

## บทคัดย่อ

การศึกษาเพื่อกำหนดดัชนีมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะในประเทศไทย	พ.ศ. ๒๕๕๒	ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว และคณะ
---	-----------	-------------------------

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อรวบรวมข้อมูลทางวิชาการด้านความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างหลากหลายสาขา ๒) เพื่อกำหนดดัชนีตัวชี้วัดมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะในบริบทของสังคมไทย และ ๓) เพื่อเสนอแนวทางในการนำฐานข้อมูลดัชนีตัวชี้วัดมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะไปใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตผลงานของอุตสาหกรรมศิลปะและวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ของประเทศ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงเอกสารและวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แนวคิด 5Cs ซึ่งประกอบด้วยผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ (Outcomes of Creative) ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนสังคม (Social Capital) และทุนโครงสร้าง (Structural Capital) เป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดดัชนีตัวชี้วัดมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะในบริบทของสังคมไทย สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ประกอบด้วย ๒ ขั้นตอน คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการอภิปรายกลุ่มย่อย (Group Discussion) โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ ตัวแทนหรือผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน นักวิชาการที่มีความรู้ หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ และนักธุรกิจหรือศิลปินในอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการอภิปรายกลุ่มย่อยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย พบว่า ดัชนีมูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะในประเทศไทย จำแนกตามหมวดได้ ดังนี้

๑. การวัดผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์ สามารถวัดเป็นมูลค่าของอุตสาหกรรม โดยดัชนีที่ใช้ในการวัดคือ มูลค่าสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และสัดส่วนของมูลค่าของการส่งออกของสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อยอดการส่งออกรวม นอกจากนี้ ผลผลิตของความคิดสร้างสรรค์สามารถวัดได้ในรูปของจำนวนชิ้นงาน หรือการจ้างงานที่เกิดขึ้น โดยพิจารณาจากการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อการจ้างงานทั้งหมด จำนวนการขอจดทรัพย์สินทางปัญญาต่อจำนวนประชากร ๑ ล้านคน และจำนวนการขอจดทรัพย์สินทางปัญญาจากผู้ประกอบการไทยต่อจำนวนการขอจดทรัพย์สินทางปัญญาทั้งหมดในประเทศไทย

๒ การวัดทุนวัฒนธรรมเป็นการวัดถึงสิ่งที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าและคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรม ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยดัชนีที่ใช้ในการวัดทุนวัฒนธรรม เช่น ค่าใช้จ่ายด้านศิลปะและวัฒนธรรมต่อรายจ่ายสาธารณะทั้งหมด ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการวัฒนธรรมต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของครัวเรือน ทัศนคติของชุมชนที่มีต่อกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรม และทัศนคติของผู้นำชุมชนในการสนับสนุนกิจกรรมทางศิลปะและวัฒนธรรมในชุมชน เป็นต้น

๓. การวัดทุนมนุษย์ เป็นการวัดถึงความรู้ ความสามารถ ตลอดจนทักษะ ความชำนาญและประสบการณ์ของแต่ละคนด้านศิลปวัฒนธรรม สามารถพิจารณาจากดัชนีวัดทุนมนุษย์ เช่น ค่าใช้จ่ายด้านวิจัยและการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทางศิลปะต่อมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

จำนวนบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อจำนวนคนวัยทำงานทั้งหมด จำนวนหลักสูตรที่เปิดสอนที่มีความเกี่ยวข้องทางด้านศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ในระดับอุดมศึกษาต่อ จำนวนหลักสูตรทั้งหมดที่เปิดสอนในระดับอุดมศึกษา เป็นต้น

๔. การวัดทุนสังคม เป็นการวัดถึงความไว้วางใจและเปิดรับในสิ่งใหม่เพื่อ ส่งเสริม เกื้อหนุนและ ร่วมมือในการดำเนินงาน ซึ่งทำให้สังคม องค์กรและตนเองบรรลุเป้าหมายที่กำหนดร่วมกัน โดยดัชนีที่ใช้ในการ วัดทุนสังคม เช่น ทศนคติและการยอมรับต่อความหลากหลายของวัฒนธรรม การมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกใน ชุมชน การมีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกอื่นนอกชุมชน และจำนวนครั้งที่ เป็นอาสาสมัครในกิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะ และวัฒนธรรมต่อปี เป็นต้น

๕ การวัดทุนโครงสร้าง เป็นการวัดถึงการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก หรือโครงสร้างสาธารณูปโภค พื้นฐานต่างๆ ที่สนับสนุนการเกิดความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ สามารถพิจารณาจากดัชนีวัดทุนโครงสร้าง เช่น ร้อยละของผู้ใช้คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จำนวนของแหล่งเรียนรู้นอกระบบ จำนวนของหน่วยงานเอกชนหรือองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไรในชุมชน ที่ให้การสนับสนุนทางด้านความคิด สร้างสรรค์ต่อจำนวนประชากร ๑ ล้านคน เป็นต้น

นอกจากนี้ ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านศิลปะเพื่อให้มีมูลค่าทาง เศรษฐกิจ ควรมีการผลักดันในระดับนโยบายจากภาครัฐและประสานความร่วมมือกับภาคเอกชน สำหรับ แนวทางการส่งเสริมผลงานทางวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ของประเทศไทย ภาครัฐควรมีมาตรการส่งเสริม อย่างต่อเนื่อง และจัดตั้งตัวกลางในการซื้อขายผลงานของศิลปิน ในขณะที่แนวทางการพัฒนาด้าน อุตสาหกรรมและบริการด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย ภาครัฐควรมีการจัดสรรงบประมาณที่จัดสรร เฉพาะเจาะจงไปในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ผ่านทางกระทรวงต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

## *Abstract*

The main objectives of this research are to 1) compile existing academic information on artistic creativity in various areas, 2) to determine the indicator index of industries with artistic creativity in the Thai social context, and 3) to propose a way to use the database on the indicator index of the artistic creativity industry so as to use that as a way to increase productivity and efficiency in the production of Thailand's work in the artistic industry and commercial culture.

This research is a documentary and qualitative research. It makes use of the 5 Cs concept; Outcomes of Creativity, Cultural Capital, Human Capital, Social Capital, and Structural Capital as a framework in determining the indicator index for the value of the artistic creativity industry in the Thai social context. The process of data gathering comprises two steps: In-depth Interview and Group Discussion with key informants i.e. representatives or administrators of agencies involved in artistic creativity industry belonging to both the government and private sectors. The study involves academics who are knowledgeable in the area or whose research is related to artistic creativity, and businessmen or artists in the artistic creativity industry. Data analysis derives from in-depth interviews and group discussion with particular emphasis on Content Analysis.

The research found that value index of industries with the artistic creativity in Thailand are described as follows:

1. The outcomes of creativity can be measured as an industrial value. The measurement index is the value of the creative industry's merchandise and service against the value of the gross domestic product and the proportion of the export value of the creative industry's merchandise and service against the total gross exports. Moreover, the outcomes of creativity may be measured in the terms of number of pieces or assignments of jobs by considering the number of job assignments in the creative industry against the entire volume of job assignments, the number of persons requesting registration of intellectual property against a population of one million and the number of requests for registration of intellectual property by Thai entrepreneurs against the total number of requests for all registration of intellectual property in Thailand.

2. The measurement of cultural capital involves the measurement of items related to the cost and artistic and cultural value both tangible. The index used for measurement of cultural assets for example expenditures for artistic and cultural matter against the entire public expenditures, expenses accrued in purchases of cultural products and services against the entire household expenditures, the attitude of the community toward cultural and artistic activities, and the attitude of community leaders in supporting cultural and artistic activities in the community for example.

3. The measurement of human capital refers to the measurement of cultural and artistic knowledge. Capability as well as the skill and expertise of each individual. The criteria used may be the index for measurement of human capital for example expenses for research and development related to the artistic creativity industry against the country's gross domestic product, the number of personnel dedicated to research and development related to the creativity industry against the total number of the work force. The number of academic programs offered related to art and creative thinking at the university level against the total number of programs being offered at the university level.

4. The measurement of social capital refers to the trust and openness towards new items so as to promote and collaborate in efforts that enable the society, organizations and they themselves to achieve the objectives together. The index being used in measuring social capital is, for example, attitudes and acceptance of cultural diversity interactions with members in the community, and the number of times volunteered in art and cultural activities ill

5. The measurement of structural capital refers to basic facilities and infrastructures that promote artistic creativity based on structural capital index such as percentage of people with personal computers, percentage of internet users, number of non-formal learning sources or non-profit organizations in a company that provide support for creativity per population of one million etc.

Moreover, the research found that in terms of development of artistic cultural capital so as to increase their economic value there should greater force at the government level as well as to ensure collaborative efforts with the private sector. In order to provide a commercial dimension of cultural works the government should ensure that there are continued promotional measures and to arrange a medium to purchase works of artists. As for ways of developing Thailand's cultural industry and services the government sector should see to specific budget allocation in activities related to the creative industry through various concerned ministries.