มา : จุดเปลี่ยนประเทศไทย เศรษฐกิจพอเพียงในกระแสโลกาภิวัตน์, 2549: 117

เกาหลีใต้ตั้งเป้าที่จะขึ้นมาเป็นประเทศผู้นำในอุตสาหกรรมเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ (Creative Cultural Content Industry) และพยายามไต่เต้าจากการมีส่วนแบ่งการตลาดอันดับ 10 ของโลกมาสู่ 1 ใน 5 ของประเทศผู้ผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรมสูงสุดภายใน 5 ปี คณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์และกิจการวิทยุเกาหลี (Korean Broadcasting System) เป็นผู้ให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ภาครัฐมีบทบาทสำคัญ

มากและภาครัฐมีประสิทธิภาพในการทำงานอย่างเข้มแข็ง ทำให้ภาครัฐและภาคธุรกิจสามารถร่วมมือและดำเนินการผลักดันจนให้เกิดความชัดเจนในอุตสาหกรรมดังกล่าว

สำหรับประเทศอังกฤษอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2007 พบว่ามูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 9 กลุ่มมีมูลค่าถึง 59.9 พันล้านปอนด์ (UK DCMS, 2009) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพียง 9 กลุ่มสาขาได้แก่ ธุรกิจโฆษณา

1. สถาปัตยกรรม
2. ศิลปะและวัตถุโบราณ
3. งานออกแบบแฟชั่น
4. วิดีทัศน์ ภาพยนตร์และภาพถ่าย
5. ดนตรีและศิลปะการแสดง
6. ธุรกิจการพิมพ์
7. ซอฟต์แวร์ เกมคอมพิวเตอร์และธุรกิจการพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์
8. วิทยุและโทรทัศน์

ขณะที่ประเทศอุตสาหกรรมที่มั่งคั่งเริ่มตระหนักว่าการสร้างสรรค์มีส่วนสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ ในอีกฝั่งหนึ่งของโลก ประเทศกำลังพัฒนาหลาย ๆ ประเทศเผชิญปัญหาราคาสินค้าส่งออกตกต่ำลง ประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศกำลังพัฒนามีความเข้มแข็งด้านวัฒนธรรม ศิลปะของชาติและชนเผ่า ทั้งยังต้องการผลักดันและเผยแพร่สิ่งเหล่านี้ทั้งเพื่อเหตุผลด้านความภาคภูมิใจของชาติและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ใช่เรื่องง่ายเนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาเหล่านั้นขาดผู้ประกอบการค้าทางเศรษฐกิจ ความคุ้นเคยกับกฎหมาย และระบบการเงิน รวมทั้งการสนับสนุนจากนักการเมือง การตั้งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นนั้น Howkins (2001) มองว่า ประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศไทยมีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ที่น่าส่งเสริมให้มีลักษณะเช่นเดียวกับวิดีโอเกมของเกาหลีที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสำคัญของเกาหลีได้

สำหรับประเทศไทยเองหลังจากที่ได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) และพบว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีสัดส่วนสูงขึ้น จึงมีการวางนโยบายไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่สิ่งที่จำเป็นและสำคัญก่อนที่จะมีการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจังนั้น จำเป็นต้องมีข้อมูลเบื้องต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบาย ซึ่งประเทศไทยยังขาดการสำรวจสถานการณ์เพื่อศึกษาลำดับพัฒนาการของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การรวบรวมงานวิจัยและสารสนเทศเพื่อให้เป็นหมวดหมู่จึงเห็นสมควรให้มีการศึกษาสถานการณ์งานวิจัยและสารสนเทศที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทยต่อไป
ในอนาคต งานวิจัยครั้งนี้จึงได้จัดทำขึ้นเพื่อทำการสำรวจถึงแนวคิด งานวิจัยและบทความที่
เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อทำความเข้าใจกับแนวคิด
ดังกล่าว และการใช้แนวคิดดังกล่าวในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ เพื่อเป็นแบบอย่าง
ในการวางนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อไป

ปัญหานำวิจัย

1. สถานภาพสารสนเทศที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรม
สร้างสรรค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศมีลักษณะเป็นอย่างไร
2. ภาคอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมภาพยนตร์
ไทยมีศักยภาพในการก้าวเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่ อย่างไร
3. การพัฒนาประเทศไทยเพื่อสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ควรพัฒนาด้านใดบ้าง
อย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานภาพสารสนเทศที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาถึงศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการก้าวเข้าสู่
เศรษฐกิจสร้างสรรค์
3. เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ทำการสำรวจสถานภาพสารสนเทศที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยสืบค้นฐานข้อมูลของ
งานวิจัยและสารสนเทศที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และ
ศึกษาตั้งแต่ในช่วงปีแรกที่มีงานวิจัยและสารสนเทศที่ศึกษาในหัวข้อเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ
อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จนถึงปีปัจจุบัน (พ.ศ.2553) ผู้วิจัยกำหนดประเทศต้นแบบที่ใช้เศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศจนประสบความสำเร็จ ได้แก่ อังกฤษและเกาหลีใต้ และผู้วิจัยเลือกกรณีศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

สถานภาพสารสนเทศ หมายถึง สภาพของข้อมูลประเภทบทความ รายงาน หนังสือ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

สถานภาพ หมายถึง การศึกษาโดยใช้เกณฑ์ที่เป็นรูปแบบที่นำเสนอของสารสนเทศ อันได้แก่ รูปแบบของบทความ รายงาน หนังสือ และวิทยานิพนธ์ที่มีหัวข้อเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงแนวคิดที่นำเสนอที่ปรากฏในรูปแบบของสารสนเทศประเภทต่างๆ

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถที่มีอยู่แต่ยังไม่แสดงออกมาอย่างเต็มที่ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง อุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานเนื้อหาวัฒนธรรมและศิลปะที่เป็นภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในประเทศ รวมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีต่างๆ ที่จำเป็นและนำมาพัฒนาเป็นสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง

ศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่จำเป็นต้องได้รับการพัฒนาและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง ระบบเศรษฐกิจที่ประกอบด้วยผู้ประกอบการและอุตสาหกรรมที่ใช้ความรู้ ทักษะและเทคโนโลยีผสมผสานกับสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี นวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและมั่นคงในการดำรงชีวิตของมนุษย์ภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เป็นแนวทางการสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจรูปแบบหนึ่ง สร้างการจ้างงานและสร้างการเติบโตให้กับเศรษฐกิจของประเทศได้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำความรู้ที่ได้จากการสังเคราะห์สถานการณ์ภาพสารสนเทศที่เกี่ยวกับหัวข้อเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไปใช้ประโยชน์ในการกำหนดนโยบายและวิธีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย
2. เพื่อนำเสนอให้เห็นระบบพัฒนาการของงานวิจัยและสารสนเทศเกี่ยวกับหัวข้อเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในต่างประเทศ ซึ่งเป็นแนวทางให้นักวิจัยได้พัฒนาแนวคิดและวิธีวิทยาการวิจัยใหม่ๆ ตลอดจนต่อยอดองค์ความรู้จากงานวิจัยเดิมเพื่ออธิบายปรากฏการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มากขึ้น
3. เพื่อเป็นข้อเสนอแนะในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศไทย