สรุปผลการเสวนา

หัวข้อ Platform Economy: Creative Industries

ภายในงาน Russian-Thai Investment Forum 2026

1. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และความร่วมมือไทย–รัสเซีย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ศิลปิน ผู้ผลิตคอนเทนต์ สถาบันการศึกษา และภาครัฐ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล อนิเมชัน เกม ดนตรี และแฟชั่น ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายตลาดต่างประเทศผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลและการร่วมมือระหว่างประเทศ

สำหรับความร่วมมือไทย–รัสเซีย มีโอกาสต่อยอดใน 4 ด้าน ได้แก่ การนำวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของทั้งสองประเทศมาสร้างสรรค์เป็นผลงานที่เข้าถึงตลาดต่างชาติ การใช้ศักยภาพของบุคลากรไทยที่มีประสบการณ์ระดับสากล การร่วมลงทุนผลิตเพื่อลดต้นทุนและแบ่งปันความเสี่ยง และการขยายฐานผู้ชมผ่านการร่วมผลิตและจัดจำหน่ายผลงานระหว่างกัน

2. การพัฒนาแบรนด์และการสร้างรายได้จากสื่อสร้างสรรค์

การพัฒนาแบรนด์สามารถต่อยอดจากกิจกรรมเพื่อสังคมและกีฬาไปสู่ธุรกิจเชิงพาณิชย์ได้ ดังเช่นกรณีศึกษาแบรนด์ Red Machine ซึ่งเริ่มต้นจากการส่งเสริมกีฬาฮอกกี้เยาวชน โดยเปิดโอกาสให้เด็กเข้าฝึกซ้อมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ก่อนขยายรูปแบบการสร้างรายได้ผ่านการผลิตสื่อออนไลน์ อนิเมชัน การใช้ AI และการให้สิทธิ์ใช้แบรนด์กับสินค้า เช่น เครื่องดื่ม เสื้อผ้ากีฬา และผลิตภัณฑ์ด้านโภชนาการ

นอกจากนี้ ยังมีโอกาสขยายกิจกรรมด้านกีฬาในประเทศไทย ทั้งการพัฒนาสนามฮอกกี้ คาเฟ่ และสินค้ากีฬา ตลอดจนความร่วมมือกับผู้ประกอบการไทยด้านอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในการต่อยอดคอนเทนต์และแบรนด์ไปสู่ธุรกิจที่หลากหลาย

3. ศักยภาพและโอกาสของอุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทย

อุตสาหกรรมดิจิทัลคอนเทนต์ไทยมีมูลค่ารวมประมาณ 53,000 ล้านบาท โดยตลาดเกมมีสัดส่วนประมาณ 70% ขณะที่อุตสาหกรรมอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกมีมูลค่าประมาณ 3,400 ล้านบาท และมีประสบการณ์รับจ้างผลิตผลงานให้ตลาดต่างประเทศ เช่น ฮอลลีวูด ญี่ปุ่น และยุโรปมาอย่างต่อเนื่อง

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการประมาณ 277 บริษัท เติบโตเฉลี่ย 10% ในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา โดยตลาดคาแรคเตอร์และ Art Toys เป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มเติบโตสูง และได้รับความสนใจจากบริษัทต่างประเทศ เช่น Pop Mart

ด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรม มีการจัดงาน Bangkok International Digital Content Festival (BIDC) เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการและพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่ รวมถึง Thailand Content Market (TCM) ซึ่งดึงดูดผู้ซื้อต่างชาติกว่า 350 ราย นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือระหว่างสมาคมผู้ประกอบการอนิเมชันและคอมพิวเตอร์กราฟิกไทย (TACGA) กับ Russian Animation Association (RAA) ผ่านการลงนาม MOU เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและสร้างโอกาสทางธุรกิจระหว่างอุตสาหกรรมอนิเมชันของทั้งสองประเทศ

4. การต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมและความร่วมมือด้านดนตรี

มรดกทางวัฒนธรรมสามารถนำมาต่อยอดเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้ได้ โดยการปรับใช้สถานที่ทางประวัติศาสตร์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและพื้นที่จัดกิจกรรม เช่น Duma Tower ในเมืองเซนต์ปีเตอร์สเบิร์ก ซึ่งได้รับการพัฒนาเป็นจุดชมวิวและพื้นที่จัดกิจกรรม ส่งผลให้จำนวนผู้เข้าชมเพิ่มขึ้นจาก 20,000 คนในปี 2023 เป็น 184,000 คนในปี 2025 และตั้งเป้าหมาย 200,000 คนในปี 2026

สำหรับความร่วมมือกับไทย มีโอกาสในด้านการบันทึกเสียงดนตรีออร์เคสตราสำหรับภาพยนตร์ เกม และอนิเมชัน รวมถึงโครงการ Composer-in-Residence เพื่อเปิดโอกาสให้คีตกวีไทยสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับวงออร์เคสตรารัสเซีย ตลอดจนการจัดนิทรรศการและกิจกรรมทางวัฒนธรรมร่วมกัน

5. การพัฒนาบุคลากรและความร่วมมือด้านการศึกษา

การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จำเป็นต้องปรับรูปแบบการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของภาคธุรกิจ โดยเน้นการเรียนรู้จากโจทย์จริง การมีส่วนร่วมของผู้เชี่ยวชาญภาคเอกชนในการพัฒนาหลักสูตร และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่

ตัวอย่างแนวทาง ได้แก่ การเรียนรู้ผ่านโครงการจริง (Project-Based Learning) และการพัฒนาแพลตฟอร์ม H.space เพื่อรวบรวมผลงานนักศึกษาให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถเข้าถึงได้ ขณะที่ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยกับบริษัทชั้นนำ เช่น Sber และ Wildberries มุ่งพัฒนาหลักสูตรด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI, AR และ VR ในการเรียนการสอน

สำหรับความร่วมมือไทย–รัสเซีย ควรเริ่มจากกิจกรรมที่สามารถดำเนินการได้จริง เช่น การจัดประกวดผลงานสร้างสรรค์ร่วมกัน และค่ายฤดูร้อนหรือฤดูหนาว เพื่อสร้างเครือข่ายระหว่างนักศึกษาและบุคลากรของทั้งสองประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องรอการพัฒนาหลักสูตรร่วมในระยะยาว

6. บทบาทของ AI และแนวทางต่อยอดความร่วมมือ

AI เป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตคอนเทนต์และสร้างโอกาสใหม่ให้แก่อุตสาหกรรม มากกว่าจะเข้ามาทดแทนบุคลากร อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการและสตูดิโอขนาดเล็กจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการและการผลิต (Producer Skills) ควบคู่กัน เพื่อให้สามารถเปลี่ยนแนวคิดสร้างสรรค์ให้เป็นผลงานที่ตอบโจทย์ตลาดและสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม