

ISSN 2651-0642

วารสารนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้, ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 หน้า 20-30,

มกราคม-มิถุนายน 2561

วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

doi:

**บทวิเคราะห์นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21:
การสร้างนวัตกรรม ทูททางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์**
**An Analysis of Innovation and Thai Culture in the 21st Century:
Innovation Creation, Cultural Capital and Creative Economy**

ธัชภรณ์ ศรีเมือง

คณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

E-mail: tutchaporns@siamtechno.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้เป็นบทความที่อธิบายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21 โดยผู้เขียนต้องการที่จะนำเสนอถึงความเกี่ยวข้อง และความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับนวัตกรรม ผ่านการทำความเข้าใจด้วยกรณาวินิจฉัยวัฒนธรรมมาเป็นฐานในการคิด เพื่อการต่อยอดสู่นวัตกรรม ทั้งนี้ยังศึกษาถึงการใช้นวัตกรรมวัฒนธรรมในการสร้างสรรค์นวัตกรรม การเพิ่มมูลค่าการแข่งขันที่ได้เปรียบ และข้อเสนอแนะทางนวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทย โดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาวิเคราะห์ ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า นวัตกรรม และวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งพัฒนาการของนวัตกรรม และวัฒนธรรมก็มีความสอดคล้อง และดำเนินควบคู่กันอย่างมีมิติ นวัตกรรมและวัฒนธรรมไทยจึงเป็นเรื่องที่ควรทำการศึกษา

คำสำคัญ: นวัตกรรม, วัฒนธรรมไทย, ทูททางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Abstract

This article describes the relationship between innovation and Thai culture in the 21st century. The author wants to present the relevance and the relationship between Thai culture and innovation through using Thai culture as a basis of thinking and extending it towards innovation. This article also explores the use of cultural capital for creating innovation and increasing competitive advantages. The author proposes a guideline for creating innovation through Thai culture, using the concept of creative economy for analyzing their relations. Presently it is evident that innovation and culture have played a significant role in both economy and society. The development of innovation is consistent with culture, and both of them can work together affecting economic and social aspects. Innovation and Thai culture is, therefore, an interesting topic to study.

Keywords: Innovation, Thai Culture, Cultural Capital, Creative Economy

1. บทนำ

ท่ามกลางสังคมเมืองในปัจจุบันคงปฏิเสธได้ยากว่า เรากำลังอยู่ในสังคมแห่งการแข่งขัน นับเป็นยุคที่มีการผลิตสิ่งใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมากมายตามท้องตลาด ซึ่งเห็นได้จากการเกิดนวัตกรรม (Innovation) ใหม่ ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างทันทั่วถึง และในขณะเดียวกันก็ไม่ใช่แค่่นวัตกรรมเท่านั้นที่มีการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมเช่นกัน ไม่ใช่เพียงแค่การนึกถึงวัฒนธรรมสมัยก่อน เช่น โขน มโนราห์ หนังตะลุง หรือมวยไทย นวัตกรรมจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยให้การแข่งขันและการขับเคลื่อนการพัฒนาของโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว และยั่งยืน เนื่องจากนวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้ทางเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ หรือทักษะ ประสบการณ์ด้านการจัดการมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการใหม่ หรือบริการใหม่ที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและสังคม แม้ว่าโดยทั่วไปนวัตกรรม (Innovation) จะหมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งใหม่ หรือการปรับปรุงจากสิ่งเดิมที่เกิดจากการนำความรู้ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพ, 2560) ไปพัฒนาให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า องค์กร และสังคม หรือ หมายถึง "การทำสิ่งใหม่ให้ดีกว่าเดิม" ช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนอย่างมากในการกระตุ้นให้เกิดการสร้างนวัตกรรมจำนวนมาก และมีการเปิดรับเทคโนโลยีมาปรับใช้ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคในปัจจุบัน หรือนำมาต่อยอดเทคโนโลยีให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแบบไทยๆ

วัฒนธรรมไทยถือเป็นสินทรัพย์ และเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากการสร้างนวัตกรรมต่างๆ มักจะมีวัฒนธรรมเป็นรากฐานการก่อเกิด เพราะวัฒนธรรมเข้าไปปลูกฝัง กล่อมเกลาผู้คน หรือกลุ่มคน ซึ่งวัฒนธรรมนั้นอาจเป็นได้ทั้งรูปลักษณ์ที่จับต้องได้ หรืออาจเป็นคุณค่าทางความคิด ซึ่งได้รับการยอมรับนับถือจากคนในสังคม แต่อย่างไรก็ดีวัฒนธรรมไทยนั้นถือได้ว่ามีความหลากหลาย ถึงแม้จะอยู่ในชาติเดียวกันก็ตาม เพราะแต่ละพื้นที่มีการก่อตัว และพัฒนาการที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้คนล้วนมีความแตกต่างกันทั้งในด้านวิถีชีวิต และวัฒนธรรม ทั้งนี้วัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาคจะมีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน มีความคล้ายคลึงและมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมภาคเหนือ วัฒนธรรมภาคอีสาน วัฒนธรรมภาคกลาง หรือวัฒนธรรมภาคใต้ ต่างก็มีวัฒนธรรมหลักบางอย่าง และมีการผสมผสานวัฒนธรรมที่หลากหลายนั้นร่วมกัน สำหรับบทความนี้ผู้เขียนต้องการที่จะนำเสนอในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมไทยกับนวัตกรรม การทำความเข้าใจการใช้วัฒนธรรมเป็นฐานการคิดในการสร้างนวัตกรรม การใช้ทรัพย์สินที่เป็น “ทุนทางวัฒนธรรมไทย” ต่อยอดสร้างนวัตกรรม และข้อเสนอแนวทางวัฒนธรรมกับนวัตกรรมไทยโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาวิเคราะห์

2. กรอบแนวคิดวิเคราะห์

ผู้เขียนได้วิเคราะห์นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21 โดยการนำแนวคิดทุนวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นหลักในการวิเคราะห์ เนื่องจากในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า นวัตกรรมและวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่รัฐบาลใช้วาระนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศโดยใช้นวัตกรรมเป็นหลัก ซึ่งทุนวัฒนธรรมและทุนทางสังคมที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมและบริการของไทยนั้น นับเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และก่อให้เกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ กล่าวคือทุนทางวัฒนธรรมมีส่วนส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการมีความน่าสนใจ และสามารถสร้างมูลค่าได้ โดยใช้การสอดแทรกทางวัฒนธรรมด้วยการฝังตัวอยู่ ไม่ว่าจะเป็นด้านจารีตขนบธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อความศรัทธา วิถีชีวิต และแบบแผนการใช้ชีวิตในด้านต่างๆ อีกทั้งยังเป็นรากฐานในการต่อยอดการคิดสร้างสรรค์ได้ ซึ่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ “Creative Economy” เป็นสิ่งที่เกิดมาจาก 2 ปัจจัยหลักด้วยกัน คือทุนทางปัญญาหรือองค์ความรู้ และทักษะการประยุกต์การนำความคิดสร้างสรรค์ โดยทุนทางปัญญานั้นจะอยู่ในรูปของฐานความรู้เดิม หรือฐานความรู้ใหม่ที่เราสามารถนำมาต่อยอดความคิด

ให้เจริญงอกงามต่อไปได้ เป็นฐานที่เกิดจากทุนมนุษย์ ส่วนทุนทางวัฒนธรรมถือเป็นทุนทางปัญญาที่เป็นฐานในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ เช่น วัฒนธรรมดั้งเดิม เรื่องเล่า ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และภูมิปัญญาในท้องถิ่นโดยเมื่อมีความรู้ที่สามารถสร้างมูลค่าแล้วก็ต้องนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจแก่ผู้สร้างสรรค์ด้วย การต่อยอดจากทุนทางวัฒนธรรมไปประสานกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่การสร้างคุณค่าที่ยอมส่งผลต่อการสร้างมูลค่าและท้ายที่สุด คือ การสร้างคุณค่า เช่นนี้ย่อมทำให้เกิดการสร้างนวัตกรรม (Innovation) ในที่สุด

หากนำแนวคิดของทุนทางวัฒนธรรม และเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาวิเคราะห์ ในกรณีประเทศไทยแล้ว พบว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบ ถือเป็นส่วนสำคัญในการต่อยอดนวัตกรรม นับเป็นแนวคิดหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานของการใช้ความรู้ การศึกษา และการสร้างสรรค์ รวมถึงการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเข้าไปเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ซึ่งประเทศไทยได้นำเอาหลักการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ามาใช้ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีข้อคำนึงที่สำคัญ คือหากพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมแล้วต้องทำให้ทุนทางวัฒนธรรมนั้นก่อให้เกิดเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่า ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมนั้นอาจเป็นวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ หรือสัมผัสไม่ได้ก็ได้ และเมื่อสินค้าและบริการมีการฝังตัวอย่างยั่งยืนแล้วก็จะเรียกว่า **“สินค้าวัฒนธรรม”** ซึ่งจะไปสัมพันธ์กับนโยบาย และแผนงานส่งเสริมทุนวัฒนธรรมในเชิงพาณิชย์ที่รัฐได้กำหนดขึ้นมา เพราะตระหนักว่าวัฒนธรรมเป็น **“ต้นน้ำ”** ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และนวัตกรรม อีกด้านหนึ่งคือเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือการนำเนื้อหาทางวัฒนธรรมไปเป็นส่วนหนึ่งในกลยุทธ์ธุรกิจ* ทั้งนี้วัฒนธรรมที่มีพื้นฐานมาจากการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเน้นการสร้างสินค้า บริการหรือกระบวนการใหม่ๆ โดยเชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรมเดิม ซึ่งการสังสมภูมิปัญญาของสังคมไทยร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่นั้นต้องผ่านกระบวนการที่ต่อเนื่อง เพราะการสร้างแรงบันดาลใจจากรากฐานวัฒนธรรม และภูมิปัญญาที่สังสมเป็นสิ่งที่ต้องใช้เวลานานในการรังสรรค์ ดังนั้นเพื่อให้เห็นภาพชัดเจน โดยมีความมุ่งหวังให้เกิดการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งยังสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจที่มีคุณภาพ และอาจไปถึงจุดที่สร้างคุณค่าทางสังคมเป็นหลัก

3. ปัจจัยสำคัญในการสร้างนวัตกรรม

การที่มนุษย์จะสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย สอดคล้องกับสภาพสังคม รวมถึงวิถีชีวิตได้นั้น มนุษย์จำเป็นต้องมีการพัฒนาสิ่งต่างๆ สร้างสรรค์สิ่งใหม่ หรือปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่เสมอ ซึ่งพัฒนาการเหล่านี้ล้วนทำให้เกิดสร้างสรรค์นวัตกรรมต่างๆ ขึ้น ซึ่งในปัจจุบันนวัตกรรมเข้ามามีส่วนสำคัญในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของโลก เพราะสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ และเศรษฐกิจของประเทศได้ ดังนั้นนวัตกรรมจึงถือเป็นเรื่องที่มีมนุษย์นั้นคิดขึ้น เกิดจากการวิเคราะห์ วิจัย ซึ่งเป็นเรื่องที่อยู่ในระดับบุคคล เกิดจากการร่วมมือเป็นกลุ่ม เป็นทีมงานที่ติดต่อสื่อสารกัน รวมถึงการเปิดมุมมองหาวิธีใหม่ร่วมกันของประเทศนั้นๆ (Kwon, J., Kim, D., & Koh, C., 2016) โดยนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ถูกออกแบบเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงชีวิตมนุษย์ คำว่า **“นวัตกรรม”** ถือเป็นอีกคำหนึ่งที่ถูกใช้อย่างมากในโลกยุคศตวรรษที่ 21 ทั้งนี้นวัตกรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่ได้มาโดยทันทีทันใด แต่ต้องมีวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม โดยจะต้องมีกระบวนการในการสร้างนวัตกรรม และมีการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมประกอบด้วยปัจจัยหลัก 4 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture), ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity), การออกแบบ

*เราเห็นการกำหนดนโยบายลักษณะนี้ ผ่านถ้อยคำของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานขององค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสร้งงาน และใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่ไปเชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม

(Design) และนวัตกรรม (Innovation) ซึ่งในศตวรรษที่ 21 นั้น การบูรณาการความรู้เพื่อให้เกิดนวัตกรรมอาจได้จากการระดมสมอง โดยเน้นการบูรณาการความคิดของสมาชิกไปสู่การสร้างสรรค์ที่จะสามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ได้ ทั้งนี้ ชัชรพล เพ็ญโฉม (2554) ได้อธิบายถึงปัจจัยที่สำคัญ 4 ประการที่ต้องคำนึงถึงในกระบวนการสร้างนวัตกรรมดังนี้

1. วัฒนธรรม (Culture) คือวิถีชีวิตของมนุษย์ (Way of Life) ซึ่งถือได้ว่าเป็นต้นทางของการออกแบบสรรพสิ่งต่างๆ ในโลก ทั้งนี้วัฒนธรรมไม่ได้มีความหมายแคบๆ เพียงแค่ประเพณี การแต่งกาย หรือพิธีกรรมที่สืบทอดมาตั้งแต่โบราณ แต่มีความหมายรวมถึงวิถีชีวิตของคนในสังคม ทั้งที่มองเห็น (Tangible) อาทิ อาหาร ดนตรี กีฬา และที่มองไม่เห็น (Intangible) เช่น ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ

2. ความคิดสร้างสรรค์ (Creative) ความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในการออกแบบ ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจาก “ความคิด” (Idea) ร่วมกับ “ข้อมูล” (information) อันจะนำไปสู่การพัฒนา “กรอบความคิด” ที่ต้องปรับให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา ไม่เช่นนั้นแล้วอาจทำให้เกิดการติด “คูกทางความคิด” จนไม่สามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ได้ ซึ่งวิธีการที่ใช้ในการสร้างสรรค์มักเกิดจากการระดมสมอง (Brainstorm) จากคนที่มีข้อมูล จะเป็นเครื่องมือช่วยให้เกิดกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ให้ดำเนินไปได้

3. การออกแบบ (Design) งานออกแบบที่ประสบความสำเร็จต้องนำไปแก้ไขปัญหภายใต้แนวคิด “เพื่อชีวิตที่ดีกว่า” ได้ จุดเน้นศูนย์กลางของการออกแบบเริ่มต้นจาก “ผู้ใช้” โดยที่นักออกแบบต้องทำความเข้าใจกับพฤติกรรม และปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในชีวิตของผู้คน และนำเครื่องมือที่เรียกว่า “Design Brief” (อันประกอบไปด้วย 4 หัวข้อสำคัญ คือ แนวทางงานออกแบบ การตลาด การผลิต และทรัพยากรเส้นทางปัญญา) เข้ามาช่วยกำหนดทิศทางการทำงาน

4. นวัตกรรม (Innovation) นวัตกรรมอาจเป็นผลิตภัณฑ์ (Product) ตัวกระบวนการ (Process) หรือผลิตภัณฑ์ที่ผสมกับกระบวนการ แต่เมื่อใดที่วิถีชีวิต และพฤติกรรมของคนเปลี่ยนแปลง เมื่อนั้นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กันในชีวิตประจำวันก็ควรจะต้องเปลี่ยนตามด้วย การพิจารณาถึงแง่มุมทางวัฒนธรรมนี้ถือเป็นการเข้าใจ “ต้นทาง” ของการออกแบบ ซึ่งจะนำไปสู่คำตอบที่มีประสิทธิภาพที่สุดสำหรับสังคมในแต่ละยุคสมัย

4. ทูทางวัฒนธรรมไทย: แหล่งทรัพยากรสร้างสรรค์นวัตกรรม

ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับมาจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมเป็นคุณสมบัติที่เอื้อให้บุคคลสามารถเพิ่มพูนมูลค่าของตนเองได้ และมักเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ อาทิ ความรู้ ทัศนคติ ทัศนคติ เป็นต้น ทุนทางวัฒนธรรมปรากฏออกมา 3 รูปแบบ กล่าวคือ 1) สิ่งที่มีอยู่ในตัวบุคคลมาอย่างยาวนาน 2) สิ่งที่เป็นรูปธรรม ในรูปแบบสินค้าวัฒนธรรม เช่น รูปภาพ หนังสือ สิ่งก่อสร้างที่เป็นสถานที่ และ 3) ความเป็นสถาบันที่ทำให้เกิดความเชื่อเป็นรูปธรรมได้ เช่น การยอมรับ ความยืนยาวของอายุ กติกา (Bourdieu, 1986)

5. ความก้าวหน้าในการปรับ “วัฒนธรรมไทย” มาเป็นนวัตกรรม

ความก้าวหน้าด้านการออกแบบ หรือการประดิษฐ์คิดค้นย่อมเป็นสิ่งสะท้อนชีวิตของผู้คน และสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับสังคม แต่การออกแบบนวัตกรรมนั้นก็ไม่ใช่เพียงแค่งานที่ใช้แก้ปัญหาให้กับการใช้ชีวิตไม่ใช่การสื่อสารให้เข้าใจง่าย แต่เป็นนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดสุนทรียภาพพร้อมทั้งแสดงตัวตนให้เด่นชัด แตกต่าง โดดเด่นให้เป็นจุดสนใจ นวัตกรรมไทยอยู่ในข้อถกเถียงอยู่ว่า “นวัตกรรมไทยหรือไม่ไทย” จากงานของประชา สุวีรานนท์ (2554, 8) ได้กล่าวถึงการออกแบบที่สะท้อนความเป็นไทยหรือแบบไทยๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่ถูกถกเถียงกันว่า อะไรคือไทยและไม่ไทย บ้านเรือนไทยต้องมีหน้าจั่วหรือไม่หน้าจั่ว หรือต้องตกแต่งลายกนกเท่านั้นถึงจะเรียกได้ว่าไทยแท้ เป็นการตีค่าความโดดเด่นของงาน

ออกแบบไทยที่ต้องทำความเข้าใจใหม่ โดยควรทำความเข้าใจกันตั้งแต่ต้นกออกแบบจนถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจสั่งการบริหารประเทศที่โดยมากหยิบเอาชิ้นส่วนสัญลักษณ์มาใช้อย่างไรคุณค่า และรสนิยม ทั้งนี้หากต้องการออกแบบงานที่เป็นไทยจริงก็จำเป็นที่จะต้องเข้าใจอย่างลึกซึ้งว่า งานออกแบบไทย คืองานที่สะท้อนชีวิตของคนไทยทุกหมู่เหล่า งานออกแบบจึงถือเป็นงานที่ควรมุ่งประโยชน์ใช้สอย สะท้อนอารมณ์ที่แทรกทุกรายละเอียดของวิถีชีวิต อาจมีการสอดแทรกตำนาน หรือเรื่องเล่าขานที่ถูกถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอยู่อย่างช้านาน และจุดสำคัญ คือต้องสามารถนำมาปรับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพกับสถานการณ์ปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม แต่ถึงกระนั้นการทำงานแบบไทยต้องปะทะกับงานสมัยใหม่ของโลก ส่งผลให้งานไทยมีการเปลี่ยนแปลงมาก และพัฒนาการไปสู่สมัยนิยมมากขึ้น (ประชา สุวิธานนท์, 2554,9) อีกทั้งต้องเตรียมพร้อมให้เท่าทันความต้องการของโลกาภิวัตน์ที่ปรับเปลี่ยน ต้องสร้างและออกแบบงานที่เป็นสิ่งใหม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้คน เป็นนวัตกรรมที่ให้ความงดงามของไทยที่ไม่เหมือนใคร และทรงพลังอย่างภาคภูมิใจ

6. การสร้างนวัตกรรม: การทำความเข้าใจ “รากฐานความเป็นไทย”

“วัฒนธรรมไทยหรือความเป็นไทย เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นเมื่อไม่นานมานี้จากชนชั้นนำ วัฒนธรรมไทยไม่เคยมีอยู่จริง แต่เป็นสิ่งที่สร้างขึ้น โดยปั้นแต่งให้มีและตรงตามอุดมคติที่ต้องการ แล้วยึดเหนี่ยวให้คนทั่วไปเชื่อว่าวัฒนธรรมไทยมีอยู่จริง...หากมีปรากฏการณ์ใดขัดวัฒนธรรมไทยที่ถูกสร้างขึ้นนี้ ต้องถือเป็นความเสื่อมโทรมของสังคมที่ทำลายความเป็นไทย และกระทบกับความมั่นคงของชาติ”(นิธิ เอียวศรีวงศ์ , สุจิตต์ วงศ์เทศ, และสุจิตต์ วงษ์เทศ, 2559)

แม้ว่าฐานคิดของเราจะมองวัฒนธรรมเป็นตัวแทนของความดีงาม แต่ในด้านแนวคิดทางวัฒนธรรมบางครั้งก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป ถึงกระนั้นแล้วก็ต้องยอมรับว่า วัฒนธรรมก็มีบางสิ่งที่ควรได้รับการแก้ไขเช่นกัน จากงานของสุจิตต์ และนิธิ ข้างต้น เราจะเห็นได้ว่า มีการตั้งคำถามถึงความเป็นไทยว่ามาจากไหน ความเป็นไทยมีที่มาจากวัฒนธรรมไทยแล้ววัฒนธรรมไทยมีแค่มุมเดียว คือความงดงาม และมรดกที่ดีงามหรือไม่ การตั้งคำถามเช่นนี้สอดคล้องกับคำกล่าวที่ว่า เนื้อหาทางวัฒนธรรมไทยเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น โดยเราสามารถเห็นได้จากบทประพันธ์ ละครโทรทัศน์ จากสื่ออื่นๆ หรือช่องทางต่างๆ จากข้อความข้างต้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า วัฒนธรรมไทยเป็นวัฒนธรรมที่เพิ่งสร้าง ไม่ได้ดำรงอยู่อย่างยาวนาน แต่มีการเปลี่ยนแปลงเป็นพลวัตตามกาลเวลา ซึ่งหากพิจารณาเชิงเนื้อหาของวัฒนธรรมในบางครั้งก็มุ่งที่จะกล่อมเกลา หรือควบคุมให้เราจำยอม (อำนาจทางวัฒนธรรมที่ครอบครองอำนาจนำ) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า “รากฐานความเป็นไทย” มีความเป็นพหุสังคมมากกว่าการเชื่อในสิ่งเดียวกัน ย่อมทำให้เกิดการสร้างฐานสู่การคิดสร้างสรรค์ได้ เพราะต้องตระหนักว่าการคิดอะไรใหม่ก็จำเป็นที่จะต้องมีความรู้พื้นฐานทรัพยากรข้อมูลที่จะช่วยในการคิด ความเป็นไทยจึงนับได้ว่า เป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อการสร้างนวัตกรรม เพราะการสร้างนวัตกรรมนั้นต้องอาศัยความรู้ที่มีเป็นฐานเดิม ความเป็นไทยก็จัดเป็นฐานความรู้ชุดหนึ่ง ที่สามารถนำไปต่อยอดสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม โดยไม่ใช่การผลิตซ้ำ หรือลอกเลียนแบบสิ่งเดิม แต่เป็นการนำความเป็นไทยมาสร้างมูลค่าให้เกิดประโยชน์ได้ในทางเศรษฐกิจ และตอบโจทย์ความต้องการ และพื้นฐานของคนที่ต้องนำนวัตกรรมไปใช้ จนกระทั่งนวัตกรรมนั้นสามารถนำไปใช้งานและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

7. วัฒนธรรมไทย: การสร้างมูลค่าสู่นวัตกรรมจากการผลักดันของภาครัฐ

ประเทศไทยยังคงอยู่ใน “ระยะเปลี่ยนผ่าน” ตกอยู่ในภาวะวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจ และการเมืองหลายครั้ง นับเป็นเวลากว่าทศวรรษ ซึ่งคู่ขนานมากับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของโลกศตวรรษที่ 21 ประเทศไทยจึงมีความจำเป็น

ที่จะต้องปรับเปลี่ยนอย่างจริงจัง เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่เท่าทันกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป ดังนั้นจะเห็นได้ว่าโลกของเรามีพลวัตอยู่ตลอดเวลา โลกที่เราเห็นจึงไม่ใช่ “โลกใบเดิม” อีกต่อไป โดยเราสามารถจำแนกโลกออกเป็น 4 ยุคด้วยกัน ได้แก่

- ยุค 1.0 เกิดการปฏิวัติในภาคการเกษตร หรือที่เรียกว่า Green Evolution
- ยุค 2.0 เกิดการปรับเปลี่ยนสู่สังคมอุตสาหกรรม ผ่าน Industrial Revolution ครั้งที่ 1 และครั้งที่ 2
- ยุค 3.0 เกิด Digital Revolution เป็นระลอกๆ
- ยุค 4.0 คือ The Fourth Industrial Revolution หรือยุคปัจจุบัน เกิดการรวมตัว และแตกตัวทางเทคโนโลยี จากนั้นไปนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ จะมีการรวมตัวและกระจายตัวของนวัตกรรม และมีการยอมรับนวัตกรรมนำไปใช้ประโยชน์

โลกในระยะเปลี่ยนผ่าน และการเปลี่ยนแปลงจากโลกในศตวรรษที่ 21 นับเป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่ก่อให้เกิดการรวมตัวของโอกาสใหม่ๆ เจือปนที่เพิ่มขึ้น และข้อจำกัดต่างๆที่จะเกิดขึ้น เพื่อตอบสนองต่อบริบทการพัฒนาไปจนถึงมาตรการป้องกันภัยคุกคามในอนาคตที่อาจเกิดขึ้น จึงทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาขีดสมรรถนะชุดใหม่ที่แตกต่างจากชุดเดิมโดยสิ้นเชิง ซึ่งในช่วงนี้เองที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 5 กระแสหลักที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. โลกาภิวัตน์ (Globalization) โลกาภิวัตน์ถือเป็นแรงขับเคลื่อนหลักที่ส่งผลให้เกิดการไหลเวียนของเงินทุน สินค้าและบริการ รวมถึงเกิดการเคลื่อนที่ของผู้คนโดยเสรี จนกลายเป็นการเชื่อมต่อโลกอย่างแนบแน่น ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่เป็นไปอย่างไร้พรมแดน โลกาภิวัตน์จึงไม่ได้จำกัดแค่เรื่องความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระดับโลก แต่โลกาภิวัตน์ยังมีความเกี่ยวข้องกับเวลา และสถานที่ (time-space) ส่งผลให้ชีวิตของมนุษย์ถูกแปรเปลี่ยนไปจากเดิม

2. การเปลี่ยนเป็นดิจิทัล (Digitization) การติดต่อสื่อสารมีการเปลี่ยนแปลงจากการสื่อสารทางเดียวกับบุคคลเดียว สถานที่เดียว และช่วงเวลาเดียว มาเป็นการสื่อสารที่บุคคล สถานที่ และเวลาสามารถเชื่อมโยงติดต่อสื่อสารกันได้ตลอด โดยไม่มีอุปสรรค และข้อจำกัดเดิมมาขัดขวางการสื่อสาร เปรียบเหมือนเรากำลังดำรงชีวิตอยู่ในสองอารยธรรมไปพร้อมๆ กัน คืออารยธรรมในโลกความจริง และอารยธรรมเสมือนจริงในโลกดิจิทัล ก่อให้เกิด Network Externality (กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพ, 2560)

3. ความเป็นเมือง (Urbanization) สัดส่วนของผู้คนที่อยู่อาศัยในเมืองจะเพิ่มขึ้น วิถีชีวิต พฤติกรรม และปฏิสัมพันธ์จะเปลี่ยนจากสังคมชนบทมาเป็นสังคมเมือง ซึ่งจะทำให้เกิดมิติท้าทายที่ครอบคลุมทั้งเรื่องพลังงาน การคมนาคม การศึกษา สุขภาพ สิ่งแวดล้อม และอาชญากรรม ซึ่งหากเราเตรียมตัวรับมือได้ไม่ดีพอ เมืองก็อาจจะกลายเป็นแหล่งเสื่อมโทรม และในขณะเดียวกันหากเตรียมการได้ดีพอเมืองก็จะถูกปรับเปลี่ยนเป็น Smart Cities ได้เช่นกัน

4. ความเป็นปัจเจกนิยม (Individualization) ประชากรในศตวรรษที่ 21 จะมีความเป็นปัจเจกมากขึ้น มีความคิดอ่านเป็นของตัวเองเพิ่มขึ้น ต้องการที่จะแสดงออกถึงความต้องการ และแสดงความคิดเห็นที่แตกต่างออกไป โดยจะแสดงออกมาใน 2 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบที่สร้างสรรค์ กล่าวคือผู้คนอยากอยู่ร่วมกันเพื่อต้องการสร้างสรรค์สังคม ก่อให้เกิดสังคมที่เข้มแข็ง และ 2) รูปแบบสังคมที่ต่างคนต่างอยู่ มองหาแต่ประโยชน์ส่วนตัว ซึ่งก็จะส่งผลให้สังคมมีความเปราะบาง มีโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้ง และอาจเกิดการปะทะระหว่างกันได้

5. การเผชิญเรื่องต่างๆร่วมกัน (Communization) ยิ่งโลกเชื่อมต่อกันมากขึ้นเท่าไร ผู้คนก็ย่อมต้องติดต่อสื่อสาร และอาศัยพึ่งพาอาศัยกันมากขึ้นเท่านั้น ดังนั้นหากเกิดความเสี่ยงหรือภัยคุกคามต่างๆขึ้นจึงไม่ได้ส่งผลกระทบต่อประเทศใดประเทศหนึ่งโดยเฉพาะอีกต่อไป แต่กลับส่งผลกระทบต่อโลกโดยรวม นับเป็นปัญหาที่ทุกประเทศต้องเผชิญ หรือที่เรียกว่า Global Common

8. นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทย 4.0

นวัตกรรมถือได้ว่าเป็นกลไกที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง และเป็นองค์ประกอบหลักในการส่งเสริมการพัฒนาประเภทอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นไปตามนโยบายของรัฐในรูปแบบโมเดลเศรษฐกิจประเทศไทย 4.0 โดยโมเดลนี้ถือเป็นการออกแบบนโยบายตามกระแสหลักของเศรษฐกิจโลกที่เน้นการสร้างนวัตกรรมเทคโนโลยีเป็นสินค้าส่งออก อย่างเช่น กลุ่มประเทศตะวันตก อาทิ ฝรั่งเศส แคนาดา และเดนมาร์ก นโยบายโมเดลประเทศไทย 4.0 นั้นเป็นนโยบายที่ก่อตัวมาจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อปัจจัยภายใน กล่าวคือ เป็นโมเดลที่จะมารองรับการเปลี่ยนแปลงระบบโลกที่มีนวัตกรรมเข้ามาบีบคั้นในการเปลี่ยนแปลงระบบเศรษฐกิจพื้นฐานให้มีความยั่งยืน(ชนินทร เพ็ญสูตร, 2560) สามารถที่จะรับมือกับโอกาสและภัยคุกคาม รวมถึงความเสี่ยงใหม่ๆ ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในศตวรรษที่ 21 ได้ การที่ประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนาประเทศเป็นยุค 4.0 ถือเป็นความท้าทาย เนื่องจากยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไปมีการแข่งขันสูงในทุกด้านทั้งด้านการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต้องอยู่บนฐานที่มั่นคงขององค์ความรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงด้านรากฐานทางวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการสร้างธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถพึ่งตัวเองได้ ทั้งนี้เพราะเราไม่อาจปฏิเสธการขยายตัวของเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนผ่านทุนนิยมที่เน้นวัตถุไปได้ แต่ต้องปะทะสังสรรค์กับคุณค่าของทุนมนุษย์ที่มีทักษะเชี่ยวชาญ และมี “ความคิดสร้างสรรค์” ทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่เรามีนั้น คือองค์ความรู้ที่อยู่ในตัวของบุคคลหรือการอยู่ร่วมกันของสังคม ซึ่งทั้งหมดจะปะทะสังสรรค์ร่วมกันได้ต้องอาศัย “วัฒนธรรม” เป็นส่วนประกอบที่สำคัญ

วัฒนธรรมจึงนับได้ว่า เป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นตัวตนของสังคมนั้นๆ ดังนั้นหากเรานำเอาภาครัฐมาเป็นตัวแสดงหลักในการขับเคลื่อนแล้วก็ย่อมมีความท้าทายต่อวัฒนธรรมไทยเองเช่นกันที่จะต้องยืนหยัด และรักษาตัวตนให้คงอยู่ได้ โดยแนวคิดของ สุตปฐพี เวียงสี (2557) ได้กล่าวว่า ให้ภาครัฐเป็นตัวแสดงผู้รับความท้าทาย และเสนอให้ภาครัฐเองใช้ “กระทรวงวัฒนธรรม” เป็นผู้รับผิดชอบดูแลในเรื่องนี้ ซึ่งความท้าทายใหม่ของกระทรวงวัฒนธรรมจึงอยู่ที่การ *รักษาตัวตนความเป็นไทย* เนื่องจากการรักษาตัวตนนั้นต้องประกอบด้วยปัจจัยหลายอย่าง ทั้งด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) และแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) ซึ่งทั้งหมดต้องผ่านการผสมผสานแนวคิดใหม่ๆ ของเทคโนโลยีเข้ากับวัฒนธรรม และต้องสอดคล้องกับการดำรงชีวิตของคนในสังคม โดยคาดหวังให้เกิดเอกลักษณ์ และสร้างเสน่ห์ให้กับวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการแปลงมูลค่าเป็นคุณค่า เพราะคุณค่าแท้ๆ ของความเป็นไทยสามารถสร้างมูลค่าได้ในระดับหนึ่ง แต่ถ้ามีคุณค่าความเป็นไทยผสมผสานกับองค์ประกอบอื่นด้วยย่อมจะเป็นการส่งเสริมให้เกิดเวทีของ Creative Industry และ Creative Economy ขึ้น” (สุตปฐพี เวียงสี, 2557)จากการวิเคราะห์เช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า การผสมผสานวัฒนธรรมที่ต่อยอดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่นวัตกรรม ต้องใช้กรอบในการคิดคือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยนำ ความเป็นไทย เป็นจุดที่สร้างมูลค่าความได้เปรียบทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ความรับผิดชอบจะอยู่แค่เพียงภาครัฐที่จะเป็นผู้รับผิดชอบเพียงเท่านั้น

9. ข้อเสนอนวัตกรรมและวัฒนธรรมไทย บนฐานคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

ปัจจุบันรัฐบาลได้ผลักดันนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ให้เกิดขึ้นอย่างเต็มรูปแบบ โดยแนวคิดหลักของนโยบายนี้ คือต้องมีการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเสริมศักยภาพในทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาชน ตลอดจนนำไปเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรม โดยเฉพาะ SMEs ซึ่งเป็นวิสาหกิจสำคัญของประเทศ เพื่อให้เกิดศักยภาพที่สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้ ทั้งนี้นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทย ผู้เขียนเห็นว่าเป็นเรื่องที่มีความสัมพันธ์กันเป็นอย่างมาก ดังที่อภิปรายไว้ตอนต้นของบทความ แต่อย่างไรก็ดีเมื่อพิจารณาถึงความก้าวหน้าในการพัฒนาที่มีหลักคิดที่ว่า “ดีกว่านี้ได้อีกหรือไม่ ไม่ใช่หยุดอยู่กับที่เดิมๆ” และเพื่อให้เกิดแนวทางที่ชัดเจน และสร้างพลังในการขับเคลื่อนให้มากยิ่งขึ้น จำเป็นที่จะต้องปรับประยุกต์ใช้กับเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์ด้วย เพราะแนวคิดนี้เป็นแนวคิดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนฐานของการใช้องค์ความรู้ด้าน การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน การใช้ทุนทางวัฒนธรรม และด้านทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งเมื่อนำมาเชื่อมโยงกับรากฐาน ทางวัฒนธรรมที่มีการสั่งสมความรู้ และนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประสานก็จะก่อให้เกิด แนวทาง 6 ประการ ดังต่อไปนี้

ประการแรก ทุนทางปัญญา

เศรษฐกิจยุคใหม่ คือเศรษฐกิจแห่งองค์ความรู้ “นวัตกรรม” ในที่นี้นวัตกรรม คือสิ่งที่มีรากฐานมาจาก วัฒนธรรมไทย กล่าวคือการพัฒนาวัฒนธรรมใด ๆ นั้น ล้วนแล้วแต่มีทุนทางปัญญาของผู้คนเป็นรากฐาน และปัญญาของ มนุษย์ก็ต้องใช้ความรู้สร้างสรรค์ และเป็นต้นธารของการก่อเกิดวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำไปใช้ต่อยอดความคิดได้ โดยทุน ในลักษณะนี้ล้วนเกิดจากผู้คน เช่น การศึกษาอบรมที่นำมาสู่ความคิดใหม่ๆ ส่วนทุนทางวัฒนธรรมก็จะเกิดจากการสั่งสม เช่น วัฒนธรรมดั้งเดิม เรื่องเล่า อาชีพ และยังมีทุนทางสังคมที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมาก เช่น ขนบธรรมเนียม หรือความรู้ในท้องถิ่น เป็นต้น (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556)

ประการที่สอง ความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์นับเป็นสิ่งที่เข้ามาเติมเต็มการพึ่งพาองค์ความรู้ หรือความรู้ ด้วยเหตุผลที่ว่าความรู้เพียง อย่างเดียวไม่สามารถสร้างนวัตกรรมที่น่าพาประเทศไปสู่ความยั่งยืนได้ แต่จำเป็นที่จะต้องมีความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจาก ความมุ่งมั่นของผู้คนเข้าร่วมด้วยมากกว่าการทำงานเพียงเพื่อความสำเร็จเพียงอย่างเดียว จึงจะสามารถสร้างนวัตกรรม ทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ หรือเป็นกระบวนการให้มีชีวิตชีวา ดังนั้นการที่จะมีความคิดสร้างสรรค์ได้นั้น ผู้คนต้องมีความรัก ความชอบ ความตั้งใจในสิ่งที่รัก(Passion) ที่นอกเหนือไปจากทักษะความรู้ที่ได้รับ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมต้องอาศัย ความคิดสร้างสรรค์เป็นฐาน

ประการที่สาม สร้างบรรยากาศที่ก่อให้เกิดความมุ่งมั่นในสิ่งที่รักและการขับเคลื่อนสังคม

การมุ่งมั่นในสิ่งที่รัก (Passion) และการขับเคลื่อนการพัฒนาวัฒนธรรมในสังคมไทย เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ อย่างมากต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมขึ้นมา ผู้คนย่อมมีพื้นฐานที่ต้องการความรัก และมีความปรารถนาที่จะทำให้ ประเทศเกิดการพัฒนาเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การสร้างแรงจูงใจให้เกิดบรรยากาศการทุ่มเทและกระตือรือร้นที่จะพัฒนาตนเอง อย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งที่ควรคำนึง ซึ่งอาจทำได้โดยใช้การเพิ่มแรงจูงใจที่เหมาะสมเข้าไป ไม่ว่าจะเป็นแรงจูงใจที่เป็นเงิน เช่น ทุนสนับสนุน การกู้ยืม เงินรางวัล และแรงจูงใจที่ไม่ใช่เงิน

ประการที่สี่ ทักษะการออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่า

นอกจากการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเรียนรู้แล้ว การจัดสิ่งแวดล้อมให้เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม ก็เป็นสิ่ง สำคัญที่ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความเป็นจริงในศตวรรษที่ 21 คือทักษะแห่งอนาคตใหม่ หรือ 21st Century Skills คือทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning Skill and Innovation) กล่าวคือเป็นการพัฒนาด้วยการเน้นการอยู่บน พื้นฐาน แห่งการสร้างสรรค์ การคิดแบบวิจารณ์ญาณ การสื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการทำงาน เช่น การระดมสมอง อันเป็นเทคนิคของการสร้างสรรค์ทางความคิดที่เปิดกว้างให้เกิดการคิดเชิงวิพากษ์ และการแก้ปัญหา ประกอบกับการนำ นวัตกรรมไปใช้ให้ตรงจุดที่คุ้มประโยชน์ที่สุด ฯลฯ เป็นต้น

**ทักษะแห่งอนาคตใหม่ หรือ 21st century skills สามารถสรุปได้เป็น 3 ด้านคือ*

1. ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning skill and Innovation)
2. ทักษะชีวิตและการประกอบอาชีพ (Life skill and career skill)
3. ทักษะด้านข้อมูลข่าวสาร การสื่อสาร เทคโนโลยี (Information and Technology skill)

**ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ไม่เพียงแต่ช่วยทำให้การถ่ายทอดสดข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็วและสารสนเทศมีความสมบูรณ์มากขึ้น แต่ยังเปลี่ยนพื้นฐานในการสื่อสารของผู้คน ถ่ายทอดการคิด แบบแผนในการดำรงชีวิต ไปปะทะระบบคุณค่าและบรรทัดฐานทางจริยธรรมเพิ่มขึ้น

ประการที่ห้า เทคโนโลยีดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีก่อให้เกิดผลผลิตใหม่ๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้คน และสังคมในด้านต่างๆ ซึ่งรวมไปถึงกระบวนการปรับตัวทางด้านเทคโนโลยีด้วย สิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลกระทบทางวัฒนธรรม เพราะทำให้โครงสร้างทางวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป** ในปัจจุบันสังคมเราเริ่มตระหนักถึงความท้าทายระหว่างเทคโนโลยีสมัยใหม่กับนวัตกรรมหรือที่เรียกรวมกันว่า **นวัตกรรมดิจิทัล** ที่มีความสำคัญสำหรับภาคธุรกิจเพิ่มมากขึ้น และตระหนักได้ว่า การเปลี่ยนแปลง “ดิจิทัล” ถือเป็นวาระสำคัญในกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร

ประการสุดท้าย บทบาทภาครัฐกับการพัฒนานวัตกรรมวัฒนธรรมไทย

เมื่อวิเคราะห์แล้วเราจะเห็นว่า นโยบายหลักในปัจจุบันของรัฐบาลนั้นจะเน้นบทบาทของภาครัฐในการผลักดันทางเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเทคโนโลยีดิจิทัล ผู้เขียนจะนำเสนอบทบาทที่สำคัญของภาครัฐทั้ง 10 ประการ ซึ่งจะสามารถนำไปใช้ในการกระตุ้นให้เกิดสังคมสร้างสรรค์ได้ทั้งในกลุ่มเด็กและเยาวชนไปจนถึงการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางนวัตกรรมไทย*

- 1) สนับสนุนการสร้าง และยอมรับความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่าง โดยอาจจะปรับปรุงจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่เด็กและเยาวชนอาศัยอยู่
- 2) สร้างโอกาสทางการศึกษา ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ควบคู่กับความรู้ภูมิปัญญา และทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 3) สร้างงานให้กับกลุ่มเด็กและเยาวชน เพื่อให้เกิดการสร้างสรรค่นวัตกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และมีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้นวัตกรรมเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย
- 4) สร้างความหลากหลายทางวัฒนธรรมให้เกิดขึ้นในสังคม เพื่อเป็นการเปิดโอกาส และส่งเสริมให้คนในสังคมเกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์
- 5) ส่งเสริมบรรยากาศของการเปลี่ยนแปลง และความแปลกใหม่ในสังคม
- 6) ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ การฝึกอบรม และเรียนรู้จากข้อผิดพลาดของการร่วมสร้างนวัตกรรม
- 7) ส่งเสริมสนับสนุนบริษัท และองค์กรต่างๆ ที่ใช้นวัตกรรมร่วมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) รวมถึงธุรกิจสตาร์ทอัพให้เติบโตในระบบเศรษฐกิจ
- 8) ส่งเสริมและเอื้ออำนวยต่อการพัฒนานวัตกรรม โดยเฉพาะประเด็นทางด้านทรัพย์สินทางปัญญา
- 9) หาดตลาดเพื่อรองรับงานที่จะเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์นวัตกรรม พร้อมทั้งส่งเสริมการตลาดทั้งภายในและภายนอกประเทศ
- 10) เผยแพร่ช่องทางการประชาสัมพันธ์นวัตกรรมผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ผลิตสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ และสร้างฐานข้อมูลเชื่อมโยงด้านทุนทางปัญญา องค์กรความรู้ ที่ภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปวิเคราะห์ต่อได้

*อ้างอิงจากแนวคิดของ John Howkin นักวิเคราะห์ด้านเศรษฐศาสตร์สร้างสรรค์ นวัตกรรมและลิขสิทธิ์ี่แนวหน้าของโลก ที่บรรยายในงาน *Thailand International Creative Economy Forum: Globalization-local move and global success*. กระทรวงพาณิชย์, นนทบุรี (2553).

**ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ไม่เพียงแต่ช่วยทำให้การถ่ายทอดสดข่าวสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว และสารสนเทศมีความสมบูรณ์มากขึ้น แต่ยังเปลี่ยนพื้นฐานในการสื่อสารของผู้คน ถ่ายทอดการคิด แบบแผนในการดำรงชีวิต ไปปะทะระบบคุณค่าและบรรทัดฐานทางจริยธรรมเพิ่มขึ้น

10. บทสรุป

โลกในศตวรรษที่ 21 มีความเปลี่ยนแปลงทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะทางด้านเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีและการเมือง ความรู้ต่างๆ จำนวนมากวิ่งเข้าหาตัวเราอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว เศรษฐกิจยุคปัจจุบันนี้ นวัตกรรมถือเป็นกุญแจหลักของ เศรษฐกิจไม่ว่าอยู่ในรูปแบบสินค้า กระบวนการ ระบบงานและการตลาด ประเทศไทยเองมีประชาชนที่มีทักษะ ความสามารถ และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งสะสมฐานคิด เพื่อต่อยอด สิ่งเหล่านี้เหมาะสมอย่างมากกับการสร้างสรรค์นวัตกรรม ผู้เขียนเห็นว่า นวัตกรรมที่มีในประเทศมีฐานการคิดจาก วัฒนธรรมไทย และการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ให้เป็นแบบ “ไทยๆ” แต่สิ่งที่ควรเพิ่มนั้น ต้อง เน้นการสร้างเวที (Platform) สำหรับผู้คนสร้างนวัตกรรมที่แตกต่าง สร้างเรื่องราวที่มีวัฒนธรรมไทยเป็นฐาน เพิ่ม เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไป รวมทั้งการพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและเทคนิคต่างๆ ด้วย ซึ่งส่งผลให้ ผู้คนและวัฒนธรรมไทยให้เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสร้างความได้เปรียบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในไทย

ทั้งนี้ ผู้เขียนเสนอแนวทางนวัตกรรมและวัฒนธรรมไทย ที่มาจากการวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 6 ประการด้วยกัน ได้แก่ทุนทางปัญญาหรือองค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะการออกแบบในการเพิ่มมูลค่า เทคโนโลยี ดิจิทัล การสร้างบรรยากาศให้เกิดนวัตกรรม และบทบาทของภาครัฐในการพัฒนานวัตกรรม ทั้งนี้แนวทางดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่าด้วยความทันสมัยที่ขับเคลื่อนปัจจุบันซึ่งยุคโลกาภิวัตน์ ไม่ว่าจะเทคโนโลยีดิจิทัล แนวโน้มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งหมดอยู่บนพื้นฐานของสองด้าน คือ “ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม” ทั้งสองประการนั้นเมื่อบูรณาการกับการ จัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การสร้างสรรค่นวัตกรรมในบริบทของประเทศไทย ซึ่งทุก ภาคส่วนไม่ว่าภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนวัตกรรมที่มีฐานมาจาก วัฒนธรรมไทย

11. ผู้เขียน

ชัชภรณ์ ศรีเมือง สังกัดคณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ผู้เขียนมีความสนใจในการศึกษาค้นคว้าวิจัยบทวิเคราะห์นวัตกรรมกับวัฒนธรรมไทยในศตวรรษที่ 21: การสร้างนวัตกรรม ทุนทางวัฒนธรรมและ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

12. เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิงภาษาไทย

กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพ. (2560). *พิมพ์เขียว Thailand 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่นคง และยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: กองบริหารงานวิจัยและประกันคุณภาพ.

ชัชพรพล เพ็ญโฉม. (2554). *นวัตกรรมคือการออกแบบที่เปลี่ยนวิถีชีวิตของมนุษย์*. ใน TCDC. Creative Space

Workshop: “นวัตกรรม” จาก “วัฒนธรรม” วิธีการออกแบบขับเคลื่อนโลก โดย นิตยสาร I-Design เป็นส่วน หนึ่งของงานการประชุมทางความคิดประจำปี Creative Unfiled, Bangkok, 2011. สืบค้นจาก

<http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/16517/>.

ชนินทร เพ็ญสุตร. (มกราคม-มิถุนายน 2560). ประเทศไทย 4.0 บริบททางเศรษฐกิจและการเมือง. *วารสารรัฐศาสตร์ และรัฐประศาสนศาสตร์* 8(1), 89-91

นินิ เอียวศรีวงศ์ และสุจิตต์ วงศ์เทศ (2559). *เพื่อความเป็นไทย ต้องอยู่รังภัยของนานาชาติ*. มิตรชน (กรุงเทพฯ: บริษัท มิตรชน).

พิริยะ พลพิรุฬห์. (มกราคม 2556).เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. *วารสารเศรษฐศาสตร์ปริทัศน์ สถาบันบัณฑิตพัฒนพัฒนศาสตร์* 7(1),1-69

สุดปฐพี เวียงสี. *วัฒนธรรม 4.0 เปลี่ยนคุณค่าให้เป็นมูลค่า*. [เว็บไซต์]. สืบค้นจาก<http://www.sudpatapee.com/index.php/2014-08-15-15-18-27/item/199-4-0>

เอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ

Bourdieu, P. (1986). The form of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). Westport, CT: Greenwood.

Kwon, J., Kim, D., & Koh, C. (2016). *A comparative study of national culture and innovation: Effects of cultural dimensions on traditional innovation and online innovation*. Paper presented at the System Sciences (HICSS), 2016 49th Hawaii International Conference, Koloa, Hawaii, USA, 3615-3624.

Thailand's Ministry of Commerce, World Intellectual Property Organization, United Nations Development Programme, & United Nations Conference on Trade and Development. (2010). *Thailand International Creative Economy Forum: Globalization-local move and global success*. Nonthaburi: Ministry of Commerce.