



การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content



ในมุมมองด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้าง Soft Power ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นในด้านมรดกทางวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่องแสดงออกถึงรากฐานและความเป็นมาของชาติ จากบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมโลก ในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดการสูญสลายของมรดกทางวัฒนธรรมไทย ดังนั้นเพื่อเป็นการธำรงรักษามรดกทางวัฒนธรรมของไทยให้สามารถคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และสามารถเข้าถึงได้อย่างกว้างขวางตามยุคสมัย จึงจำเป็นต้องนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปเป็นเครื่องมือสำคัญในการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้อยู่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล (Digital Content) อย่างสร้างสรรค์

ในหลายประเทศได้อาศัยการสร้าง Digital Content เพื่อสร้างอิทธิพลด้านวัฒนธรรม ทั้งที่เป็นมรดกวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และวัฒนธรรมใหม่ โดยสื่อดิจิทัลเหล่านี้มีผลในเชิงวัฒนธรรมและก่อให้เกิด Soft Power ที่มีผลต่อการดำรงชีวิต และพฤติกรรม การบริโภคของคนทั่วโลก โดยการสร้างเนื้อหาที่ตรงใจและน่าสนใจที่ได้ดำเนินการในบางประเทศได้สร้างแรงกระตุ้นในการบริโภคสินค้าและบริการในประเทศอื่น ๆ ที่ได้รับสื่อ เพื่อให้ Soft Power สามารถสร้างผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ โดยการดำเนินการอาจไม่ได้เน้นรายได้โดยตรงจากสื่อดิจิทัล แต่เน้นภาพรวมของ การบริโภคสินค้าและบริการ ที่เกี่ยวข้องในสื่อดิจิทัลเป็นหลัก ใช้การสอดแทรกการโฆษณาสินค้า หรือการสร้างอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมให้เกิดการซื้อขายและบริการอื่น ๆ ของประเทศ โดยอุตสาหกรรม Digital Content จะได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากแหล่งอื่นที่ไม่ใช่รายได้ จากการขาย Digital Content โดยตรง ซึ่งเงินสนับสนุนดังกล่าวจะมาจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่ได้รับผลประโยชน์จากประเด็นที่นำเสนอใน Digital Content นั้น ๆ

ระบบนิเวศอุตสาหกรรม Digital Content เป็นส่วนสำคัญในการประสบความสำเร็จ หากประเทศใดสามารถสร้างระบบนิเวศในลักษณะที่สามารถดึงประสิทธิภาพของการทำงานร่วมกันขององค์ประกอบต่าง ๆ ในระบบนิเวศของอุตสาหกรรม Digital Content โดยเฉพาะภาคเอกชนต้องพึงพิงภาคการศึกษา ทั้งในด้านการผลิต พัฒนาบุคลากร และการวิจัยพัฒนาสร้างเทคโนโลยี โดยภาครัฐมีหน้าที่สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และสร้างกลไกการทำงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ที่สอดคล้องได้ ย่อมมีโอกาสประสบความสำเร็จสูงไม่ว่าจะมีต้นทุนมรดกทางวัฒนธรรมมากหรือน้อยก็ตาม โดยปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญและเป็นประเด็นสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content มีดังนี้



กำลังคนและการพัฒนาบุคลากร
ที่มีทักษะเพื่อการทำงานใน
อุตสาหกรรม Digital Content



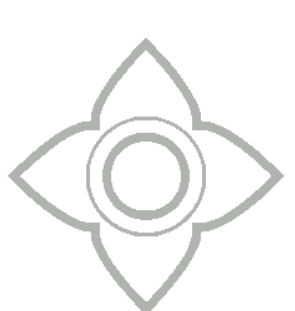
พื้นฐานเทคโนโลยี
และโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล



ศักยภาพของเอกชน
และ Creator



กฎหมาย กฎระเบียบ
และนโยบายที่เกี่ยวข้อง




ต้นทุนทางวัฒนธรรม
ของประเทศ



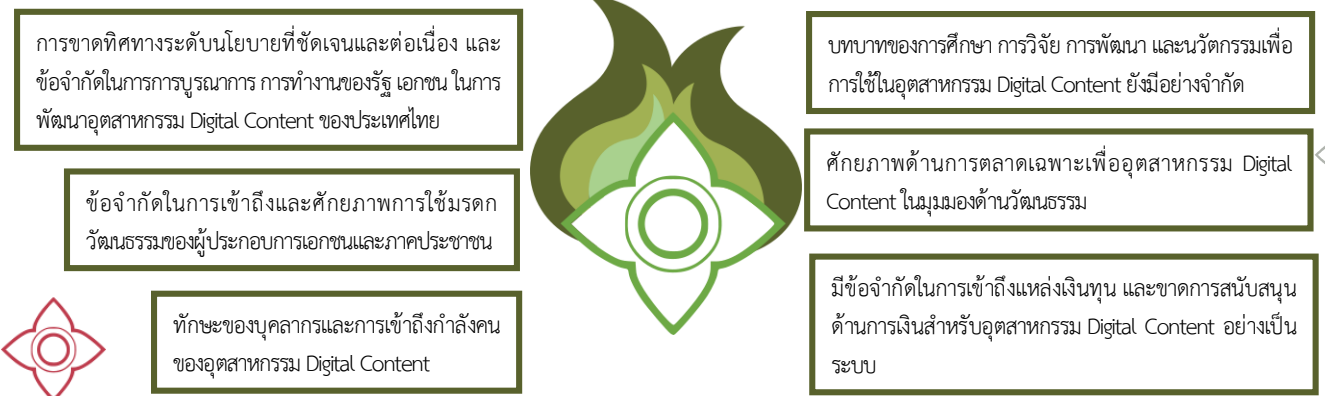
การเข้าถึง
แหล่งทุนอุตสาหกรรม





ประเด็นท้าทายที่มีในการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ด้านวัฒนธรรมของประเทศไทย

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องข้างต้น ร่วมกับการสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านกระบวนการห้องปฏิบัติการนโยบายสาธารณะสามารถสรุปประเด็นความท้าทายของการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ด้านวัฒนธรรมของประเทศไทยได้ ดังนี้



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้าง Soft Power ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ จากผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้ข้อสรุปว่า จำเป็นต้องดำเนินการก้าวข้ามประเด็นความท้าทายทั้ง 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านความต่อเนื่องของนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม และการบูรณาการการทำงานของรัฐ เอกชน ในการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content
 - ขับเคลื่อนนโยบายในภาพองค์รวมที่มองการใช้เชิงพาณิชย์เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งอาจสร้างคุณค่าด้านสังคมรูปแบบอื่นร่วมด้วย เช่น การทำภาพยนตร์ หรือละคร มีโอกาสสร้าง Soft Power ในการเผยแพร่วัฒนธรรมในเวทีโลกที่จะเกิดมูลค่าทางอ้อมกับหลายอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการท่องเที่ยว
 - กำหนดลำดับความสำคัญ และประเด็นมุ่งเน้นที่ชัดเจนแก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น การมีประเด็นหลัก (Theme) ของประเทศที่ลงรายละเอียดของอุตสาหกรรม Soft Power ทั้ง ๑๑ สาขา ที่มองปลายทางจากมุมมองการใช้จริง หรือการสร้างธุรกิจนำร่องที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและยืดหยุ่น
 - กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์พัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพต่างกัน เช่น ศักยภาพของอุตสาหกรรมแอนิเมชันมีความครบถ้วนในเชิงห่วงโซ่คุณค่ามากกว่าอุตสาหกรรมเกม ดังนั้น ประเทศไทย ควรดำเนินกลไกส่งเสริมที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละอุตสาหกรรม โดยควรมุ่งเน้นในการสร้างนิเวศอุตสาหกรรมที่เอื้อให้ภาคเอกชนไทยแข่งขันได้ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมที่ไทยมีศักยภาพครบตามห่วงโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมแอนิเมชัน และอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพบางส่วนก็ต้องผลักดันให้พัฒนาอย่างเร่งด่วน
 - กำหนดนโยบายด้านปัจจัยอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ เช่น การเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเป็นผู้นำในการพัฒนาแพลตฟอร์มของ Digital Content โดยพิจารณาจากความพร้อมของผู้ประกอบการเอกชนหรือกลุ่มเอกชนที่มี อาทิ แพลตฟอร์มวิดีโอ แพลตฟอร์มเรื่องสั้นสำหรับอ่านออนไลน์ รวมทั้งการบริหารจัดการแพลตฟอร์มต่างประเทศ เป็นต้น
 - กำหนดนโยบายสนับสนุนทั้งที่เป็นมรดกวัฒนธรรมหลายลักษณะ ทั้งวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทย เช่น การสนับสนุนการทำแอนิเมชันจากเนื้อหาทางวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยม
 - กำหนดแนวทางการบริหารจัดการวัฒนธรรมในภูมิภาค ASEAN โดยชูประเด็นวัฒนธรรมร่วมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
 - กำหนดแนวทางการบริหารจัดการวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่นที่มีการกระจายและแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม ให้สมดุลผลประโยชน์และมีรูปแบบการดำเนินการที่ยั่งยืนมากขึ้น
 - กำหนดมาตรการหรือกิจกรรมส่งเสริมให้เกิดการสร้างผลลัพธ์ระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยใช้แกนการพัฒนาภายใต้เป้าหมายและประเด็นที่ชัดเจนและสามารถเร่งรัดได้ เช่น การจัดกิจกรรมการเรียนรู้และแข่งขันเชิงสร้างสรรค์ (Hackathon) สำหรับหน่วยงาน



การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้าง Soft Power ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ



2. ด้านการเข้าถึงและศักยภาพการใช้มรดกวัฒนธรรมของผู้ประกอบการเอกชนและภาคประชาชน



- ผลักดันให้เกิดการบูรณาการของฐานข้อมูลทางวัฒนธรรม หรือข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนองค์ความรู้ที่ถูกต้องของผู้ประกอบการ ที่มีความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูลสำหรับผู้ประกอบการเอกชนและภาคประชาชน (เกี่ยวข้องกับเรื่องนโยบาย และบูรณาการภาครัฐ)
- สร้างกติกาก่อนการรับผิดรับชอบโดยคงไว้ด้วยหลักการของการอิสระในการสร้างสรรค์
- ใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data เพื่อสร้างเครื่องมือ เพื่อช่วยการเข้าถึงของผู้ประกอบการเอกชนและภาคประชาชนเพื่อการต่อยอด เช่น ภาคประชาชนในพื้นที่เจ้าของวัฒนธรรม
- มีกลไกและนโยบายเพื่อส่งเสริมต่อยอดเชิงนโยบายและการปฏิบัติงาน เช่น การสนับสนุนการขึ้นทะเบียนมรดกโลก ซึ่งประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับเรื่องนโยบาย และการทำงานร่วมกันของภาคส่วน

3. ด้านทักษะของบุคลากรและการเข้าถึงกำลังคนของอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม



- ส่งเสริมกลไกการพัฒนาบุคลากรสายอาชีพ และบุคลากรในกลุ่มตำแหน่งระดับกลาง และสูง เพื่อให้มีความสามารถเฉพาะในอาชีพมากกว่าการรู้แบบกว้าง
- ส่งเสริมกลไกการพัฒนาบุคลากรในทักษะที่จำเป็นแต่ไม่ใช่ด้านเทคนิค เช่น ภาษาอังกฤษ
- ส่งเสริมกลไกการพัฒนาศักยภาพของเอกชนในการพัฒนาธุรกิจ เช่น มาตรการช่วยเหลือด้านการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาผลิตภัณฑ์บริการใหม่ การช่วยเหลือด้านบุคลากร มาตรการการเข้าถึงตลาดต่างประเทศ เป็นต้น
- ส่งเสริมกลไกการพัฒนาศักยภาพของหน่วยงานระดับปฏิบัติอื่น ๆ ที่จำเป็น เช่น หน่วยงานระดับพื้นที่ เพื่อให้สามารถช่วยเอกชนและ Creator ในระดับท้องถิ่นได้
- พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรม Digital Content ที่เอื้อต่อบุคลากร และปัจจัยของการดำเนินธุรกิจของเอกชน เช่น ข้อมูล แหล่งทุน เป็นต้น โดยอาศัยการแยกหลักคิดในการเป็นเจ้าของ (ของคนไทย) การร่วมพัฒนา (โดยคนไทย) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (เพื่อคนไทย)

4. ด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน และการสนับสนุนด้านการเงินสำหรับอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม

- พัฒนากลไกกองทุนและเงินสนับสนุนในรูปแบบอื่นในการส่งเสริมโครงการพัฒนาต่อยอดของ Digital Content ที่มีศักยภาพ โดยพิจารณาจากโครงการ หรือชิ้นงานที่มีความนิยม หรือมีโอกาสทางตลาด เช่น การมีกองทุนสนับสนุนการพัฒนาในด้าน Digital Content
- บูรณาการมาตรการสนับสนุนในลักษณะที่ประเด็นหลัก (Theme) ของประเทศเกี่ยวกับนโยบาย และการบูรณาการภาครัฐ



การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้าง Soft Power ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศ



5. ด้านบทบาทของการศึกษา การวิจัย การพัฒนา และนวัตกรรมเพื่อการใช้ในอุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม

- การเชื่อมต่อภาคการศึกษา วิจัย พัฒนา สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชนในการร่วมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาจากโจทย์เอกชน เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ การผลักดันนวัตกรรมและการพัฒนาในอุตสาหกรรม Digital Content เป็นต้น

6. ด้านศักยภาพการตลาดเฉพาะเพื่ออุตสาหกรรม Digital Content ในมุมมองด้านวัฒนธรรม

- จัดทำมาตรการการส่งเสริมการนำเข้าเนื้อหาหมวดวัฒนธรรมในรูปแบบ Digital Content บนแพลตฟอร์มระดับนานาชาติ โดยเฉพาะภาคเอกชน
- จัดทำมาตรการส่งเสริมด้านสินค้าดิจิทัลในมุมมองด้านวัฒนธรรมทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์
- ที่ครบถ้วนตั้งแต่การพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์จนถึงการเข้าถึงตลาด โดยอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด เป็นต้น
- จัดทำกลไกร่วมกับภาคเอกชนในการศึกษาทิศทางและทำความเข้าใจความต้องการของตลาด ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ตามความต้องการตลาด

