

การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษา  
การประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์



ต่อสกุล พันธุ์พัฒน์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
พฤศจิกายน 2557

การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษา การ  
ประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ต่อศกุล พันธุ์พัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อสารศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พฤศจิกายน 2557

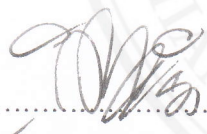
การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษา  
การประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

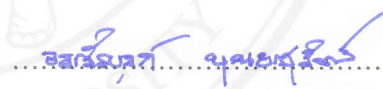
ต่อสกุล พันธุ์พิพัฒน์


วิทยานิพนธ์นี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา

  
..... ประธานกรรมการ  
(อาจารย์ ดร. ทศนัย เศรษฐสุวาน)

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรดิญจก์ บุญยสุรัตน์)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรดิญจก์ บุญยสุรัตน์)

  
..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ วันชัย เพ็ญมแดง)

10 พฤศจิกายน 2557

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ในการวิจัย จาก รศ.ดร.วรลัญจก์ บุญยสุรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ ดร.ทัศนัย เศรษฐเสรี ประธานกรรมการ รศ.วันชัย เพ็ญแดง กรรมการ ผู้วิจัย ขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณ อาจารย์อุทิศ อติมานะ อาจารย์ผู้ซึ่งร้อยอดทนความคิด ความเชื่อเดิม รวมทั้งช่วย สร้างและปลูกฝัง แนวคิด วิชิตคิด ความรู้ และเปิดมุมมองใหม่ทางด้านวิชาการ ซึ่งเป็นเครื่องมือ สำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยมีวิธิตคิดและมุมมองใหม่ ทำให้ผู้วิจัยมีความเข้าใจ มองเห็นถึงโครงสร้าง และ ความสัมพันธ์ของสังคมที่ซับซ้อน โดยมองเห็นถึงความหลากหลาย อำนาจ และการต่อรอง รวมทั้ง ให้คำแนะนำในด้านวิชาการและการค้นคว้า ให้ยืมหนังสือ และเอกสารอ้างอิง พร้อมทั้งคำแนะนำ ข้อเสนอแนะ แก้ไขปัญหาอุปสรรคทั้งระหว่าง การเรียนและการแสดงผลงาน และอีกหนึ่งสิ่ง สำคัญคือ ทำให้ผู้วิจัยตระหนักว่าสิ่งที่กำลังทำ การศึกษาวิจัยนั้นก่อให้เกิดประโยชน์สาธารณะ หรือไม่ และขอขอบคุณ อาจารย์โฆษิต จันทรทิพย์ สำหรับความรู้ คำแนะนำ ทั้งในระหว่าง การเรียนและการแสดงผลงาน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลสำคัญทุกท่านที่กรุณาให้ข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูล เชิงลึกที่เป็นประโยชน์สาธารณะ สามารถนำมาสู่การวิเคราะห์ สังเคราะห์และประมวล เป็น วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ซึ่งน่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการกับสังคมต่อไป

รวมทั้งขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ และอีกหลายคนที่ยังช่วยแนะนำ และแลกเปลี่ยนความคิด ในประเด็น วิจัยและช่วยเหลือในการติดตั้งผลงาน ฟัชนาพงษ์ พรหมดี, พิธิคม มุกดาประกร ขอขอบคุณ ภาคภูมิ อินปัน และภัทรานิชฐ์ ทิพย์สุมาลัย ที่คอยช่วยเหลือและสนับสนุนมาโดยตลอด

ท้ายที่สุดนี้ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดา-มารดา พี่ชายและน้องชาย ที่คอยเป็นกำลังใจ ที่สำคัญและ สนับสนุนกำลังทรัพย์ในการศึกษาตลอดมา อาจารย์เพ็ญพิชญา มุสาเนน อาจารย์ประจำคณะ มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ที่คอยช่วยเหลือและให้คำแนะนำในการศึกษา และขอขอบคุณ

พรพรรณ โอสถเจริญผล อีกหนึ่งกำลังใจที่สำคัญคอยเป็นกำลังให้คุณและช่วยเหลือ ผู้วิจัยในทุกๆ  
ทางมาโดยตลอด หากงานวิจัยฉบับนี้มีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับข้อผิดพลาดและ  
ขออภัยมา ณ ที่นี้

ต่อสกุล พันธุ์พิพัฒน์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
ผู้เขียน	นายต่อสกุล พันธุ์พัฒน์
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศิลปปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	รศ.ดร. วรลักษณ์ บุญสุรัตน์

### บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์เรื่อง การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศ 2) เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 3) เพื่อสังเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้การพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แนวคิดชุมชน สร้างสรรค์ แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ แนวคิดการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กระบวนการสูญเสียคุณลักษณะอินเด็กซ์ซีคอลลิตีในภาพถ่ายเกิดขึ้นในสองระดับการให้ความหมายและการสูญเสียคุณลักษณะอินเด็กซ์ซีคอลลิตีเมื่อภาพถ่ายมีปฏิสัมพันธ์กับสังคม ผู้วิจัยสรุปกระบวนการสูญเสียได้เป็นสองระดับดังนี้

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม คือ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ นักวิชาการหรือนักวิจัย และผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในจังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ มี 3 ประเด็นคือ 1) การจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) การวิจัยและพัฒนา 3) การพัฒนาและสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

และโครงสร้างประเด็นการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์มี 5 ประเด็นคือ 1) ระบบการจัดการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 2) การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 4) การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 5) การพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผลการวิจัยเชิงประมาณ พบว่า การรับรู้ข่าวสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19) ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.83) ด้านการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.52) แนวทางการพัฒนาที่ประชาชนต้องการเป็นอันดับแรก คือควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากร มนุษย์ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ นำมาบูรณาการและสังเคราะห์ได้แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 5 ด้าน 1) ระบบการจัดการที่เหมาะสม 2) การวิจัยและพัฒนา 3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม 4) แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน 5) การสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

<b>Thesis Title</b>	Analysis of Thailand's Creative Economy Policy: A Case Study of Applying to Chiang Mai Creative City Development
<b>Author</b>	Mr. Torsakul Punnipatt
<b>Degree</b>	Master of Arts (Media Arts and Design)
<b>Advisor</b>	Associate Professor Dr. Woralun Boonyasurat

## **ABSTRACT**

This thesis entitled “Analysis of Thailand’s Creative Economy Policy : A Case Study of Applying Chiang Mai Creative City Development” aim to 1) Examine into propulsion of policy in concept of Thailand Creative Economy. 2) To study the situational development of Chaingmai Creative City. 3) To synthesize the utilization in the expansion of Thailand Creative Economy and Chaingmai Creative City based on a framework of Creative Economy, Cultural Industry, Creative Class, Creative City, and Chaing Mai Creative City.

This thesis employed a qualitative research methodology through in-depth interview of ten people from three group stakeholders, being: executives or officers who concerned to Chaing Mai creative city, specialist or researcher and entrepreneur, and a quantitative research methodology through a survey using questionnaire distributed to sample group of people in Chaing Mai.

The result from the qualitative study showed that the structure of propulsion of policy in concept of Thailand Creative Economy consists of three issues, being: (1) creative policy management, (2) research and development, and (3) encouragement the creative economy.

And the utilization of Thailand Creative Economy structure to Chaing Mai creative city Development consists of five issues, being: (1) Chaing Mai creative city management system,



(2) Chaing Mai creative city research and development, (3) Cooperation and contribution to Chaing Mai creative city, (4) Communication of Chaing Mai creative city, and (5) Chaing Mai creative city Development and support.

The quantitative research found that the perception from information of Policy of Creative Economy and Chaing Mai creative city development is at the low level (mean of 2.19), understanding about the policy of creative economy and Chaing Mai creative city development is at the middle level (mean 2.83), while the contribution to Chaing Mai creative city is also at the low level (mean of 2.52). The first development approach from general public is support in human resource management in order to essentially continue in development of Chaing Mai (mean of 4.41).

The result from qualitative and quantitative research can be integrated and synthesized into 5 dimensions of a policy of Thailand Creative Economy with ChaingMai creative city development, being: (1) appropriate management system, (2) research and development, (3) cooperation and contribution, (4) sustainable development, and (5) communication of creative economy and creative city.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	จ
ABSTRACT	ช
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ฅ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	7
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	7
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.6 นิยามศัพท์	8
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>10</b>
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	11
2.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย	25
2.3 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์	36
2.4 แนวคิดการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	41
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	46
<b>บทที่ 3 วิธีการวิจัย</b>	<b>50</b>
3.1 รูปแบบการวิจัย	50
3.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ	50
3.3 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ	52
3.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	59

<b>บทที่ 4</b>	<b>ผลการวิเคราะห์ข้อมูล</b>	<b>60</b>
	4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	60
	4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ	94
<b>บทที่ 5</b>	<b>สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ</b>	<b>106</b>
	5.1 สรุปผลการศึกษา	106
	5.2 อภิปรายผลการศึกษา	113
	5.3 ข้อเสนอแนะ	127
บรรณานุกรม		129
ภาคผนวก		132
ประวัติผู้เขียน		162



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 จุดอ่อนและและจุดแข็งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ	29
ตารางที่ 3.1 พื้นที่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่	53
ตารางที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ	54
ตารางที่ 3.3 แสดงแนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การวิจัย	57
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	94
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จากสื่อ	96
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยจำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	97
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	99
ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูล	101
ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	102
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	103

## สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1	ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน	13
ภาพที่ 2.2	องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	14
ภาพที่ 2.3	5Cs: Outcome of Creativity + 4 Capitals	15
ภาพที่ 2.4	ข้อมูลแนวโน้มมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย	26
ภาพที่ 2.5	อันดับการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์ทั่วโลกในปี 1996 และ 2005	27
ภาพที่ 2.6	อันดับการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์ทั่วโลกในปี 2002 และ 2008	27
ภาพที่ 2.7	สูตรของเชียงใหม่ในการพัฒนาเมืองเป็นเมืองสร้างสรรค์	42
ภาพที่ 2.8	การผสมผสานและร่วมในแบบของเชียงใหม่	43
ภาพที่ 4.1	โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	53
ภาพที่ 4.2	แสดงอันดับประเทศค่าเฉลี่ยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา	68
ภาพที่ 4.3	โครงสร้างประเด็นสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	75
ภาพที่ 5.1	โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	107
ภาพที่ 5.2	โครงสร้างประเด็นการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	109
ภาพที่ 5.3	แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	113

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความซับซ้อนของบริบทโลกาภิวัตน์และกระแสทุนนิยม ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลากหลายมิติทั้งต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมรวมถึงแบบแผนการดำเนินชีวิต ในระดับปัจเจก มิติของเวลาที่เร่งเร็วขึ้น ขณะเดียวกันมิติของพื้นที่ถูกทำให้หดแคบลงไปพร้อมกัน เนื่องจากการปฏิวัติเทคโนโลยีและการสื่อสาร ส่งผลให้สิ่งต่างๆ ที่เคยแบนราบเกิดความ สลับซับซ้อนและหลากหลายยิ่งขึ้น สิ่งหนึ่งที่เราเห็นได้ชัดในภาคเศรษฐกิจเกิดวิกฤตการณ์ ทางเศรษฐกิจและการเงินในภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงกับหลายต่อหลาย ประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ วิกฤตเศรษฐกิจยุโรปตั้งแต่ปี พ.ศ. 2552 ยังคงส่งผลกระทบสืบเนื่อง มาถึงปัจจุบัน ถึงแม้ประเทศไทยจะไม่ใช่ประเทศที่ได้รับผลกระทบโดยตรง แต่ไม่อาจปฏิเสธได้ว่า จะไม่ได้รับผลใดจากวิกฤตการณ์ ในครั้งนั้น เนื่องจากประเทศไทยพึ่งพิงรายได้หลักจากการส่งออก จึงได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเปลี่ยนแปลงของค่าเงินซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความเสี่ยงและยากที่จะ ควบคุม อีกหนึ่งวิกฤตการณ์ที่สำคัญและได้สร้างผลกระทบต่อประเทศไทยโดยตรงคือ วิกฤตการณ์ทางการเงินของเอเชียในปี พ.ศ. 2540 หรือที่เรียกทั่วไปในประเทศไทยว่า “วิกฤตต้มยำกุ้ง” ทฤษฎีการพัฒนากระแสหลักก็ถูกท้าทายอีกครั้ง แม้ว่าหลายครั้งการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวคิดแบบตะวันตกจะล้มแล้วล้มอีก แต่ยังคงฟื้นขึ้นด้วยการไม่ออกจากกระบวนทัศน์เดิมที่มุ่งเน้น การพัฒนาเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียว แม้กระทั่งในปี พ.ศ. 2540 .เอง ก็ยังมีความพยายามที่จะ ฟื้นฟูเศรษฐกิจด้วยระบบเดิมเงินเข้าไปหมุนเวียนในระบบตลาดของ การกระทำครั้งนี้แต่ IMF กลับเป็นคำตอบของความล้มเหลวในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ ของผู้ครอบครองอำนาจในสังคม (ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ, 2547)

ยุคเริ่มแรกของการพัฒนาในประเทศไทยตั้งแต่ยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ประเทศไทยได้เริ่มมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นครั้งแรก โดยรับแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมจากประเทศสหรัฐอเมริกาและธนาคารโลก กล่าวคือ ในยุคเริ่มแรกของการพัฒนานั้น

การพัฒนาหมายถึง การทำให้ทันสมัยอย่างสังคมตะวันตก ผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรม และการพัฒนาเมือง หรือที่เรียกขานในแวดวงการศึกษาการพัฒนาในยุคนั้นว่า “ทฤษฎีการทำให้ทันสมัย” (Modernization Theory) ต่อมาคนในแวดวงการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักวิชาการและปัญญาชน เริ่มค้นพบว่าการพัฒนาเพื่อให้ทันสมัยอย่างสังคมตะวันตกนั้น นำปัญหามากมายสู่สังคมของประเทศ “โลกที่สาม” หรือ “ประเทศด้อยพัฒนา” ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ปัญหาสภาพแวดล้อมเป็นพิษ ปัญหาความยากจนที่เพิ่มมากขึ้นในชนบทและที่สำคัญคือ การทำให้ประเทศ “โลกที่สาม” ต้องพึ่งพิงตะวันตกในทุกด้านมากยิ่งขึ้น (ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร์, 2554)

ปัจจุบันรัฐบาลในหลายประเทศจำเป็นต้องให้ความสำคัญและทบทวนการดำเนินนโยบาย การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศรวมถึงเมืองหลักที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจของตน เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงและผลกระทบภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ ภาคการผลิตในระบบอุตสาหกรรม ที่เคยมุ่งเน้นการผลิตสินค้าครั้งละจำนวนมากๆ เพื่อขายคนจำนวนมากในตลาดมวลชน หรือที่เรียกว่า “Mass Market” นั้นไม่สามารถอยู่รอดได้ในบริบทของการแข่งขัน ในยุคปัจจุบันได้อีกต่อไป ประกอบกับการลดลงของทรัพยากรซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการผลิตของ ระบบอุตสาหกรรม มิติของพื้นที่และเวลาที่เร่งเร็วและหดแคบลงทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายของทุน อย่างอิสระและไร้ขอบเขต เส้นแบ่งพรมแดนทางกายภาพบนแผนที่นั้นเลือนลางและเหลือเป็นเพียง เส้นสมมุติเท่านั้นหรืออีกนัยหนึ่งคือ การละลายพื้นที่และเวลา (Annihilation of Space and Time) การติดต่อสื่อสารผ่านระบบดิจิทัลสร้างรูปแบบการทำธุรกิจใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา ปัจจุบัน ตลาดโลก (Global Market) ถูกหลอมหลวมของให้กลายเป็นหนึ่งเดียวด้วยบริบทโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้ประเทศและเมืองต่างๆ จำเป็นต้องแข่งขันกับทุกประเทศและเมืองอื่นๆ ทั่วโลก ในการช่วงชิงผู้บริโภค นักท่องเที่ยว นักลงทุน นักเรียน/นักศึกษา ผู้ประกอบการรวมทั้ง การเป็นเจ้าภาพในการจัดการแข่งขันกีฬาในระดับนานาชาติและกิจกรรมทางวัฒนธรรม (Anholt, 2007: 1) ดังนั้นประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างต้องค้นหา รูปแบบและวิธีการนำเสนอภาพลักษณ์ของตน ผ่านทาง อัตลักษณ์ของเมือง รูปแบบการดำเนินชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ทั้งนี้เพื่อรักษาสถานะภาพ ทางเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขัน

แนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) เป็นหนึ่งในแนวคิดการพัฒาที่ถูกพูดถึงอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาว่าเปรียบเสมือนเป็นทางออกใหม่ของแนวคิด ในการพัฒนาประเทศ และแบบแผนทางเศรษฐกิจ ในยุคของการเปลี่ยนผ่านศตวรรษในปี 2000 นิตยสาร BusinessWeek ได้ลงบทความเรื่อง “The Creative Economy” ซึ่งกล่าวถึงโฉมหน้า ของเศรษฐกิจในศตวรรษใหม่ไว้ว่า สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการทำธุรกิจในศตวรรษที่ 21 คือ “Power of Ideas” หรือ “พลังของ

ความคิด” โดยให้เหตุผลว่า นักลงทุนทั่วโลกกำลังตกอยู่ในความเสี่ยง เพราะ “เงินทุน” ที่ถืออยู่ในมือนั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่ขาดแคลนอีกต่อไป แต่สิ่งที่ขาดแคลนกลับเป็น “ความคิดดีๆ” สำหรับการลงทุน (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2551)

ในปี ค.ศ. 2001 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เริ่มเป็นที่รู้จักจากงานเขียนของจอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ที่ชื่อว่า “The Creative Economy : How People Make Money From Ideas” โดยฮาวกินส์เป็นผู้นิยามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นคนแรก ได้นิยามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์” สำหรับสาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเรียกว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) (Howkins, 2001) ฮาวกินส์ได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับความคิดสร้างสรรค์ว่า “เศรษฐกิจและความคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่สิ่งใหม่ แต่ทำอย่างไรจะเข้าใจถึงคุณลักษณะและขอบเขตของทั้งสองสิ่งและจะทำอย่างไรที่จะรวมเศรษฐกิจและความคิดสร้างสรรค์เข้าด้วยกันเพื่อสร้างคุณค่าและความมั่งคั่ง” (UNCTAD and UNDP, 2010) ปัจจุบันนานาประเทศต่างนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นหนึ่งในกระบวนการพัฒนาประเทศ ดังนั้น “ความคิดสร้างสรรค์” จึงเป็นทรัพยากรหลักสำคัญที่เข้ามาแทนที่ทรัพยากรธรรมชาติที่กำลังลดน้อยลงและเป็นตัวขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจการค้าโลก อย่างไรก็ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังคงเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลายทั้งในด้านของการนิยามความหมายและรูปแบบการนำไปประยุกต์ใช้ เนื่องจาก มีทั้งหน่วยงาน องค์กร และนักวิชาการต่างนิยามความหมายออกไปอย่างหลากหลาย รวมทั้ง ขึ้นอยู่กับการปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และรูปแบบของวิถีชีวิต ในแต่ละประเทศ

ในปี ค.ศ. 2004 การประชุมขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD ที่ชื่อว่า (UNCTAD XI: High-Level Panel on Creative Industry and Development) ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงเซเปาโร ประเทศบราซิล การประชุมครั้งนี้ได้มีการกำหนดหลักการของการวิเคราะห์และการกำหนดนโยบายซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนา ได้กำหนดไว้ 4 ประการ คือ (UNCTAD, 2004)

1. เชื่อมโยงนโยบายด้านวัฒนธรรมในระดับชาติกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีและนโยบายการส่งออกในระดับนานาชาติ
2. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อจำกัดของข้อตกลงต่างๆ ว่าสิ่งใดคืออุปสรรคที่ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่สามารถพัฒนาประเทศให้เติบโต



3. การส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Nexus) ทั้งในด้านการลงทุน เทคโนโลยี ผู้ประกอบการ และการส่งออก
4. นโยบายการพัฒนาทางด้านนวัตกรรมที่ชัดเจนเพื่อการพัฒนาและยกระดับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในปี ค.ศ. 1980 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ (Creative City) เริ่มเป็นที่รู้จักจากงานเขียนของ ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) และในปี ค.ศ. 1990 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์เริ่มเป็นที่รู้จัก และยอมรับในวงกว้างจากงานเขียนที่ชื่อว่า “The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators” โดยแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาในบริบทพื้นที่เมือง โดยเฉพาะปรัชญาของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์คือ ต้องการให้เมืองต่างๆ เห็นถึง ความสำคัญของศักยภาพทางความคิดมาเป็นอันดับแรก โดยการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้ คนเกิดความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการวางแผน ปฏิบัติการด้วยความคิดสร้างสรรค์ และสามารถใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปแก้ปัญหาต่างๆ ที่อยู่ในเมือง เช่น ปัญหาทางสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น (Landry, 2008) รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากคนที่ ย้ายที่อยู่ ที่ทำงานไม่เป็นหลักแหล่ง (Homelessness) ทั้งนี้เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนา พื้นที่เมืองไปพร้อมกัน (UNCTAD and UNDP, 2008)

ในปี ค.ศ. 2004 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ได้เริ่มก่อตั้ง “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (Creative Cities Network) โดยวัตถุประสงค์ของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์คือ ต้องการให้เกิดความร่วมมือในระดับนานาชาติของเมืองต่างๆ ทั่วโลก ในบริบทของวัฒนธรรม และการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยต้องการให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมโดยใช้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นตัวขับเคลื่อน โดยเมืองเอดินเบิร์ก ประเทศสก็อตแลนด์ ได้เป็นสมาชิกลำดับแรก ปัจจุบันเมืองต่างๆ ทั่วโลก

ปัจจุบันกว่า 60 เมืองทั่วโลกต่างเรียกตนเองว่าเป็น “เมืองสร้างสรรค์” โดยเป็นการบอกถึง ความซับซ้อนของเมือง ที่ได้ที่มีกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและสมบูรณ์ ในเอเชีย (UNCTAD and UNDP, 2010) ทางด้านปัจเจกแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ไม่ได้เกี่ยวข้องเฉพาะศิลปิน นักออกแบบ หรือกลุ่มคนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น แต่หมายรวมถึงใครก็ตาม ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะอยู่อาศัยที่ไหนก็ตามสามารถที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ตามสายงาน ของตนได้ ในบริบทเมืองทำอย่างไรที่เราจะรวมหน่วยงานต่างๆ ซึ่งมีความหลากหลายให้สามารถ ทำงานร่วมกัน

เพื่อสร้างแนวคิดหรือโครงการต่างๆ โดยความหมายของเมืองสร้างสรรค์ คือ “พื้นที่ที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการที่ครอบคลุมในทุกระดับตั้งแต่ระบบราชการ หน่วยงาน องค์กร มหาวิทยาลัย โรงเรียน และปัจเจก” ร่วมทั้งการส่งเสริมให้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในระดับสาธารณชน ปัจเจก และชุมชน เพื่อให้เกิดสิ่งทีเรียกว่า “ธนาคารความคิด” (Idea Bank) ในการสะสมศักยภาพและความเป็นไปได้ในด้านต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น กับเมือง (Landry, 2008)

สำหรับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นในโลกปัจจุบันมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการพัฒนาของประเทศไทย โดยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญและเป็นวาระแห่งชาติ จากการศึกษาเบื้องต้นพบว่า ประเทศไทยเริ่มให้ความสำคัญ กับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ในช่วงแรกยังคงขาดความชัดเจนที่เป็นรูปธรรม ปัจจุบันแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ประเทศไทยได้เน้นเป้าหมายการพัฒนา อุตสาหกรรมของประเทศไทย ให้อยู่บนแนวคิดของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีการกล่าวถึง การพัฒนาภาคการผลิตสินค้าและบริการบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยส่งเสริม การใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ การส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจ สร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาบุคลากรให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการทั้ง ในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมการศึกษาวิจัย

และพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม และการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ โดยในปี 2010 ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ (Thailand International Creative Economy Forum : TICEF) ภายใต้วหัวข้อ GlobalLOCALisation - Local Move, Global Success และในปี 2012 ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ (Thailand International Creative Economy Forum : TICEF) อีกครั้ง ภายใต้วหัวข้อ Grand to Ground : Capturing Local Value, Creating Global Impact ซึ่งถือว่าเป็นการจุดกระแส ความตื่นตัวของสังคมไทยเกี่ยวกับความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจุบันจังหวัดเชียงใหม่ได้ริเริ่มแนวคิด “เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” (Chiang Mai Creative City) ซึ่งเป็นการพัฒนาโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับบริบทพื้นที่เมืองเชียงใหม่ โดยเริ่มต้นในปี พ.ศ. 2553 และปัจจุบันอยู่ในระยะเวลาดำเนินการ เกิดจากความคิดที่จะพัฒนาและสนับสนุนเมืองเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งศูนย์กลางของอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์ และ

นวัตกรรม โดยเป็นไปวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศไทย แต่เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จะรวมถึงความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางด้าน อุตสาหกรรม เกษตรและการดูแลสุขภาพ การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เกิดจาก ความร่วมมือจาก ภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานต่างๆ ระยะเวลาการพัฒนาให้เชียงใหม่ เป็นเมืองสร้างสรรค์มีระยะเวลา 15-20 ปี วัตถุประสงค์หลักของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ซึ่งคือการสร้างสิ่งที่มีอยู่แล้ว องค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้านนา คุณภาพชีวิตและทักษะ ของชุมชน และยกระดับสิ่งที่กล่าวมาเพื่อ ทำให้เชียงใหม่เป็นที่น่าสนใจ มากยิ่งขึ้น รวมทั้งเพื่อพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นสถานที่ที่ น่าสนใจสำหรับการใช้ชีวิต การทำงาน การทำธุรกิจและการลงทุนด้วยความคิดสร้างสรรค์ การ พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสร้าง ความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่ เชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์ไม่ได้เป็นหน่วยงานของรัฐ แต่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ลักษณะการทำงานของ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จะเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มอาสาสมัคร

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่มีความหลากหลาย ทั้งการ นิยามความหมาย คำจำกัดความ และมีขอบเขตที่ค่อนข้างกว้าง รวมทั้งความหลากหลาย ของ รูปแบบวิธีในการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาในมิติต่างๆ นอกจากนั้นยังมีจุดร่วม และความเกี่ยวข้องกับ แนวคิดอื่นๆ อาทิเช่น แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry), แนวคิดชนชั้น สร้างสรรค์ (Creative Class) และแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities) เป็นต้น แนวคิดที่กล่าว ในข้างต้นมีความเกี่ยวข้องกับทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม รวมถึงรูปแบบ การดำเนิน ชีวิตประจำวัน ในมิติทางเศรษฐกิจ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” และ “อุตสาหกรรม สร้างสรรค์” ถือ ว่าเป็นองค์ประกอบและกลไกสำคัญในการผลักดันให้การพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประสบความสำเร็จ

ดังนั้นประเด็นนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย รวมถึง การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ จึงเป็นประเด็นที่มี ความสำคัญ เนื่องจากแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิด การ พัฒนาที่รับมาจากต่างประเทศ โดยพื้นฐานของตัวแนวคิดเป็นแนวคิดที่มีความหลากหลาย ทั้งการ นิยามความหมาย คำจำกัดความ ขอบเขต และความหลากหลายของรูปแบบวิธีการประยุกต์ ใช้กับ การพัฒนาในมิติต่างๆ รวมทั้งยังมีจุดร่วมกับแนวคิดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกหลากหลายแนวคิด ดังนั้น การพัฒนาโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีความเกี่ยวข้องโยงถึงการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเกิดขึ้นจากการกำหนดนโยบาย จาก ส่วนกลางซึ่งภาครัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายและทิศทางในการพัฒนา รวมทั้งหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องใน

การดำเนินนโยบายจะเป็นหน่วยงานของภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ และประเทศไทย ได้ประกาศให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นวาระแห่งชาติ ดังนั้นการศึกษานโยบายการพัฒนา ภายใต้บริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยและการประยุกต์กับการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ จะเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการทำความเข้าใจแนวคิดการพัฒนา ภายใต้บริบท แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย จะเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดแนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

## 1.2 คำถามการวิจัย

- 1.2.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเป็นอย่างไร
- 1.2.2 สถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร
- 1.2.3 การประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1.3.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ
- 1.3.2 เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 1.3.3 เพื่อสังเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้การพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

- 1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงแนวคิดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและการประยุกต์ใช้แนวคิดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 1.4.2 ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย (ก) ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Content Analysis) และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Dept Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ด้านนโยบาย 2) นักวิชาการหรือนักวิจัย และ 3) ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน

(ข) ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามปลายเปิด มี 4 ตอน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตจังหวัดเชียงใหม่

1.4.3 ขอบเขตด้านเวลา ดำเนินการวิจัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 – 2556 รวม 1 ปี

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 สามารถสังเคราะห์ได้แนวทางการพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และการประยุกต์กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

1.5.2 เพื่อเสนอข้อเสนอแนะข้อคิดเห็นในการกำหนดทิศทางนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและเมืองสร้างสรรค์ต่อไปในอนาคต

## 1.6 นิยามศัพท์

1.6.1 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง หลักการ แนวคิด และความตั้งใจชุดหนึ่ง เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและปฏิบัติของสถาบันทางสังคม หน่วยงานและประชาชนไทย เพื่อใช้เป็นอีกหนึ่งของแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ที่สัมพันธ์กับศักยภาพการแข่งขันและปัญหาภาวะเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงทางด้านทรัพยากรการผลิต รวมทั้งข้อตกลงต่างๆ ที่ร่วมลงนามกับองค์กรระดับนานาชาติที่มีความเกี่ยวข้อง

1.6.2 การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง การแยกแยะประเด็น เนื้อหาสาระ บทเรียน ประสบการณ์ที่ได้จากการดำเนินนโยบายและการปฏิบัติงาน และผลของการปฏิบัตินโยบาย รวมถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการปฏิบัติงาน ปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดที่เกี่ยวข้อง

1.6.3 การประยุกต์ใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง การประยุกต์ใช้ หลักการ แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเมืองในมิติต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยงกับพื้นฐานทางศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมความรู้ของสังคม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เทคโนโลยี นวัตกรรมและงานวิจัย หน่วยงานและโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการผลิตสินค้าและบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.6.4 อุปสรรคการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ หมายถึง การขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ การ

วิจัยและพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์รวมถึงนโยบายและการพัฒนาในบริบทที่มีความเกี่ยวข้อง ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานและประชาชนกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ การพัฒนาและสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์และการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ: กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

- 2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์
  - 2.1.1 แนวคิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนา
  - 2.1.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ
  - 2.1.3 แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
  - 2.1.4 แนวคิดชนชั้นสร้างสรรค์
- 2.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย
  - 2.2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย
  - 2.2.2 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย
    - (ก) นโยบายรัฐบาล
    - (ข) กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
    - (ค) กลไกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- 2.3 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์
  - 2.3.1 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ
  - 2.3.2 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย
- 2.4 แนวคิดการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
  - 2.4.1 นโยบายการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
  - 2.4.2 กลไกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ความหมายของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุคปัจจุบันคือ หลักการชุดหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องทั้งในระดับเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง การสร้างนโยบายคือ วิธีการพัฒนาหลักการเพื่อเป็นแนวทางกำหนดการกระทำของสังคมกลุ่มหนึ่งๆ ความเกี่ยวข้องของนโยบาย ในระดับภาครัฐถือเป็นกระบวนการทางการเมืองระดับประเทศที่มีบริบทเฉพาะ แต่่นโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของภาครัฐถือเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น การสร้างนโยบายยังต้องมีความสอดคล้องกับการสร้างนโยบายขององค์กรระดับนานาชาติ ระดับประชาสังคม องค์กรธุรกิจ ฯลฯ

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับพัฒนาในบริบทของประเทศหรือเมือง คือ การทำความเข้าใจถึงหลักของแนวคิด วิธีการนำไปใช้และวิธีประยุกต์ใช้แนวคิดให้มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ทั้งนี้เพื่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจรวมถึงการพัฒนาประเทศในมิติอื่นๆ ไปพร้อมกัน นอกจากนี้ความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้สร้าง ผู้กำหนดนโยบาย รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงแนวคิดพื้นฐานสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ ระบบทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

### 2.1.1 แนวคิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนา

ความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นความสามารถและกิจกรรมหลักของมนุษย์ ความคิดสร้างสรรค์เปรียบเสมือนเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Asset) ความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม รวมทั้งคุณค่าในด้านต่างๆ ที่ผ่านมามีความคิดสร้างสรรค์เป็นประเด็นในการศึกษาในสาขาต่างๆ อาทิเช่น จิตวิทยา, สังคมศาสตร์, วัฒนธรรมศึกษา โดยเป็นการศึกษาถึงการเกิดขึ้น ของความคิดสร้างสรรค์และกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม (Boden, Margaret A., 2004) ปัจจุบันมีการศึกษาวิจัยในประเด็นปัจจัยของความคิดสร้างสรรค์กับการเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยมองว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มของนวัตกรรมและเป็นทรัพยากรที่สำคัญของผู้ประกอบการ (Nelson and Winter, 1982)

ความคิดสร้างสรรค์ได้กลายเป็นประเด็นในการอภิปรายอย่างกว้างขวางทั้งในระดับการวิจัยเชิงวิชาการไปจนถึงการสร้างนโยบายในระดับประเทศ รวมถึงเป็นประเด็นสำคัญในระดับนานาชาติ ปัจจุบันองค์กรในระดับนานาชาติ ภาครัฐ นักสร้างนโยบาย



มีความสนใจถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเศรษฐกิจโลกว่าเพราะเหตุใด สินค้าและบริการสร้างสรรค์ได้กลายมาเป็นส่วนสำคัญของการค้าและการส่งออก ระหว่างประเทศ (Howkin, 2001) ปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับว่า เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความมั่งคั่งและเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เพิ่มอัตรา การจ้างงาน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี นวัตกรรมทางธุรกิจ รวมทั้งช่วยเพิ่ม ศักยภาพในการแข่งขันในระดับเมืองและประเทศ (Landry, 2008)

การนิยามความหมายของคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” (Creativity) มีความหลากหลาย และไม่ตายตัว โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ในทุกๆ มิติของปรากฏการณ์ในสังคม การศึกษาทางด้านจิตวิทยาความคิดสร้างสรรค์คือ ลักษณะเฉพาะหรือคุณลักษณะที่มีอยู่แต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความพยายามในการฝึกฝนของแต่ละบุคคล มีการจำแนกลักษณะการใช้ความคิดสร้างสรรค์ (UNTAD and UNPD, 2010) ดังนี้

#### ด้านศิลปะ

ความคิดสร้างสรรค์จะเกี่ยวข้องกับจินตนาการและความสามารถในการสร้างความคิดเดิมและวิธีการใหม่ของการตีความโลกที่แสดงออกในข้อความเสียงและภาพ

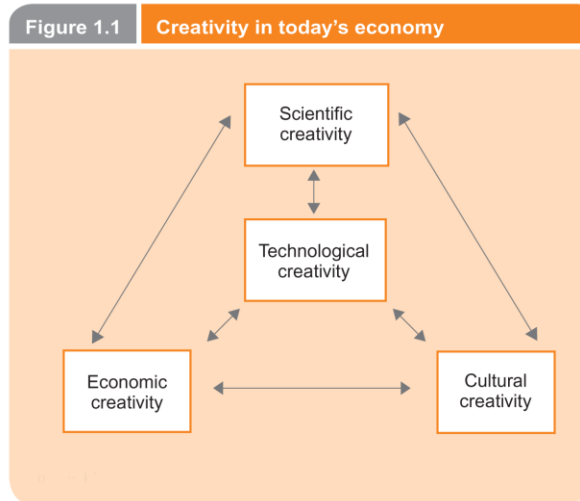
#### ด้านวิทยาศาสตร์

ความคิดสร้างสรรค์ทางวิทยาศาสตร์จะเกี่ยวข้องกับการค้นคว้าและการทดลองสิ่งใหม่ เพื่อและความเต็มใจที่จะทดสอบและให้การเชื่อมต่อใหม่ในการแก้ปัญหา

#### ด้านเศรษฐกิจ

ความคิดสร้างสรรค์มีความเชื่อมโยงกับกระบวนการสร้างสรรค์ทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจและการตลาด ฯลฯ รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับระบบเศรษฐกิจเพื่อรักษาศักยภาพการแข่งขัน

Figure 1.1 Creativity in today's economy

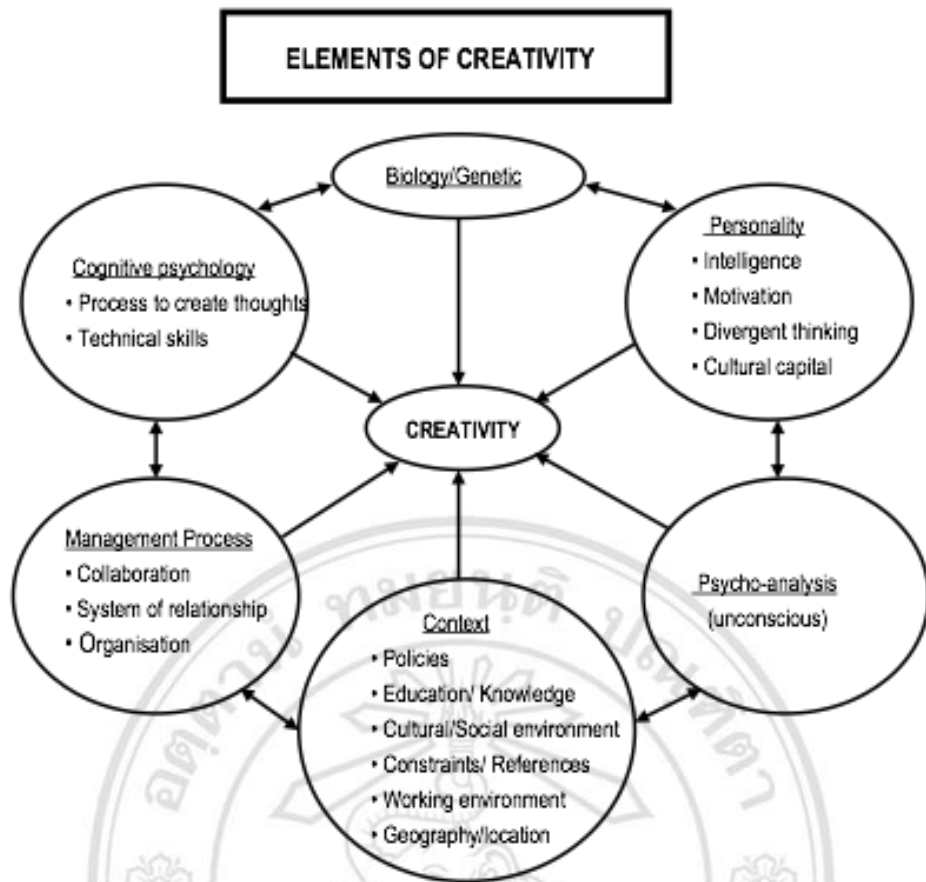


ภาพที่ 2.1 ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน

ที่มา : KEA European Affairs. (2006)

ความคิดสร้างสรรค์คือ ความสามารถ ศักยภาพของมนุษย์ที่ปรากฏอยู่ในบริบทต่างๆ เป็นความสามารถของบุคคลในการคิด จินตนาการ หรือประดิษฐ์คิดค้นสิ่งต่างๆ หากมองย้อนไปในอดีตความคิดสร้างสรรค์ถูกนำมาใช้ในการประดิษฐ์เครื่องมือเพื่อใช้ใน ชีวิตประจำวัน (Brayan William D. A. and Throsby D, 2006) ความคิดสร้างสรรค์ จะเกิดขึ้นในขณะที่มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆไม่ว่าจะเป็นกับมนุษย์หรือในบริบทของ สังคมและวัฒนธรรม (M.Csikszentmihalyi, 1996) รวมทั้งปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ สถาบัน หรือ โครงสร้างทางสังคมและประกอบรวมกันเป็นความรู้ซึ่งทรัพยากรที่มีความสำคัญใน ยุคปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 2.2 องค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

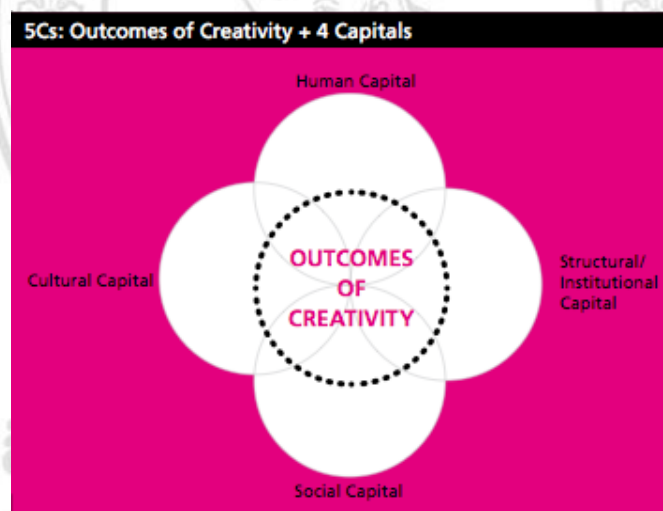
ที่มา : KEA European Affairs (2006)

โดยแท้จริงแล้วความคิดสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ในทุกบริบทของสังคมรวมทั้งแสดงออกมาในรูปแบบที่แตกต่างและหลากหลายอย่างไรก็ตามการเกิดขึ้นของความคิดสร้างสรรค์มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ

**ประการแรก** กิจกรรมสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นในบริบทสังคมที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม อาจจะเป็นการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์ในการแก้ปัญหาต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามความหมายของความคิดสร้างสรรค์มีความหลากหลายแตกต่างกันออกไปในแต่ละสังคมส่วนสำคัญที่จะสนับสนุนในความคิดสร้างสรรค์เติบโต คือ สังคม วัฒนธรรม และองค์กรต่างๆ

**ประการที่สอง** ความคิดสร้างสรรค์อาจจะไม่แปรผันตามคุณค่าเสมอไป เราจะเห็นได้ว่าความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างประโยชน์ต่อการผลิตในภาคธุรกิจหรือแม้กระทั่งในบริบทของวัฒนธรรม (Home Affairs Bureau, 2005)

ในปี 2004 งานวิจัยของรัฐบาลฮ่องกง ที่ชื่อว่า A STUDY ON CREATIVITY INDEX HOME AFFAIRS BUREAU, THE HONG KONG SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION GOVERNMENT โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงแง่มุมต่างๆ ของความคิดสร้างสรรค์ที่ปรากฏในสังคมรวมทั้งบ่งบอกถึงปัจจัยที่ทำให้ความคิดสร้างสรรค์เติบโต โดยความคิดสร้างสรรค์ถูกมองว่าเป็นกระบวนการทางสังคมและได้มีความพยายามที่จะวัดคุณค่าระดับของความคิดสร้างสรรค์จากมุมมองทางด้านเศรษฐกิจ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้เน้นเฉพาะผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจแต่จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ของความคิดสร้างสรรค์กับทุนทั้ง 4 รูปแบบคือ ทุนมนุษย์ (Human Capital), ทุนวัฒนธรรม (Cultural), ทุนสังคม (Social Capital) และทุนทางสถาบันและกายภาพ (Structural/Institutional Capital) แสดงให้เห็นถึงปัจจัยการส่งเสริมให้เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ประโยชน์ ผลกระทบ และข้อจำกัดต่างๆ โดยออกมาเป็นผลลัพธ์ของความคิดสร้างสรรค์ (Outcomes of Creativity)



ภาพที่ 2.3 5Cs: Outcome of Creativity + 4 Capitals

ที่มา : Home Affairs Bureau, 2005

สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งของการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้กับพัฒนาประเทศ คือ การทำความเข้าใจถึงหลักของแนวคิดวิธีการนำไปใช้และวิธีประยุกต์ใช้อย่างไรที่จะทำให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถนำไปพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ทั้งนี้เพื่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจรวมถึงการพัฒนาประเทศในมิติอื่นๆ ไปพร้อม กัน

นอกจากความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ผู้สร้าง ผู้กำหนดนโยบาย รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบัน ยังต้องมีความเข้าใจถึงแนวคิดพื้นฐานสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คือ ระบบทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)

### **ระบบทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)**

ประเทศที่พัฒนาแล้วโดยทั่วไปจะเป็นแหล่งกำเนิดของเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญาจำนวนมากและประเทศเหล่านั้นต้องการให้มีมาตรการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างประเทศขึ้นจึงได้ร่วมผลักดันประเด็นการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเข้ามาสู่การเจรจาการค้าระหว่างประเทศได้มีการก่อตั้งองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) ในปี ค.ศ 1995. ซึ่งทำให้ทรัพย์สินทางปัญญา เริ่มมีบทบาทมากขึ้นในการเจรจาการค้าระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิก เป็นพัฒนาการที่สำคัญ ในการเริ่มมีกำหนดกฎเกณฑ์การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในระดับโลกต่อมา โดยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในระดับโลกนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะลดการบิดเบือน และอุปสรรคที่มีต่อการค้าระหว่างประเทศและส่งเสริมให้มีการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างมีประสิทธิภาพต่อมาในภายหลังการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในองค์การการค้าโลก นี้ได้รู้จักในชื่อของ “ความตกลงว่าด้วยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาที่เกี่ยวกับการค้า” หรือเรียกสั้น ๆ ว่า “ความตกลงทริปส์” (TRIPS: Agreement of Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) โดยเป็นความตกลงนี้ได้ นำเอาหลักการสำคัญที่ปรากฏอยู่ในอนุสัญญาทรัพย์สินทางปัญญาระบบต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นรากฐานของระบบทรัพย์สินทางปัญญา คือ (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและพัฒนา, 2553)

1. อนุสัญญาปารีส (Paris Convention for the Protection of Industrial Property) เกิดขึ้น ในปี ค.ศ. 1967 ว่าด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม
2. อนุสัญญาเบิร์น (Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works) เกิดขึ้นในปี ค.ศ. 1971 ว่าด้วยการคุ้มครองงานวรรณกรรมและศิลปกรรม
3. อนุสัญญากรุงโรม (Rome Convention) เกิดขึ้นในปี ค.ศ 1980. ว่าด้วยการคุ้มครองนักแสดง ผู้ผลิตสิ่งบันทึกเสียง และองค์กรแพร่ เสียงแพร่ภาพ
4. อนุสัญญาการออกแบบวงจรรวมภายใต้อนุสัญญาว่าด้วยทรัพย์สินทางปัญญาเกี่ยวกับวงจรรวม (Treaty on Intellectual Property in Respect of Integrated Circuits) เกิดขึ้น ในปี ค.ศ.1989.

ประเภทของทรัพย์สินทางปัญญา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

(ก) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property) และ

(ข) ลิขสิทธิ์ (Copyright)

**(ก) ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรม (Industrial Property)**

ทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมเป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวกับสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งรวมถึงการประดิษฐ์คิดค้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางอุตสาหกรรมซึ่งอาจจะเป็นกระบวนการหรือเทคนิคในการผลิตที่ได้ปรับปรุงหรือคิดค้นขึ้นใหม่ หรือที่เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่เป็นองค์ประกอบและรูปร่างสวยงามของตัวผลิตภัณฑ์และทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมยังรวมถึงเครื่องหมายการค้าหรือยี่ห้อ ชื่อและถิ่นที่อยู่ทางการค้า ที่รวมถึงแหล่งกำเนิดสินค้าและการป้องกันการแข่งขันทางการค้าที่ไม่เป็นธรรม ดังนั้นทรัพย์สินทางอุตสาหกรรมสามารถแบ่งย่อยออกเป็นประเภทเฉพาะดังนี้ สิทธิบัตร (Patent), เครื่องหมายการค้า (Trademark), แบบผังภูมิวงจรรวม (Layout-Designs of Integrated Circuit), ความลับทางการค้า (Trade Secrets), ชื่อทางการค้า (Trade Name) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication) และภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น (Traditional Knowledge)

**(ข) ลิขสิทธิ์ (Copyright)**

สิทธิแต่ผู้เดียวที่กฎหมายรับรองให้ผู้สร้างสรรค์กระทำการใด ๆ เกี่ยวกับงานที่ตนได้ทำขึ้น หมายถึง งานหรือความคิดสร้างสรรค์ในสาขาวรรณกรรมศิลปกรรมดนตรีกรรม ภาพยนตร์ หรืองานอื่นใดในแผนกวรรณคดี หรือแผนกศิลปะ แผนก วิทยาศาสตร์ ลิขสิทธิ์ยังรวมสิทธิข้างเคียง (Neighboring Right) ได้แก่ สิทธิที่จะทำซ้ำ ดัดแปลง หรือนำออกโฆษณา ไม่ว่าในรูปลักษณะอย่างไรหรือวิธีใดรวมทั้งอนุญาตให้ผู้อื่นนำงานนั้น ไปทำเช่นนั้นด้วย

สรุปพบว่า แนวคิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนา คือการให้ความสำคัญ กับความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นศักยภาพที่สำคัญมนุษย์ ในฐานะที่เป็นหนึ่งในทรัพยากร การผลิตรูปแบบใหม่ที่ทดแทนทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่อย่างจำกัด ปรากฏการณ์ปัจจุบัน ความคิดสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ในทุกบริบทของสังคม ไม่ว่าจะเป็นการสร้างสินค้าและบริการ สร้างสรรค์ในทางเศรษฐกิจ การสร้างนโยบายพัฒนาในระดับนานาชาติและ ภายในประเทศ ระบบทรัพย์สินทางปัญญาคือการกำหนดระดับการคุ้มครองทรัพย์สินทาง ปัญญา เพื่อการป้องกันและปราบปรามการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาระหว่างประเทศ ปัจจุบันระบบทรัพย์สินทางปัญญามีความสำคัญในฐานะที่เป็นเป็นปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่กำหนดความสามารถในการแข่งขันและนำไปสู่การค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ

### 2.1.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

แนวคิด “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” (Creative Economy) เกิดขึ้นจากนโยบายที่ต้องการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานทางศิลปะ (Art-Related Industries) อันเกิดจากการปรับตัวครั้งใหญ่ของนโยบายเศรษฐกิจโลกช่วงทศวรรษ 1990 โดยเริ่มแนวคิดในรัฐบาลของประเทศออสเตรเลียและเกาหลีใต้ที่ริเริ่มแนวคิดนี้ในทั้งสองประเทศแต่การเลือกตั้งจึงไม่ได้มีการประกาศใช้นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เกิดเป็นรูปธรรมในอังกฤษ สมัยรัฐบาลโทนี่ แบลร์ ได้ประกาศแผนงาน “Creative Industries Task Force 1998” (CITF 1998) ขึ้นในปี ค.ศ. 1998 โดยหวังว่า จะเป็นแนวทางการสร้างเสริมศักยภาพเศรษฐกิจของประเทศอังกฤษให้กลายเป็น ประเทศชั้นนำใน “อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์” สำหรับในแผนงานนี้ นิยาม อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า “กิจกรรมอันมีที่มาจากการสร้างสรรค์ การพัฒนาทักษะและความสามารถ อันมีผลต่อการสร้างมูลค่าและการสร้างงาน รวมทั้งคำนึงถึงเรื่องทรัพย์สินทางปัญญาของผู้ที่สร้างผลงาน” ในแผนงานนี้ได้แบ่ง อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไว้ 16 ประเภท คือ โฆษณา, งานสถาปัตยกรรม, ศิลปะ, ตลาดของเก่า, หัตถกรรม, การออกแบบ, การออกแบบแฟชั่น, ภาพยนตร์, ซอฟต์แวร์บันเทิง, ดนตรี, ทิว, วิทยุ, ศิลปะการแสดง, สิ่งพิมพ์ และการออกแบบ ซอฟต์แวร์ (วิริยะ สว่างโชติ, 2552)

เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญต่อระบบการพัฒนาประเทศและการแข่งขันในระดับโลก องค์การการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนาหรือ UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ได้รายงาน ว่า กลุ่มอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ทั่วโลกมีอัตราการเจริญเติบโตในช่วงปี พ.ศ. 2543-2548 สูงถึงร้อยละ 8.7 ต่อปี โดยสามารถสร้างรายได้จากการส่งออกทั่วโลกในปี พ.ศ. 2548 ได้มากถึง 424.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งที่ปี พ.ศ. 2542 อุตสาหกรรมดังกล่าวสร้างรายได้เพียง 227.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อนึ่ง อุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ มีแนวโน้มการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว อาทิ กลุ่มสหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา แคนาดา ญี่ปุ่น และประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศจีน และฮ่องกง เป็นต้น (สิริพัฒน์ ชนะกุล, 2552)

ในอีกแง่มุมหนึ่งที่กล่าวถึงกันสำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ก็คือ นโยบายเศรษฐกิจในแบบเสรีนิยมใหม่ (Neo-Liberal Economic) โดยกระแสของเสรีนิยมใหม่ที่ว่านี้ เกิด

จากการปรับตัวของความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและทุนในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจในยุคกลาง 1970 โดยรัฐและกลุ่มทุนหันมาให้ความร่วมมือกับการสร้างมูลค่าเศรษฐกิจเทคโนโลยี วัฒนธรรม ทริพย์สินทางปัญญาของทุนนิยมแบบยุคหลังอุตสาหกรรม (Post-Industrial Age) โดยอุตสาหกรรมจะเปลี่ยนไปไม่เน้นการลงทุนในการผลิตขนาดใหญ่เน้นเทคโนโลยีไม่จำเป็นต้องมีระบบสายการผลิตไม่จ้างแรงงานจำนวนมากมูลค่าสามารถเกิดจากระบบลิขสิทธิ์สิทธิบัตรทรัพย์สินทางปัญญาซึ่งเป็นฐานของระบบเศรษฐกิจในระบบทุนนิยมเสรีนิยมใหม่ที่วันนี้ได้สร้างเงื่อนไขใหม่ของระบบเศรษฐกิจโลกด้วย ทั้งนี้เราจะเห็นว่าเริ่มตั้งแต่ยุคของเรื่องภาษีศุลกากรระหว่างประเทศ (GATT) ยุค 1990 ก่อนจะเปลี่ยนมาเป็นองค์การการค้าโลก (WTO) เราจะเห็นว่ารัฐในประเทศมหาอำนาจทุนนิยมและประเทศกำลังพัฒนา ประเทศยากจน รับผิดชอบโดยตรง เช่นในหลายประเทศต่างๆ (รวมทั้งไทย) ต้องมีการปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ เรื่องสิทธิบัตรการปกครองทรัพย์สินทางปัญญาทั้งในประเทศและการค้าระหว่าง ประเทศประเด็นที่สำคัญที่ถูกกล่าวถึงมากก็คือทรัพย์สินทางปัญญาในสินค้าอุปโภคบริโภค (ซึ่งรวมถึงสินค้าอุตสาหกรรมบันเทิง) และสิทธิบัตรยาเราจะเห็นว่าเรื่องดังกล่าว เริ่มในยุคที่รัฐต่างใช้นโยบายส่งเสริมที่รัฐและเอกชนร่วมกันจัดการระบบเศรษฐกิจ ไม่มีมือที่มองไม่เห็นแบบยุคเสรีนิยมเดิมอีกต่อไป (สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม, 2552 อ้างถึงใน วิริยะ สว่างโชติ , 2552)

ปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังคงเป็นแนวคิดที่ไม่มีนิยามที่เป็นสากลและตายตัว โดยจะขึ้นอยู่กับการนำไปใช้และการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับประเทศของตน ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกพูดถึงและนำไปใช้อย่างกว้างขวาง คำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) ปรากฏขึ้นในช่วงของการ เปลี่ยนผ่านสหัสวรรษในปี 2000 เมื่อนิตยสาร Business Week ได้ลงบทความเรื่อง “The Creative Economy” ซึ่งกล่าวถึงโฉมหน้าของเศรษฐกิจในศตวรรษใหม่ว่า สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการทำธุรกิจในศตวรรษที่ 21 คือพลังของความคิดโดยให้เหตุผล ว่า นักลงทุนทั่วโลกกำลังตกอยู่ในความเสี่ยงเพราะเงินทุนที่มีอยู่ในมือนั้น ไม่ได้เป็นสิ่งที่ขาดแคลนอีกต่อไป แต่สิ่งที่ขาดแคลนกลับเป็นความคิดดีๆ สำหรับการลงทุน (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2551)



แนวคิด“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เริ่มเป็นที่ยอมรับและถูกพูดถึงกันอย่างมากจากงานเขียนของ จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ในหนังสือชื่อ “The Creative Economy : How People Make Money From Ideas” ซึ่งให้คำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์”สาขาการผลิตที่พัฒนาไปสู่เศรษฐกิจจะเรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) หมายถึงกลุ่มกิจกรรมการผลิตที่ต้องพึ่งพาความคิดสร้างสรรค์เป็นวัตถุดิบสำคัญโดยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกนำมาใช้อย่างกว้างขวางในนานาประเทศโดยฮาวกินส์ได้พูดถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐศาสตร์ไว้ว่า ทั้งความคิดสร้างสรรค์และเศรษฐกิจต่างไม่ใช่สิ่งใหม่แต่สิ่งใหม่คือการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองสิ่งที่กล่าวข้างต้นนั่นคือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ร่วมกับแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์เพื่อสร้างมูลค่าและความมั่งคั่ง (Howkins, 2001) โดยขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของฮาวกินส์จะครอบคลุมถึง 15 อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่งรวมถึงศิลปะ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี จากการประเมินมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วโลกในปี 2000 มีมูลค่า 2.2 ล้านล้านดอลลาร์และมีอัตราเติบโต 5 เปอร์เซ็นต์ในทุกๆ ปี โดยฮาวกินส์ ได้พูดถึงลักษณะสำคัญ 2 ประการของความคิดสร้างสรรค์ คือ ประการแรก ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่สามารถพบได้ในทุกสังคมและวัฒนธรรม และประการที่สองคือความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมภายในประเทศจะเป็นส่วน สำคัญที่ช่วยส่งเสริมคุณค่าเกี่ยวกับ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม และทรัพย์สิน ทางปัญญา (UNCTAD and UNDP, 2010)

การนำเอาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศเป็นแนวทางที่หลายประเทศเริ่มให้ความสนใจ เนื่องจากให้ความสำคัญในการพัฒนาประเทศในบริบทที่ใช้ทรัพยากรเป็นต้นทุนการผลิตลดน้อยลงรวมถึงการได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศพัฒนาเริ่มลดน้อยลงจากการพัฒนาประเทศของกลุ่มประเทศที่มีการเร่งการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว หลายประเทศจึงได้เริ่มนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนา รวมทั้งได้สร้างความเจริญเติบโตให้ประเทศและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น รัฐบาลในหลายๆ ประเทศจึงได้เริ่มให้การสนับสนุนส่งเสริมและกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยมีแนวคิดของการพัฒนาทรัพย์สินทางปัญญาเป็นกรอบเชิงความคิดในการเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์มาเป็นสินค้าหรือบริการทางด้านเศรษฐกิจได้ง่ายขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการส่งเสริมความคิด

สร้างสรรค์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังเป็นตัวชี้วัดการพัฒนา และเป็น เครื่องมือในการแสดงความก้าวหน้าของการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และตัวชี้วัดความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ และตัวชี้วัดการพัฒนาประเทศอีกด้วย (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2553)

ขณะเดียวกันประเทศกำลังพัฒนาต่างก็นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้ในการพัฒนาประเทศของตน โดยใช้สิ่งที่เรียกว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) สำหรับความชัดเจนเชิงนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับประเทศกำลังพัฒนา เกิดขึ้นในประชุม UNTAD XI High-Level Panel on Creative Industry and Development โดยให้สาระสำคัญกับการวิเคราะห์ในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ 4 ประการ ดังนี้ (UNTAD, 2004)

1. ต้องมีนโยบายระดับชาติในการพัฒนาวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับการพัฒนาเทคโนโลยีและการส่งเสริมนโยบายการส่งออก
2. ต้องมีการศึกษาและการวิเคราะห์ถึงข้อตกลงต่างๆ ว่าสิ่งใดคืออุปสรรคที่ไม่สามารถใช้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศ
3. สนับสนุนและส่งเสริมส่วนเชื่อมต่อสร้างสรรค์ (Creative Nexus) เช่น การลงทุน, เทคโนโลยี, ผู้ประกอบการ และการส่งออก
4. ต้องมีความชัดเจนของนโยบายในการส่งเสริมวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ 2.1 สถานการณ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระหว่างประเทศที่พัฒนาแล้ว กับประเทศกำลังพัฒนา

ประเทศที่พัฒนาแล้ว	ประเทศกำลังพัฒนา
<p>อุตสาหกรรมที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นสินค้า/บริการที่มีมูลค่าในเวทีการค้าโลก</p> <p>มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ</p> <p>ประชาชนของรัฐบาลตระหนักถึงการมีความรู้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา</p>	<p>อยู่ระหว่างเริ่มต้นโครงการและผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ โดยสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมมีบทบาทมากกว่าสินค้าที่ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์</p> <p>มีวัฒนธรรม ทรัพยากร และวัตถุดิบ แต่ขาดซึ่งนโยบายรัฐบาลที่ชัดเจนในการปฏิบัติที่เป็นองค์รวม</p> <p>- ประชาชนยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างความรู้และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญารวมทั้งยังขาดซึ่งพลังงานขับเคลื่อน</p>

ที่มา : สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (2553, หน้า 43)

### นิยามและคำจำกัดความของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ปัจจุบันการกำหนดนิยามและคำจำกัดความของแนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หรือกลุ่มอุตสาหกรรมที่จัดเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นั้น ยังคงขึ้นมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่ได้เป็นหนึ่งเดียวกันทั้งโลก คำนิยามและคำจำกัดความต่างๆ ขึ้นอยู่กับการที่แต่ละประเทศนำมาปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของตนเองและการเลือกใช้หรือประยุกต์ใช้จากคำนิยามขององค์กรที่เกี่ยวข้องในระดับสากล โดยเฉพาะในระยะเริ่มแรกที่มีมักจะพูดถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทุนทางวัฒนธรรม เป็นหลัก ทำให้เกิดความสับสนระหว่างคำว่า “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Cultural Industry) , “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industry) และ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (Creative Economy) อยู่ไม่น้อย ซึ่งความสับสนและความไม่เข้าใจดังกล่าว ทำให้การแบ่ง

ประเภทและขอบเขตในปัจจุบันยังมีความไม่ชัดเจนและยังไม่เป็นสากล ดังนั้น ความหมายของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีความหลากหลายตามแต่ละหน่วยงาน และแต่ละประเทศให้คำนิยาม โดยคำจำกัดความที่แพร่หลายอย่างกว้างขวาง ดังนี้ องค์การ ความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development: UNCTAD) ได้ให้ความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของ การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ดังนี้“เป็นแนวความคิดการพัฒนาบนพื้นฐานของ ความคิดสร้างสรรค์ และส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และ วัฒนธรรม โดยเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ สร้างงาน และการส่งออก ตลอดจนส่งเสริมความสามัคคีกันที่เกิดขึ้นในสังคม เป็นการเชื่อมความสัมพันธ์ ระหว่างความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งพัฒนา มิติทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมที่มีเชื่อมโยงและมีปฏิสัมพันธ์กับเทคโนโลยี ทรัพย์สินทางปัญญาและการท่องเที่ยวการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้าง สรรค์นำมาพัฒนา ประเทศและเศรษฐกิจของประเทศในทุกระดับรวมถึงการกำหนด นโยบายที่ ครอบคลุมและการร่วมมือกันในการพัฒนาและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์คือหัวใจ สำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์”

องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization: WIPO) ได้ให้คำนิยามในบริบทของทรัพย์สินทางปัญญาว่า “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมซึ่ง ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมดทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ ต้องอาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีใน ขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน”

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ได้ยึดนิยามที่นำเสนอ โดยกระทรวงวัฒนธรรมสื่อและการกีฬาของสหราชอาณาจักรคือ “อุตสาหกรรมที่เกิด จากความคิดสร้างสรรค์ความชำนาญและความสามารถที่มีศักยภาพในการสร้างงาน และความมั่งคั่งโดยการผลิตและใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา”

สหราชอาณาจักร (United Kingdom) เป็นประเทศต้นแบบที่ได้รับการยอมรับให้เป็น “ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก” (WorldCreativeHub) ได้นิยามความหมายของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ดังนี้ “เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจาก

ความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล (Skills) ทักษะความชำนาญ (Individual Creativity) และความสามารถพิเศษ (Talent) ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่ง และสร้างงานให้เกิดขึ้นได้โดยที่สามารถตั้งสมและส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการ คຸ້ມກອງທຣັບພິສິນທາງປັນຍາ

จอห์น ฮาวกินส์ (John Howkins) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า “โดยให้ความสำคัญกับการมี ความคิดใหม่ๆ ที่ไม่ได้ลอกเลียนแบบจากที่ไหนมาและนำไปสู่การสร้างสรรค์ นวัตกรรมขึ้นมาได้และเมื่อมีความคิดแล้วจะต้องนำความคิดดังกล่าวมาสร้างสรรค์ เป็นผลงานได้อีกด้วย ซึ่งถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการหาวิธีในการทำงานใหม่ๆ (New Way of Working) ที่จะช่วยสร้างเอกลักษณ์ (Uniqueness) และสามารถเพิ่มมูลค่าใน ตัวสินค้าและบริการได้ ซึ่งมูลค่าที่เพิ่มขึ้นไม่อาจที่จะประเมินได้อย่างแน่นอน แม้ว่า อาจจะมีการนำเครื่องมือทางด้านทรัพย์สินทางปัญญามาใช้ในการประเมินมูลค่าก็ตาม เนื่องจากแต่ละคนจะให้คุณค่าต่อสิ่งๆ หนึ่งไม่เท่ากันจึงทำให้การประเมิน ดังกล่าวไม่เที่ยงตรงมากนัก อย่างไรก็ตามประเทศในกลุ่มยุโรปได้มีการประเมินค่า เหล่านี้โดย อ้างอิงจากราคาประมูลที่มีการซื้อขายกันในตลาด ณ ขณะนั้น”

สรุปพบว่า แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือความพยายามปรับตัวเชิงนโยบายในมิติ ทางเศรษฐกิจความคิดสร้างสรรค์กลายเป็นทรัพยากรหลักในการผลิตแทนที่ระบบหรือ ปัจจัยการผลิตเดิมสิ่งสำคัญคือวิธีการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ และความคิดสร้างสรรค์ควบคู่กันปัจจุบัน การนิยามความหมายของแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์มีความหลากหลาย โดยขึ้นอยู่กับหลักการแนวคิดของหน่วยงานหรือ ศักยภาพอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศนั้นๆ องค์ประกอบร่วมของแนวคิด เศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้การศึกษาการสร้างสรรคงานและการใช้ ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งที่สำคัญที่ จะต้องทำความเข้าใจการรับแนวคิดการนำไปใช้การประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับบริบท ของระบบเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ

## 2.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

### 2.2.1 สถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ข้อมูลบัญชีประชาชาติของสำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประเมินมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ในปี 2553 มีมูลค่า 1,116,892.25 ล้านบาท โดยมีอัตราขยายตัวโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 10.33 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

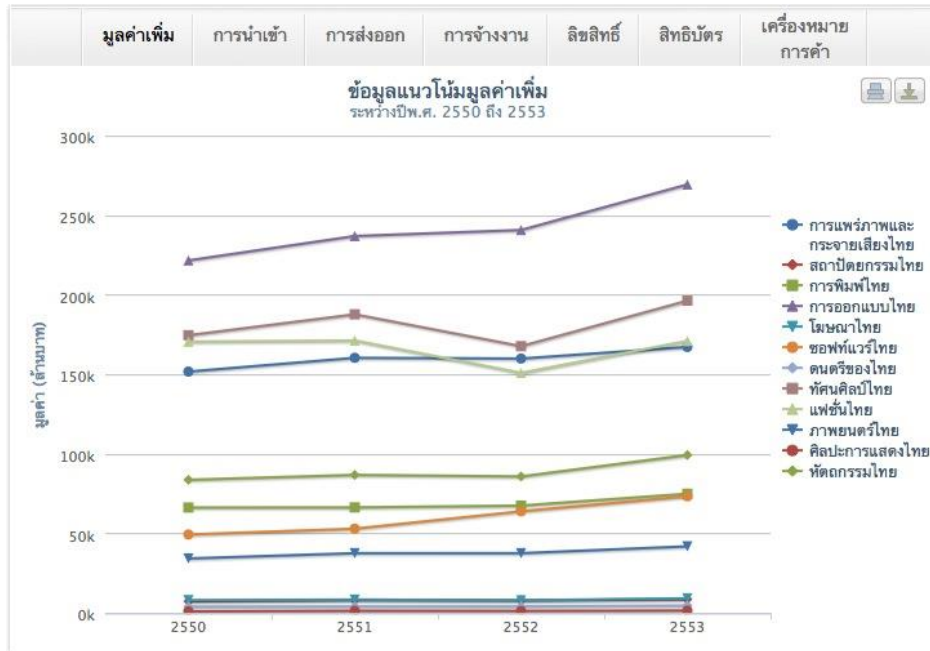
ตามที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จัดแบ่งอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Cultural Heritage)
2. กลุ่มศิลปะ (Arts)
3. กลุ่มสื่อ (Media)

4. กลุ่มงานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation) เมื่อพิจารณามูลค่าของอุตสาหกรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์ในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2553 พบว่ามีมูลค่าเพิ่ม 1,116,899.25 ล้านบาท โดยแบ่งออกตามกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มอุตสาหกรรมออกแบบไทยมีมูลค่าเพิ่มสูงสุดคือ 269,361.71 ล้านบาท อันดับสองคือกลุ่มอุตสาหกรรมทัศนศิลป์ไทยมีมูลค่าเพิ่มรองลงมาคือ 196,314.62 ล้านบาท อันดับสามคือกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่นไทยมีมูลค่าเพิ่มคือ 170,985.90 ล้านบาทและกลุ่มอุตสาหกรรมศิลปะการแสดงไทยเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าเพิ่มน้อยที่สุดคือ 1419.03 ล้านบาท

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 2.4 ข้อมูลแนวโน้มมูลค่าเพิ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของประเทศไทย ในปี ค.ศ. 2005 มีมูลค่า 4,323 ล้านดอลลาร์ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดโลกประมาณร้อยละ 1.3 จัดอยู่ในอันดับที่ 17 และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ 5.1 ในขณะที่ปี ค.ศ. 2008 มูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของประเทศไทย มีมูลค่า 5,077 ล้านดอลลาร์ ส่วนแบ่งทางการตลาดโลกประมาณร้อยละ 1.2 โดยจัดอยู่ในอันดับที่ 19 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่ 10.3

Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

Table 5.6 Creative goods: Top 20 exporters worldwide, 1996 and 2005

Rank 2005	Exporter	Value (in millions of \$)		Rank	Market share %	Growth rate %
		2005	1996	1996	2005	2000-2005
1	China	61,360	18,428	3	18.3	17.6
2	Italy	28,008	23,654	2	8.3	5.9
3	China, SAR of Hong Kong	27,677	24,391	1	8.2	0.8
4	United States	25,544	17,529	4	7.6	3.6
5	Germany	24,763	13,976	5	7.4	14.2
6	United Kingdom	19,030	12,439	6	5.7	9.8
7	France	17,706	12,369	7	5.3	8.6
8	Canada	11,377	9,312	8	3.4	1.7
9	Belgium (1)	9,343	-	-	2.8	-
10	Spain	9,138	5,988	9	2.7	8.1
11	India	8,155	2,382	16	2.4	21.1
12	Netherlands	7,250	5,235	10	2.2	9.7
13	Switzerland	6,053	4,501	11	1.8	9.1
14	Japan	5,547	3,619	12	1.7	1.8
15	Turkey	5,081	1,763	20	1.5	18.3
16	Austria	4,893	2,355	17	1.5	11.1
17	Thailand (2)	4,323	-	-	1.3	5.1
18	Mexico	4,271	2,693	15	1.3	0.5
19	Poland	4,215	1,602	21	1.3	18.2
20	Denmark	3,449	2,341	19	1.0	8.5

Source: UNCTAD.

Notes: (1) Belgium and Luxembourg reported trade figures jointly from 1996 to 2001 and separately after 2002.  
(2) Trade figures for creative goods from Thailand were available only after 1999.

ภาพที่ 2.5 อันดับการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์ทั่วโลกในปี 1996 และ 2005

ที่มา : UNTAD and UNPD, 2008

Table 5.6 Creative goods: Top 20 exporters worldwide, 2002 and 2008

Rank	Exporter	Value (in millions of \$)		Rank	Market share %	Growth rate %
		2008	2002	2002	2008	2003 - 2008
1	China	84,807	32,348	1	20.8	16.9
2	United States	35,000	18,557	3	8.6	13.3
3	Germany	34,408	15,213	6	8.5	14.7
4	China, Hong Kong SAR	33,254	23,667	2	8.2	6.3
5	Italy	27,792	16,517	4	6.8	9.7
6	United Kingdom	19,898	13,657	7	4.9	6.5
7	France	17,271	8,999	9	4.2	10.2
8	Netherlands	10,527	3,686	15	2.6	11.6
9	Switzerland	9,916	5,141	11	2.4	13.5
10	India	9,450	-	-	2.3	15.7
11	Belgium	9,220	5,387	10	2.3	6.7
12	Canada	9,215	9,327	8	2.3	-0.9
13	Japan	6,988	3,976	13	1.7	14.7
14	Austria	6,313	3,603	16	1.6	8.5
15	Spain	6,287	4,507	12	1.5	4.9
16	Turkey	5,369	2,154	23	1.3	15.0
17	Poland	5,250	1,983	24	1.3	14.9
18	Mexico	5,167	3,797	14	1.3	9.1
19	Thailand	5,077	2,899	18	1.2	10.3
20	Singapore	5,047	2,619	21	1.2	6.0

Source: UNCTAD, based on official data in UN COMTRADE database

ภาพที่ 2.6 อันดับการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์ทั่วโลกในปี 2002 และ 2008

ที่มา : UNTAD and UNPD, 2010



ในปี พ.ศ. 2553 สาขาการผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยที่มีอัตราการส่งออก เป็นอันดับ 1 ของไทยคือ สาขาการผลิตเครื่องเพชรพลอยและรูปพรรณและของที่เกี่ยวข้อง มีมูลค่าส่งออก 99,183.22 ล้านบาท อันดับ 2 คือ สาขาการผลิตกระเป๋าเดินทาง การเป่าแก้ว และสิ่งคล้ายกัน มีมูลค่าส่งออก 5,891.72 ล้านบาท และอันดับ 3 คือ สาขาการผลิตสิ่งทอสำเร็จรูป ยกเว้นเครื่องแต่งกาย มีมูลค่าส่งออก 4,594.66 ล้านบาท จะเห็นได้ว่า รายได้จากการส่งออก ของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยจะเป็นงานฝีมือ

เมื่อเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าแม้มูลค่า การส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของประเทศไทยจะมีมูลค่าเพิ่มจากเดิมที่ 4,323 ล้านดอลลาร์เป็น 5,077 ล้านดอลลาร์ แต่อันดับการส่งออกของประเทศไทยตกจากอันดับที่ 17 มาอยู่ที่อันดับที่ 19 และส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลงจากร้อยละ 1.3 มาอยู่ที่ร้อยละ 1.2 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ศักยภาพการส่งออกและการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นของการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ประเทศต่างๆ

#### **จุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศไทย**

จุดแข็งส่วนใหญ่เป็นเรื่องของความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่มี ลักษณะโดดเด่นของไทย รวมทั้งค่าครองชีพและต้นทุนที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศ ในขณะที่จุดอ่อนส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของนโยบายและการบูรณาการ โครงสร้างพื้นฐานและการวิจัยพัฒนาที่ยังไม่เพียงพอตลอดจนปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาที่ไม่สามารถ บังคับใช้กฎหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ตาราง 2.1 จุดอ่อนและจุดแข็งของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ของไทย	1. ขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องของนโยบาย การพัฒนาตลอดจนกลไกการขับเคลื่อนและประสานงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ
2. มีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่ยังคง ได้รับการสืบทอดและอยู่ในสภาพที่ดี โดยเฉพาะ มรดกโลกทางประวัติศาสตร์ ทั้ง 3 แห่งของไทย	2. ระบบข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติ และการจำแนกประเภทของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ยัง ไม่มีความชัดเจน
3. มีความประณีตละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ ผลงานที่ใช้ฝีมือจนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียง ในระดับโลก	3. ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญายังเป็นปัญหา สำคัญ โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายให้เด็ดขาด และมีประสิทธิภาพ
4. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย ทั้งทางทะเล และป่าไม้	4. การผลิตในลักษณะลอกเลียนแบบหรือผลิตตาม คำสั่งซื้อในลักษณะที่เป็น Passive มากกว่า Active ของผู้ประกอบการไทย โดยไม่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ยัง เป็นปัญหาที่ต้องได้รับการปลูกฝังและพัฒนาในระยะยาว
5. มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกัน	5. การสนับสนุนทางการเงินของสถาบันการเงินไทย ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังคงอยู่ในวงจำกัด ทั้งในเรื่องการผลิตและการวิจัยพัฒนา
6. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับการสืบทอดและ รักษาไว้ เป็นจำนวนมากและหลากหลาย	6. การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้เป็นกระบวนการ ที่ต้องใช้ระยะเวลาซึ่งประเทศไทยยังไม่มีแนวทางการถ่ายทอดและจัดเก็บอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิ ภาพ
	7. โครงสร้างพื้นฐานและศูนย์รวมอุตสาหกรรม แต่ละกลุ่มยังอยู่ในระดับที่ต้องการการพัฒนาอีกมาก
	8. ระบบมาตรฐานต่างๆ ทั้งเรื่องบริการ การผลิต สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อมยังต้องได้รับการพัฒนาและ ปรับปรุงอีกมาก

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์

งานออกแบบ 2552

สรุปพบว่า สถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ มีมูลค่าการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นทุกๆ ปีจากการสำรวจในระดับนานาชาติแต่ขณะเดียวกันอันดับการส่งออกสินค้าสร้างสรรค์ของประเทศลดลง สะท้อนให้เห็นถึงการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของโลกในปัจจุบัน ขณะที่ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีลักษณะโดดเด่นของไทย แต่่นโยบาย การบูรณาการ โครงสร้างพื้นฐาน การวิจัยพัฒนาและปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญายังคงเป็นปัญหาที่สำคัญ

## 2.2.2 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเริ่มมีการพูดถึงตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 สืบเนื่องมาถึงปัจจุบันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

### แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

#### แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-พ.ศ.2554)

การเปลี่ยนแปลงของบริบทการพัฒนาในกระแสโลกาภิวัตน์ประเทศไทยยังต้องเผชิญกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกในหลายด้านที่สำคัญ ซึ่งมีผลกระทบทั้งที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งแนวโน้มของบริบทการเปลี่ยนแปลงภายใต้บริบทโลกาภิวัตน์ คือ

(ก) การรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจและการเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินของโลก ทำให้การเคลื่อนย้ายเงินทุนสินค้าและบริการรวมทั้งคนในระหว่างประเทศมีความคล่องตัวมากขึ้น

(ข) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด

(ค) การเปลี่ยนแปลงด้านสังคมปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

(ง) การเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและจำนวนประชากรในโลกที่มากขึ้น

(จ) การเคลื่อนย้ายของคนอย่างเสรีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลให้มีการเดินทางทั้งเพื่อการท่องเที่ยวและการทำธุรกิจในที่ต่างๆ ทั่วโลกมากขึ้นรวมทั้งสังคมและเศรษฐกิจฐานความรู้

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยยังไม่ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 แต่ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้หลักแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศโดยได้กล่าวถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้มีความสมดุลและยั่งยืนซึ่งตั้งอยู่บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดสำคัญประการหนึ่งคือการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้ องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรมและวิถีชีวิตความเป็นไทย รวมทั้งการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ การปรับโครงสร้างการผลิตของประเทศเพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจากการพึ่งพิงปัจจัยการผลิตที่มีราคาถูกและใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง (Factor driven Economy) ไปสู่ระดับสูงขึ้นไปเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพและสร้าง นวัตกรรม (Efficiency-driven and Innovation-driven Economy) โดยให้ความสำคัญ กับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจังจะเป็นแนวทางหนึ่งยกระดับความ สามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของไทย เพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคม ไทยให้สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเอง โดยใช้ทุนทางสังคมและทุนทางปัญญา ในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

#### **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-พ.ศ.2559)**

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมสำหรับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเศรษฐกิจบนฐานความรู้ ซึ่งเป็นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทย รวมทั้งการพัฒนาภาคการผลิตสินค้าและบริการบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยส่งเสริมการใช้ความสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการการส่งเสริมและพัฒนาสาขาธุรกิจสร้างสรรค์ที่มี ศักยภาพการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้และพื้นที่สาธารณะ เพื่อสร้างเวทีนักคิดและนักสร้างสรรค์ พัฒนาศักยภาพให้สามารถตอบสนองความต้องการของการภาคการผลิตและบริการ ทั้งในระดับวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์และผู้ประกอบการให้มีความคิดสร้างสรรค์ส่งเสริมการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม การประยุกต์ใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อพัฒนาสินค้าสร้างสรรค์ด้วยองค์ความรู้และ นวัตกรรมสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับบริบทชุมชนท้องถิ่นและสร้างความได้เปรียบจากความหลากหลาย

เอกลักษณ์วัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยมียุทธศาสตร์และการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาคนผู้สังคมแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างยั่งยืน ยกระดับความรู้ทางวิชาการและคุณภาพแรงงาน
2. ยุทธศาสตร์ความเข้มแข็งภาคเกษตร ความมั่นคงของอาหารและพลังงาน บนฐานความรู้ที่สร้างสรรค์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของสินค้า
3. ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์

สรุปพบว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นแผนยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศ โดยช่วงเวลาการประกาศใช้นับละ 5 ปี เริ่มต้นตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 จนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 50 ปี สะท้อนให้เห็นถึงศาสตร์ การจัดการสมัยใหม่ เพื่อกำหนดทิศทางในการพัฒนาประเทศ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เริ่มมีความสำคัญและมีความชัดเจนตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ซึ่งเป็นการปรับตัวในเชิงนโยบายเพื่อรับต่อกระแสโลกาภิวัตน์ การเคลื่อนย้ายของทุน แรงงาน ผนวกกับการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้ และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ทุกภาคส่วนของประเทศไทยเริ่มต้นตัวและให้ความสำคัญนโยบาย ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ รวมถึงนโยบายต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง

#### (ก) นโยบายรัฐบาล

ความชัดเจนที่ดูเป็นรูปธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยในสมัยรัฐบาลของคณะรัฐมนตรี นายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เริ่มมีการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ชัดเจนมากขึ้นได้ระบุไว้ในคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี ต่อรัฐสภาในวันที่ 29 ธันวาคม 2551 ในหัวข้อ 4.2.3.1 ว่า“ขยายฐานบริการใน โครงสร้างการผลิตของประเทศ และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรมและเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่นธุรกิจสุขภาพอาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรม

และภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่” นอกจากนี้ ในภาค การตลาด การค้าและการลงทุน ยังได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลงทุน ยัง ได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการลงทุนในภาคเกษตร อุตสาหกรรม และ บริการที่ไทยมีศักยภาพ โดยเฉพาะสินค้าอาหารและบริการสุขภาพ อุตสาหกรรม ภาพยนตร์ สินค้าและบริการที่ใช้นวัตกรรมและภูมิปัญญา รวมทั้งมีการจัดทำแผน แม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทยสร้างมาตรฐาน ทางธุรกิจพัฒนาการ ตลาดและพัฒนาบุคลากรการกำหนดนโยบายดังกล่าว ส่งผลให้มีการใช้ศักยภาพ และการพัฒนาต่อยอดของอุตสาหกรรมและบริการสร้าง สรรค์ไทยได้มีการริเริ่ม และต่อยอดจากการดำเนินงานที่มีอยู่บ้างแล้ว ให้เป็นไปอย่างมีทิศทางและจริงจัง มากขึ้น รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อการขยาย องค์ความรู้และสร้างความหมาย “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของสำนักงานคณะกรรมการ การพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติหมายถึง “การพัฒนาเศรษฐกิจบน พื้นฐานของการสร้างและใช้องค์ ความรู้ความคิดสร้างสรรค์และทรัพย์สินทาง ปัญญาที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทาง วัฒนธรรมการส่งสมความรู้ของสังคมเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตสินค้า และบริการใหม่เพิ่มสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ”

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ . 2553 เพื่อให้การดำเนินการขับเคลื่อน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามมติคณะ รัฐมนตรี เมื่อวันที่ 15 กันยายน พ 2552 .ศ.เป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง เพื่อประโยชน์ในการ ประสานการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในการ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2553)

**(๗) กฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

แม้ว่าโดยหลักการแล้วการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต้องเน้น ที่ การจูงใจ (Attraction) และการกระตุ้น (Stimulation) มากกว่าการควบคุม (Regulation) โดยภาครัฐแต่การจูงใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์เชิงการค้า เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับ เศรษฐกิจที่ได้ผลนั้นทั้งเจ้าของงานสร้างสรรค์และผู้บริโภคจำเป็นต้องได้รับการ ค้ำจุนอย่างเป็นธรรม และผู้ละเมิดต้องได้รับการลงโทษที่เหมาะสม ดังนั้นกฎหมาย ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองอุตสาหกรรมจึงเกี่ยวข้อง กับ ทรัพย์สินทางปัญญา และการคุ้มครองผู้บริโภคเป็นส่วนใหญ่

ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิกความตกลงระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาครั้งแรกในปี พ.ศ. 2474 .ศ. โดยเข้าเป็นภาคีในอนุสัญญากรุงเบิร์นที่มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองวรรณกรรมและศิลปกรรมและยังขยายการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาในทุกประเภทตามความตกลงทริปส์ เนื่องจากไทยเป็นสมาชิกถาวรขององค์การการค้าโลกนอกเหนือจากนั้น ประเทศไทยยังเข้าเป็น ภาคีองค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization : WIPO) ในปีพ.ศ .2532 การที่ประเทศไทยเป็นภาคีสมาชิกองค์การการค้าโลกจึงมี พันธกิจที่จะต้องออกกฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาตามบทบัญญัติของความตกลงทริปส์ Related Aspects of TRIPS: Agreement of Trade Intellectual Property Rights) ประเทศไทยมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สิน ทางปัญญา ดังนี้ (สถาบันการค้าเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2553)

1. พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ.2522 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2535 และพระราชบัญญัติสิทธิบัตร (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542
2. พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ 2534 .แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2)พ.ศ 2543 .
3. พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537
4. พระราชบัญญัติคุ้มครองแบบผังภูมิของวงจรรวม พ.ศ 2543 .
5. พระราชบัญญัติความลับทางการค้า พ.ศ 2545 .
6. พระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ 2546 .
7. พระราชบัญญัติการผลิตผลิตภัณฑ์ซีดี พ.ศ 2548 .
8. พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. 2551
9. พระราชบัญญัติคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2554

**(ค) กลไกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

ประเทศไทยเริ่มต้นแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2545 โดยเป็นนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของภาครัฐบาลได้มีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) – สบร. มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) OKMD จัดตั้งขึ้น โดยพระราชกฤษฎีกา “จัดตั้งสำนักงาน บริหาร

พัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2547” มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2547 เป็นหน่วยงานกลางเพื่อทำหน้าที่ในการบริหารโครงการต่างๆ ส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพความคิดของประชาชนและเยาวชนให้เป็น “คนรุ่นใหม่” ที่พร้อมรับมือกับสถานการณ์โลกที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกำลังเกิดการแข่งขันทางด้านความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยวิสัยทัศน์ของสำนักงานพัฒนาองค์ความรู้ คือ เป็นองค์กรนำในการพัฒนาความคิดเพิ่มความรู้สร้างสรรค์ภูมิปัญญาของประชาชน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ สำหรับพันธกิจคือจัดให้มีระบบการเรียนรู้สาธารณะและการเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์ภูมิปัญญาของประชาชน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะเพื่อการพัฒนา เศรษฐกิจฐานความคิดสร้างสรรค์ในระยะเริ่มต้นของการจัดตั้งสำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ ประกอบด้วยหน่วยงานเฉพาะด้านทั้งสิ้น 7 หน่วยงาน ได้แก่

1. สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอร.)
2. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศสบ.)
3. สถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.)
4. สถาบันวิทยาการการเรียนรู้ (สวร.)
5. ศูนย์ส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษแห่งชาติ (สมพช.)
6. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ของประเทศไทย (สลชท.)
7. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)

ในปี 2550 มติคณะกรรมการบริหาร สปร. ให้มีการควบรวมหน่วยงานเฉพาะด้าน จาก 4 หน่วยงาน เฉพาะด้านเป็น 2 หน่วยงาน โดยควบรวม “ศูนย์ส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษแห่งชาติ” กับ “สถาบันวิทยาการการเรียนรู้” เป็นสถาบันส่งเสริมอัจฉริยภาพและนวัตกรรมการเรียนรู้ (สสอน.) และ “สถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ” กับ “ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ” เป็น “สถาบันการเรียนรู้และสร้างสรรค์ (สรส.)” ต่อมาในปี 2551 ยกเลิกการควบรวมศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติเป็นหน่วยงานเฉพาะด้าน 2 หน่วยงานเช่นเดิม ตามมติคณะกรรมการฯ



การปรับโครงสร้าง สบร. เป็นองค์การมหาชนแบบเดี่ยว ในปี 2553 ตามประกาศใช้พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2553 ปรับหน่วยงานเฉพาะด้านเป็นหน่วยงานภายใน นอกจากนี้ คณะกรรมการฯ มีมติขุดสถาบันส่งเสริมอัจฉริยภาพและนวัตกรรมการเรียนรู้ (สสอ.) และปรับโอนงานการส่งเสริมผู้มีความสามารถพิเศษร่วมกับภารกิจของ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้และงานการจัดการเรียนรู้ตามหลักการพัฒนาสมอง Brain-based learning ร่วมกับภารกิจของ สบร. ส่วนกลาง โครงสร้างของ สบร. ประกอบด้วย 5 หน่วยงานภายใน ได้แก่

1. สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ (สอ.)
2. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศสب.)
3. สถาบันพิพิธภัณฑการการเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.)
4. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ของประเทศไทย (สลชท.) และ
5. ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม)

### 2.3 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์

แนวคิด “เมืองสร้างสรรค์” (CreativeCity) เกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อ ปีค.ศ. 1980 เป็นคำประดิษฐ์ จากงานเขียนของ ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) ในปี ค.ศ. 1990 แนวคิด “เมืองสร้างสรรค์” เป็นที่รู้จักและยอมรับอย่างแพร่หลายในวงกว้าง และในปี ค.ศ. 2000 เกิดงานเขียนของชาร์ลส์ แลนดรี ที่ชื่อว่า The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators และ The Art of City-Making ปัจจุบันแนวคิดเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมจากเมืองต่างๆ ทั่วโลก โดยหลักการของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ คือ การพัฒนาและการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และความคิดสร้างสรรค์กับบริบทพื้นที่ เมืองโดยเฉพาะ

ในอดีตการวางแผนพัฒนาเมืองจะมีลักษณะการพัฒนาจากบนลงล่าง (TopDown) เป็นการ วางแผนพัฒนาที่มาจากส่วนกลาง รัฐบาล และผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นระบบปิด (Closed System) โดยให้ความสำคัญการสร้างระบบการขนส่งพื้นฐานของเมือง เช่น ถนน รถไฟ สนามบิน และสิ่งก่อสร้างที่เร่งรีบทวีความเข้มข้นในพื้นที่เมือง เช่น อาคารชุดพักอาศัย การเคหะ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต่างเร่งเข้าให้ทุกพื้นที่กลายเป็นสังคมเมือง การวางแผนพัฒนาเช่นนี้ สะท้อนให้เห็นถึงจุดอ่อนของการพัฒนา โดยแท้จริงการพัฒนาเมืองเป็นเรื่องสาธารณะของชุมชน ซึ่งต้องการปฏิสัมพันธ์ การมีส่วนร่วม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันคิดร่วมกันตัดสินใจ ซึ่งเป็นระบบเปิด

(OpenSystem) รวมทั้งแนวคิดการพัฒนาเมืองแต่ความเป็นจริงการพัฒนา ทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมุมมองแยกส่วนออกจากกัน

ในปี ค.ศ. 1989 งานศึกษาเมืองกลาสโกว์ ประเทศสก็อตแลนด์ ที่ชื่อว่า “The Creative City and Its Cultural Economy” แนวคิดเริ่มต้นของการศึกษารั้งนี้คือ การสร้างความชัดเจนในระบบเศรษฐกิจระบบการเมืองระบบการบริหารและในทุกๆ ภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องเพื่อสร้างนิเวศของ ความสร้างสรรค์ (Creative Ecology) ซึ่งเป็นสิ่งที่เมืองต่างๆ ทั่วโลกต้องให้ความสำคัญ สิ่งที่กำลังมาการเปลี่ยนแปลงในระดับวิถีคิดเป็นสิ่งที่สำคัญ ทำอย่างไรที่จะเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า ทำอย่างไรที่จะสร้างนวัตกรรม และสร้างคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีให้กับเมือง สิ่งที่กำลังข้างต้น เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับการพัฒนาเมืองเป็นสิ่งที่ต้องจัดลำดับการพัฒนาและให้ความสำคัญ ในการบริหารจัดการที่เป็นระบบ เพื่อผลประโยชน์ของเมืองในอนาคต

โดยพื้นฐานของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์คือ การสนับสนุนให้เกิดการเปิดกว้างทางความคิด สนับสนุนการใช้จินตนาการและการรับฟังความคิดเห็นที่แตกต่าง โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงแนวคิดในระดับวัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) ปรัชญาของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์คือ ต้องการให้เมืองต่างๆ เห็นถึงความสำคัญของศักยภาพทางความคิดมาเป็นอันดับแรก รวมทั้งมีการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อให้คนในเมืองเกิดความคิดสร้างสรรค์ มีการวางแผนและการปฏิบัติ การ ด้วยความคิดสร้างสรรค์สามารถนำประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์นั้นนำไปใช้ในการ แก้ปัญหาต่างๆ ที่มีอยู่ในเมือง เช่น ภูมิทัศน์เมือง (Visual Environment) ปัญหาทางสังคม เป็นต้น โดยสมมุติฐานของแนวคิดเชื่อว่าความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการของมนุษย์สามารถ สร้างสิ่งพิเศษ ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้แนวคิด เมืองสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงใครก็ตาม ที่มีความคิดสร้างสรรค์ต่างก็มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งสิ้น ไม่เฉพาะศิลปินหรือนักออกแบบ (Landry Charles, 2008)

สิ่งสำคัญของแนวคิดเมืองสร้างสรรค์ต้องการสนับสนุนให้เมืองต่างๆ เป็นเมืองที่มี “วัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์” (Culture of Creativity) รวมทั้งการทำอะไรให้ที่ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียภายในเมือง (Stakeholder) สามารถทำงานร่วมกัน ได้ และในขณะเดียวกัน กฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆ เป็นสิ่งสำคัญที่ต้องนำกลับมาพิจารณาใหม่อีกครั้ง เพื่อก้าวไปสู่ระบบการบริหารงานในภาครัฐที่สร้างสรรค์ (Creative Bureaucracy) เพราะการบริหารงานที่ดีของภาครัฐสามารถสร้างศักยภาพและความมั่งคั่งได้ รวมทั้งการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในทุกๆ มิติ ทั้งในระดับปัจเจก สาธารณะ และภายในชุมชน เพื่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ธนาคารความคิด” (Idea Bank) ที่จะสร้าง

โอกาส ความเป็นไปได้ รวมทั้งศักยภาพในการแก้ปัญหาต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้เมืองมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง

หลักของแนวคิดการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะต้องให้ความสำคัญศักยภาพของ “อุตสาหกรรมวัฒนธรรม” (Cultural Industry) เป็นสำคัญ เนื่องจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ ความพิเศษ และความแตกต่างของเมือง ซึ่งอาจรวมถึงบริบทของโครงการศิลปะ (Art Project) การใช้ประโยชน์จากอาคารเก่าภายในเมือง (Re-Using Old Building) แต่ทั้งนี้การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ต้องการความชัดเจนในทิศทางการพัฒนาของรัฐบาล ระบบการเมืองและเศรษฐกิจ เมืองสร้างสรรค์ต้องการระบบพื้นฐานที่รองรับความคิดสร้างสรรค์ (Creative Infrastructure) โดยเป็นการผสมผสานระหว่าง โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) เปรียบเสมือนฮาร์ดแวร์ (Hardware) ของเมืองคือ อาคาร ถนน หรือระบบจัดการของเสีย และซอฟต์แวร์ (Software) ของเมืองคือ แรงงานที่มีทักษะ นักคิด นักสร้างสรรค์จากหลากหลาย สาขา ทั้งสองสิ่งจะต้องการการบริหารจัดการ

การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์เป็นแนวคิดการพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic) เป็นการรวบรวมศักยภาพความร่วมมือขององค์กรต่างๆ ภายในเมือง ทรัพยากร ทูนิ ลินทรัพย์ และเชื่อมโยงศักยภาพต่างๆ เข้าด้วยกัน การพัฒนาจะประสบความสำเร็จจะต้องมีความเข้าใจถึงศักยภาพของสิ่งที่กล่าวมา รวมทั้งจะต้องมีวิธีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

### 2.3.1 แนวคิดเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรม แห่งสหประชาชาติ (UNESCO : Creative Cities Network)

แนวคิดเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก (UNESCO : Creative Cities Network) จุดเริ่มต้นของแนวคิดเกิดขึ้นจากการต่อยอดจากปฏิญญาความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Universal Declaration on Cultural Diversity) เมื่อปี ค.ศ. 2002 โดยเป้าหมายของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ คือการรวบรวมพันธมิตรจากภาครัฐเอกชนและประชาสังคมที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ รวมทั้งการสร้างความเป็นไปได้ใหม่ๆ ในเรื่องของการร่วมมือระหว่างประเทศ (UNESCO, 2010)

แนวคิดเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติได้เริ่มขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคมปี ค.ศ. 2004 โดยเป็นไปตามมติของคณะกรรมการบริหารลำดับที่ 170 โดยจุดมุ่งหมายหลักของแนวคิด

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ คือ ต้องการเสริมสร้างศักยภาพทางความคิดสร้างสรรค์ สังคมและเศรษฐกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม โดยเฉพาะผู้ประกอบการในพื้นที่ และเป็นไปตามเป้าหมายของยูเนสโกในเรื่องความหลากหลายทางวัฒนธรรม

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ตามนิยามขององค์การยูเนสโกหมายถึง ความร่วมมือระหว่างชุมชนและภาครัฐในการสร้างสรรค์เมืองผ่านการพัฒนาสภาพแวดล้อม โครงสร้างทางสังคมระบบโครงสร้างทางเศรษฐกิจและการนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ขนบธรรมเนียมและจารีตประเพณีของท้องถิ่นมาผสมผสาน กับ เทคโนโลยีสมัยใหม่ นำไปสู่การเป็นเมืองที่มีบรรยากาศเอื้อต่อการสร้างธุรกิจ หรือ อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (ธีระพงษ์ มาลัยทอง, 2553)

ปัจจุบันเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO Creative Cities Network) วัตถุประสงค์หลัก เพื่อให้เกิด การส่งเสริมการพัฒนาการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ส่งเสริมเศรษฐกิจ ใน พื้นที่และการพัฒนาสังคมผ่านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป้าหมายเพื่อการพัฒนา ที่ดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มย่อยของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้มีการแบ่งประเภทของเมือง สร้างสรรค์ตามลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. เมืองแห่งการออกแบบ (City of Design)
2. เมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy)
3. เมืองแห่งสื่อศิลปะ (City of Media Arts)
4. เมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film)
5. เมืองแห่งวรรณกรรม (City of Literature)
6. เมืองแห่งดนตรี (City of Music)
7. เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts)

### 2.3.2 แนวคิดเมืองสร้างสรรค์ในประเทศไทย

นโยบายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทยถูกระบุเป็นครั้งแรกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ภายใต้ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขัน ได้ด้วยการปรับโครงสร้างการค้าและการลงทุนให้สอดคล้องกับการขยายตัวทาง เศรษฐกิจของเอเชีย แอฟริกาและเศรษฐกิจภายในประเทศ ปรับโครงสร้างภาคการ บริการให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มกับสาขาบริการที่มีศักยภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่ง ครอบคลุมถึงการพัฒนารัฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์และพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์พัฒนาภาคเกษตรบนฐานการเพิ่มผลิตภาพในการผลิตและ ยกระดับการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเทคโนโลยีและกระบวนการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และพัฒนาอุตสาหกรรมที่มุ่ง การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมให้มีคุณภาพและยั่งยืน ด้วยการใช้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์สู่อุตสาหกรรม ฐานความรู้เชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมทั้งสอดคล้องกับพันธสัญญาการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล ข้อ 6 ที่มุ่งส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคและท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ภายใน พื้นที่ โดยการต่อยอดภูมิปัญญาไทยและเมืองสร้างสรรค์ยังเป็นแนวทางสำคัญภายใต้ กรอบแนวคิดในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

การพัฒนา “เมืองสร้างสรรค์” จะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมที่เอื้อให้เกิดการสร้างสรรคงานรวมทั้งต้องมีการจัดเตรียมปัจจัยพื้นฐาน ที่อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดการลงทุนและคนที่มี ความคิดสร้างสรรค์นำความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ที่ก่อให้เกิดเป็นรายได้ การขยายตัวทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเมือง การพัฒนาเมืองสร้างสรรค์จะต้องมีกระบวนการปรับปรุงองค์ประกอบของเมืองที่สำคัญได้แก่ การสร้างเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้แก่เมืองการสร้างสภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปิดกว้างให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การรวบรวมนักคิดและผู้ประกอบการสร้างสรรค์นำความคิดที่สร้างสรรค์ มาผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยี สามารถบริหาร จัดการ

ด้านธุรกิจที่ก่อให้เกิดรายได้และมีสินค้าหมุนเวียน การสร้างพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอให้เกิดสภาพแวดล้อม ที่เอื้อต่อการผลิตนักคิดและธุรกิจสร้างสรรค์ และการบริหารจัดการเมือง มีการดำเนินงานร่วมกันของภาครัฐและเอกชน โดยผสมผสานความคิดสร้างสรรค์ และประวัติศาสตร์ ให้เมืองเกิดความสมดุล (หน่วยวิจัยเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ และผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2554)

## 2.4 แนวคิดเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City หรือ CMCC) คือการริเริ่มที่จะวางรากฐานของสิ่งจำเป็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทรัพยากรมนุษย์ นโยบาย การเชื่อมโยง และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อที่จะพัฒนาและทำการตลาดของเมืองเชียงใหม่ (Location or City Marketing) ให้เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความสร้างสรรค์ และนวัตกรรม เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มีเป้าหมายที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งอุตสาหกรรมด้านไอที ซอฟต์แวร์ และกลุ่มงานดิจิทัลและออกแบบ (Digital Content, IT and Software or DCITS) และยังรวมถึง การพัฒนาเมือง สิ่งแวดล้อมและสังคม อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ไอที กลุ่มงานดิจิทัล และการออกแบบ ถือเป็นอุตสาหกรรมหลัก ที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ตลอดจนมีศักยภาพสูง ในการเพิ่มมูลค่าและดึงดูดการลงทุน อุตสาหกรรม DCITS และการออกแบบ สามารถเชื่อมโยง ไปยังภาคธุรกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว หัตถกรรม อาหาร อุตสาหกรรมเกษตร และการบริการ สุขภาพก็เป็นส่วนที่สำคัญ และสามารถถูกยกระดับด้วยการใช้การออกแบบใหม่ กระบวนการใหม่ ไอที นวัตกรรม (บนพื้นฐานของเทคโนโลยี) และความคิดสร้างสรรค์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 2.7 สูตรของเชียงใหม่ในการพัฒนาเมืองเป็นเมืองสร้างสรรค์

ที่มา : เชียงเมืองสร้างสรรค์

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นการร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น บริษัทและองค์กรของภาคเอกชน การปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรที่สำคัญของภาครัฐ และชุมชน แนวคิดริเริ่มของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศ และสร้างบนจุดแข็งของเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้ว เช่น ศูนย์การศึกษา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมล้านนา คุณภาพชีวิต ทักษะของประชากร และปรับปรุงให้ดีขึ้น เพื่อให้เชียงใหม่เป็นสถานที่ที่ดึงดูดในการเข้ามาทำธุรกิจและลงทุน ทั้งยังสร้างงานและโอกาสให้เพิ่มมากยิ่งขึ้น

แนวคิดริเริ่มเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ (Chiang Mai Creative City หรือ CMCC) สอดคล้องกับนโยบายและแผนพัฒนาระดับชาติและท้องถิ่น แต่แนวคิดนี้จะต้องถูกพัฒนาขึ้นจากระดับท้องถิ่น โดยนอกจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์แล้ว แนวคิดนี้ยังรวมไปถึงการนำความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมมาเสริมกับอุตสาหกรรมเกษตรและการท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาชุมชน



ภาพที่ 2.8 การผสมผสานและร่วมในแบบของเชียงใหม่

ที่มา : เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

#### 2.4.1 นโยบายการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### (ก) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และภารกิจ

กรอบระยะเวลาการทำงานของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นกรอบการทำงาน ระยะยาวเวลา 15-20 ปี แต่จะมีผลดำเนินงานออกมาทุกปีในช่วง 5 ปีแรกการผลักดันวิสัยทัศน์และวัตถุประสงค์จะมีการปรับให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) ซึ่งให้ความสำคัญในส่วนของการสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ องค์ความรู้ อุตสาหกรรม เชียงสร้างสรรค์ และนวัตกรรม สร้างมูลค่าคิดเป็น 13% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศในปี 2552 และรัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะเพิ่มมูลค่า จากอุตสาหกรรมดังกล่าวให้เป็นอย่างน้อย 20% ซึ่งจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะเป็นส่วนร่วมหลักในการเติบโตครั้งนี้

วิสัยทัศน์ของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์คือ “เชียงใหม่จะก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางที่ได้รับการยอมรับสำหรับ นวัตกรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ กิจกรรมต่างๆ ความสามารถไอที การออกแบบความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมซึ่งมีส่วนสำคัญที่จะช่วยส่งเสริม อุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่ในปัจจุบัน และ



จุดมุ่งหมายทางด้านประชากรสังคมสิ่งแวดล้อมเศรษฐกิจของเมืองและ จังหวัดรวมทั้งจังหวัดเชียงใหม่มีความดึงดูดในการเป็นที่พักอาศัย การลงทุน การพักผ่อน หลังเกษียณ การท่องเที่ยว การศึกษาและการทำงาน”

พันธกิจของโครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ในช่วงแรก คือ การพัฒนาความสามารถและส่งเสริมเมืองเชียงใหม่ให้เป็นสถานที่ที่น่าสนใจ สำหรับการลงทุนและธุรกิจ, พัฒนากลุ่มสร้างสรรค์กลุ่มใหม่ อีกทั้งยกระดับอุตสาหกรรมที่มีอยู่ โดยให้การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ในทุกระดับเพื่อที่จะมั่นใจได้ว่ามรดกทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาของเชียงใหม่จะยังคงอยู่และได้รับการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งการสร้างผลประโยชน์สำหรับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายรวมทั้งประชาชนและชุมชนในเมืองเชียงใหม่และส่วนที่เหลือของภาคเหนือของประเทศไทย

#### (ข) หน้าที่และวัตถุประสงค์ของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

พัฒนาความสามารถเพื่อให้สอดคล้องกับการความต้องการของอุตสาหกรรมและ สังคมให้ดียิ่งขึ้น

ทำการตลาดให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่ที่น่าสนใจในการลงทุนและการทำ ธุรกิจพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงใหม่ (รวมถึงไอที ซอฟต์แวร์ และ กลุ่มงานดิจิทัล) เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมที่มีอยู่

การพัฒนาความสามารถในการแข่งขันและประสิทธิภาพการดำเนินการ (เช่น เพิ่มมูลค่าเพิ่ม เพิ่มการส่งออก เพิ่มมูลค่าในการท่องเที่ยว)

พัฒนาเมืองให้เป็นเครื่องสร้างความเจริญเติบโตและเป็นศูนย์กลางในการให้บริการแก่จังหวัดอื่นๆในภาคเหนือของประเทศไทย

สร้างโอกาสทางธุรกิจและตำแหน่งงานให้เพิ่มขึ้น

ส่งเสริมความสร้างสรรค์ (ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรมและอื่นๆ) ในทุกระดับ สร้างความมั่นใจว่ามรดกทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเมืองเชียงใหม่จะได้รับการอนุรักษ์ไว้ และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การสร้างผลประโยชน์ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

#### (ค) ยุทธศาสตร์

มีหลากหลายวิธีปฏิบัติในการพัฒนาไปสู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ โดยเริ่มจากการมุ่งเน้นในแนวความคิดที่ชัดเจน (ในด้านหรือภาคส่วนหนึ่ง) และสร้างเรื่องราวความสำเร็จก่อนดำเนินงานขั้นตอนต่อไปการขยายขอบเขตการปฏิบัติงานจาก

จุดเริ่มต้น โดยจัดสรรแนวทางการดำเนินงานกรอบการดำเนินงานและแผนการดำเนินงานที่มีหลากหลายเพื่อให้สอดคล้องกับความหลากหลายของผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

เชียงใหม่เป็นเมืองที่มีการผสมผสานระหว่าง “เก่า” และ “ใหม่” ซึ่งมีโอกาสที่จะพัฒนาการรวมกลุ่มใหม่ ยกระดับมรดกทางวัฒนธรรม ปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมหลักที่มีอยู่เดิมและส่งเสริมความสร้างสรรค์ในชุมชนและการพัฒนาสังคม ดังนั้น กรอบยุทธศาสตร์และแนวการดำเนินงานของจังหวัดเชียงใหม่ จะเป็นภาพกว้างแต่มีการดำเนินงานที่เฉพาะเจาะจงและคำแนะนำสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีแนวทางการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ที่จะรวมและเชื่อมต่อกับแง่มุมที่แตกต่างเหล่านี้ สิ่งที่ทำให้ความสำคัญในขั้นเริ่มต้น ได้แก่

ซอฟต์แวร์ กลุ่มงานด้านดิจิทัล และไอที  
งานหัตถกรรม ศิลปะ และการออกแบบ  
การท่องเที่ยว (ความสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยว)  
การบริการสุขภาพ (การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ไอทีในด้านสุขภาพ)  
การพัฒนาเมือง (รวมถึงการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในเมือง)  
การพัฒนาสังคม การทำการตลาดของเมือง

ไอทีซอฟต์แวร์และกลุ่มงานดิจิทัลควรมีกลุ่มเป้าหมายที่เจาะจง เนื่องจากมีโอกาสสูงที่จะดึงดูดการลงทุนและเกิดการสร้างงานในสาขาเหล่านี้ มากไปกว่านั้น ไอทีเป็นยังเป็นปัจจัยหลักของภาคส่วนอื่นและด้วยเหตุนี้ ไอทีสามารถเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยว หัตถกรรม อุตสาหกรรมเกษตร และการบริการสุขภาพ

#### 2.4.2 กลไกและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

คณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ได้รับการแต่งตั้งขึ้น โดยผู้ว่าราชการเมืองเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วยสมาชิกจากภาคการศึกษา ภาคเอกชนและรัฐบาล โดยมีผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อธิการบดีมหาวิทยาลัยพายัพ อธิการบดีมหาวิทยาลัยนอร์ทเชียงใหม่ อธิการบดีวิทยาลัยราชมงคลล้านนา และกงสุลใหญ่สหรัฐเป็นที่ปรึกษา

วัตถุประสงค์ของคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์มีหน้าที่ในการพัฒนา และปรับปรุงแผนงานและกลยุทธ์ในการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ ร่วมถึงการประสานงานและสนับสนุนข้อมูลร่วมกันระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ควบคุมการดำเนินการ และดำเนินกิจกรรม รวมถึงจัดทำโครงการจัดตั้งคณะทำงาน การทำงานเป็นทีมและการสนับสนุนเชียงใหม่ในด้านต่าง ๆ โดยฝ่ายเลขานุการ คณะกรรมการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ทำหน้าที่ในการให้บริการ ดังนี้

การจัดกิจกรรมและการสัมมนาที่เกี่ยวข้อง

การสนับสนุนและการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ระบบเครือข่ายและบริการสารสนเทศ

จุดหนึ่งที่ครบวงจรของข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรในเชิงสร้างสรรค์โดยเฉพาะ เทคโนโลยีสารสนเทศ, ซอฟต์แวร์ และข้อมูลดิจิทัลในจังหวัดเชียงใหม่

จุดติดต่อสำหรับเชียงใหม่คณะกรรมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์

สรุปพบว่าเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ คือ ความพยายามในการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็น ศูนย์กลางอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และสอดคล้อง กับ นโยบายของรัฐบาลรวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับปัจจุบัน ให้ ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเมือง สิ่งแวดล้อม สังคม อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ ไอที กลุ่มงานดิจิทัล และการออกแบบ โดยเป็น ความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยในท้องถิ่น บริษัทและองค์กรของภาคเอกชน การปกครอง ส่วนท้องถิ่น องค์กรที่สำคัญของภาครัฐ และชุมชน

## 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ซึ่งเป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับระดับโครงสร้างและสถาบันทางสังคมในด้านต่างๆ รวมทั้งผลงานวิจัยทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังคงเป็นประเด็นใหม่และมีการทำวิจัยที่ยังน้อยมาก ผู้วิจัยจึงเลือกศึกษาผลงานวิจัยที่สะท้อนภาพรวม การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาในบริบทพื้นที่เมืองและบริบทที่มีความเกี่ยวข้องมีประเด็นที่เกี่ยวข้องดังนี้ (ก) ศักยภาพของทุนในพื้นที่กับการส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (ข) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์สถานะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้าง สรรค์ (ค) ผู้ประกอบการกับการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(ง) การจัดตั้งและบทบาท ของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในพื้นที่ (จ) การศึกษาศักยภาพเชิงพื้นที่และ ศักยภาพเชิงแวดล้อม ของเมือง ดังนี้

A STUDY ON CREATIVITY INDEX HOME AFFAIRS BUREAU, THE HONG KONG SPECIAL ADMINISTRATIVE REGION GOVERNMENT (2004) ได้ศึกษาเรื่องดัชนี ความคิดสร้างสรรค์ของประเทศฮ่องกง โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาด้านความคิดสร้างสรรค์ ของประเทศ ฮ่องกงโดยการศึกษาเพื่ออธิบายให้เห็นถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของความคิดสร้างสรรค์ รวมถึง แสดงถึงปัจจัยต่างๆ ที่สนับสนุนการเติบโตของความคิดสร้างสรรค์ การประเมินภาพรวมของระบบ เศรษฐกิจ สังคมและปัจจัยหรือเงื่อนไขทางวัฒนธรรมว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากความคิด สร้างสรรค์ได้ในทางใดบ้างว่า โดยตัวชี้วัดจะแบ่งออกเป็น 5 ตัวชี้วัดคือ ทูทางสังคม ทูทาง วัฒนธรรม ทูมนุษย์ ทูทางสถาบัน/โครงสร้างและผลลัพธ์ที่ได้จากความ สร้างสรรค์

Karlskrona / Ronneby (2007) CREATIVE CITY ASSESSMENT OF RIGA, TALLINN, AND VILNIUS ได้ศึกษาเรื่อง ต้นทุนความคิดสร้างสรรค์ (Creative Capital) เป็นการประเมิน และ ตรวจสอบสถานะต้นทุนของความคิดสร้างสรรค์ (Creative Capital) ในงานวิจัยนี้ได้ใช้ทฤษฎี The Creative Class Theory ของ Richard Florida คือ 3Ts – Talent, Technology, and Tolerance จะแสดง ให้เห็นความรู้ (Knowledge) และความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ของคนในพื้นที่ รวมทั้งเป็นการ ตรวจสอบนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ว่าพัฒนา ในทิศทางที่ ถูกต้องหรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

พจณี อรรถโรจน์ภิญโญ ปิยนุช วุฒิสอนและคณะ(2552)ได้ทำรายงานการศึกษาเบื้องต้น เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานและวิเคราะห์สถานะปัจจุบันที่ เกี่ยวข้องกับ การดำเนินการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยและต่าง ประเทศ จากผล การศึกษาพบว่า การดำเนินงานเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม จะต้องให้ความสำคัญ กับการสร้างความตระหนักและสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งการพัฒนาทักษะและองค์ ความรู้ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ให้มีจุดเด่น นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะด้านการสื่อสารและคมนาคม และสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เพื่อ เอื้อประโยชน์และส่งเสริมการลงทุนด้านต่างๆ อย่างเหมาะสม รวมทั้งการศึกษาวิจัยและพัฒนาเชิง ลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ ทูวัฒนธรรมให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและนำ ผลผลิตและบริการสู่ตลาด ทั้งภายใน ประเทศและต่างประเทศและมีการจัดทำฐานข้อมูลและ วิธีการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นที่ยอมรับและ มีความน่าเชื่อถือเพื่อใช้ประโยชน์ต่อไป อย่างไรก็ตามการ

พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนจำนวนมาก การดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจน ดังนั้นควรมีแนวทางการดำเนินงาน โดยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และจัดทำแผนที่นำทางการ พัฒนา (Roadmap) สำหรับการดำเนินงานขับเคลื่อน การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องอย่างบูรณาการในระยะต่อไป

ณัฐ ชลเทพ (2554) ได้ทำการศึกษาการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์นั้นมาจากความชอบส่วนตัวของผู้ประกอบการเป็นหลัก ประกอบกับการตั้งสมความรู้ความสามารถที่ถนัด และเห็นว่าการนำแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ มาประยุกต์ใช้จะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ ทำให้สินค้ามีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น รวมทั้งผู้ประกอบการมีความรู้ การศึกษาการสร้างสรรค์งานและการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเป็น องค์ประกอบหลัก โดยมีการใช้วัฒนธรรมการตั้งสมความรู้และเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นองค์ประกอบเสริม เพราะเป็นองค์ประกอบร่วมที่มีคุณลักษณะที่มีคุณค่าหายากทดแทน ได้ยาก และลอกเลียนแบบ ได้ยาก เพื่อสร้างสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่มได้และยังก่อให้เกิดความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจได้ในระยะยาว ด้านผลลัพธ์ทางธุรกิจผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ ในยอดขายของสินค้าและสินค้าของธุรกิจมีเอกลักษณ์โดดเด่น ส่วนปัญหาที่พบในการประยุกต์ ใช้แนวคิดคือ การขาดแคลนคนงานซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจ

จักรพล ตั้งสุทธิธรรม (2554) ได้ทำการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและบทบาทของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาลตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่าเทศบาลตำบลสุเทพมีความพร้อมในการจัดตั้งศูนย์ เนื่องจากเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีความเข้มแข็ง มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและใกล้ชิดกับคนในชุมชนด้านพื้นที่ในการ จัดตั้งศูนย์ฯ ควรเป็นพื้นที่สาธารณะในเขตเทศบาลตำบลสุเทพ ซึ่งมีการคมนาคมที่สะดวก ในส่วนของงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินงานของศูนย์ฯ ควรจะได้รับการจัดสรรงบประมาณ จากรัฐบาล งบประมาณจากเงินรายได้ของเทศบาลตำบลสุเทพและขอรับการสนับสนุนจากภาค เอกชน ในการดำเนินงานของศูนย์ฯ ควรให้เทศบาลตำบลสุเทพเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยมี คณะกรรมการกำกับดูแลในลักษณะของภาคีเครือข่ายเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ทั้งภาคเอกชน ภาครัฐ กลุ่มผู้นำชุมชน ตัวแทนผู้ประกอบการ กลุ่มอาชีพ ประชาชน รวมถึง พระสงฆ์ในพื้นที่ และมีภารกิจที่

สำคัญคือการเป็นศูนย์ประสานงานหรือศูนย์ประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลต่างๆ แก่ผู้เกี่ยวข้องหรือผู้รับบริการของศูนย์ฯ



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บทที่ 3

### วิธีการวิจัย

การดำเนินวิจัยเรื่องการวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จุดมุ่งหมายเพื่อศึกษานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 ส่วนคือ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และใกล้เคียงกับปรากฏการณ์จริงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ที่ทำการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 รูปแบบการวิจัย

ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการวิเคราะห์ภาคเอกสาร (Desk Research) สัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interviews) และระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) วิธีการวิจัยแบบ เชิงสำรวจ (Survey Research)

#### 3.2 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ

##### 3.2.1 ขอบเขตประชากร

ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ ที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ซึ่งเป็นผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ด้านนโยบาย นักวิชาการหรือนักวิจัย และผู้ประกอบการ ที่มีส่วนสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จำนวน 10 คน จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

**กลุ่มที่ 1** ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

1. Martin Venzky-Stalling 6 มีนาคม 2556

เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

2. อ.ดร.ก้องภู่ นิมนันท์ 27 มีนาคม 2556  
ผู้อำนวยการศูนย์นวัตกรรมและการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. กุลวดี เจริญศรี 8 เมษายน 2556  
ที่ปรึกษาปลัดกระทรวงวัฒนธรรม
4. เปรมฤดี กุลสุ 1 มิถุนายน 2556  
นายกสมาคมผู้ส่งออกและผลิตสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ
5. สุวารีย์ วงศ์ทองแก้ว 17 กรกฎาคม 2556  
ผู้อำนวยการหอศิลปวัฒนธรรมเมืองเชียงใหม่

#### กลุ่มที่ 2 นักวิชาการหรือนักวิจัย

6. อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา 19 มีนาคม 2556  
อาจารย์วิทยาลัยศิลปะ สื่อและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
7. สุธารัตน์ อุทธารัตน์ 28 กุมภาพันธ์ 2556  
นักวิจัยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
8. กรวรรณ สังขกร 7 มีนาคม 2556  
นักวิจัยสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

#### กลุ่มที่ 3 ผู้ประกอบการ

9. วิไล ไพจิตรกาญจนกุล 12 กรกฎาคม 2556  
กรรมการผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด บัวผัด แพลทอรี่
10. ทศพร พันธ์อำพล 18 กรกฎาคม 2556  
กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจอร์ราร์ด คอลเลคชั่น จำกัด

### 3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เอกสารทุกประเภท ซึ่งประกอบด้วยสิ่งตีพิมพ์ หนังสือ เอกสารราชการ เอกสารทางวิชาการ เอกสารประกอบการสัมมนา รายงานประจำปีขององค์กร บทความ/สื่อจากอินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. บุคคล เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้าผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลด้วยการจดบันทึก และใช้อุปกรณ์บันทึกเสียงข้อมูล ระบบ



ดิจิทัล ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลในทันทีที่จบการสัมภาษณ์  
แต่ละครั้ง

3. การตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยแหล่งที่มาของข้อมูลจากผู้ที่น่าเชื่อถือทางสังคมเกี่ยวข้องโดยตรงกับ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์และถ่วงดุลทั้งแหล่งผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ด้านนโยบาย นักวิชาการหรือนักวิจัย ผู้ประกอบการ รวมทั้งการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธี รวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกเปรียบเทียบกับผลของวิจัยเชิงปริมาณ

### 3.2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในแต่ละกลุ่ม
2. ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลประเมินคุณภาพของข้อมูลว่าอยู่ในระดับที่จะนำมาวิเคราะห์ และตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้อย่างครบถ้วน
3. นำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ตามกรอบทฤษฎี เพื่อสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

## 3.3 ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

หลังจากที่ได้ข้อมูลสำคัญมาจากระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ นำมาสู่การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อตรวจสอบข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ประเมินระดับการรับรู้ ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 3.3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 235,600 คน (กรมการปกครอง, 2555)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ของยามานะ (Yamane, 1973, pp. 886-887) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 93 หรือที่ระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 7 สูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e^2)}$$

โดยที่ n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 N คือ ขนาดของกลุ่มประชากรเป้าหมาย  
 e<sup>2</sup> คือ ขนาดความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง 0.07

$$n = \frac{1,655,642}{1 + 1,655,642 (0.05^2)}$$

$$n = 399.99 \text{ หรือเท่ากับ } 400$$

1) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ผู้วิจัยใช้วิธีจับฉลาก (Lottery) โดยนำรายชื่อของทุกเขตในแต่ละพื้นที่ มาทำฉลากใส่ในภาชนะ แล้วจับฉลากขึ้นมาพื้นที่ละหนึ่งเขต ทำให้ได้พื้นที่วิจัยทั้งหมด 2 อำเภอ คือ อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอหางดง ดังแสดงในตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 พื้นที่ในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่

พื้นที่	จำนวนอำเภอ	รายละเอียด
จังหวัดเชียงใหม่	25 อำเภอ	อำเภอเมืองเชียงใหม่ อำเภอจอมทอง อำเภอแม่แจ่ม อำเภอเชียงดาว อำเภอคอยสะเก็ด อำเภอแม่แตง อำเภอแมริม อำเภอสะเมิง อำเภอฝาง อำเภอแม่อาว อำเภอพร้าว อำเภอสันป่าตอง อำเภอสันกำแพง อำเภอสันทราย อำเภอหางดง อำเภอฮอด อำเภอดอยเต่า อำเภออมก๋อย อำเภอสารภี อำเภอเวียงแหง อำเภอไชยปราการ อำเภอแม่วาง อำเภอแม่ออน อำเภอดอยหล่อ อำเภอภักดีชุมพล

ที่มา: กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2555)

- 2) การสุ่มตัวอย่างแบบจัดสรรโควตา (Quota Sampling) ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ในการกำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง โดยจำแนกเป็นเขตละ 200 คน รวมทั้งสิ้น 400 คน และในแต่ละเขตใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 กลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

พื้นที่วิจัย	จำนวนตัวอย่าง (คน)
อำเภอเมืองเชียงใหม่	200
อำเภอหางดง	200
รวม	400

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อแนวทางการประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าจากบทความ หนังสือและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศและการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ซึ่งประกอบด้วยคำถามปลายปิด (Close Ended Questionnaire) คำถามแบบ มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยได้ประยุกต์ใช้มาตราวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ (อรพินทร์ ชูชม, 2545, หน้า 79) และคำถาม แบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) แบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

**ตอนที่ 1** ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

**ตอนที่ 2** การรับรู้ ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

จำนวน 12 ข้อ แบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ข่าวสาร จำนวน 2 ข้อ ด้านความเข้าใจในการพัฒนา จำนวน 7 ข้อ และด้านการมีส่วนร่วมการพัฒนา จำนวน 5 ข้อ

**ตอนที่ 3** ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยคำถามเป็นแบบการจัดอันดับ (Rank Order) จำนวน 20 ข้อ ประกอบด้วย ช่องทางที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จำนวน 10 ข้อ และสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จำนวน 10 ข้อ

**ตอนที่ 4** แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 6 ข้อ

**ตอนที่ 5** ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จำนวน 2 ข้อ คำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) จำนวน 2 ข้อ

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีการให้คะแนนในส่วนของคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

จากนั้นจะทำการรวมคะแนนทั้งหมดเพื่อหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ตอบ แบบสอบถามสำหรับการแปลผลข้อมูล โดยได้แบ่งระดับความคิดเห็น ออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งใช้วิธีคำนวณหาความกว้างของชั้นระดับความคิดเห็น ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

จากเกณฑ์ดังกล่าวผู้วิจัยสามารถแปลความหมายของระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

- 4.21 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3.41 - 4.20 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
- 2.61 - 3.40 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
- 1.81 - 2.60 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
- 1.00 - 1.80 หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

### 3.3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ

การเก็บรวบรวมข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของเครื่องมือก่อนนำไปใช้จริง
- 2) วางแผนการเก็บข้อมูล โดยกำหนดวันเข้าจัดเก็บข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยภาคสนามได้ลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2556 โดยทำการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จากนั้นผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และถูกต้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป

### 3.3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างครบทั้ง 400 ชุดแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทั้งหมด จากนั้นจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นต่อไป ดังนี้

1. นำข้อมูลมาจัดกลุ่ม ลงรหัส (Coding)
2. นำข้อมูลที่ได้รับการบันทึกไปประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป โดยเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมในการคำนวณตามลักษณะการวัด
3. สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) การหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีแนวคำถามหลัก (Main questions) ในการสร้างบทสนทนา หากได้รับคำตอบในประเด็นต่างๆ ครบถ้วนจะไม่มีกร ใช้คำถามเพิ่มเติม แต่อย่างไรก็ตามหากในการสัมภาษณ์ไม่สามารถได้คำตอบ ในประเด็นที่ปรากฏเป็นรายละเอียดของปัญหา จะมีคำถามเจาะลึก (Probing questions) ที่สร้างขึ้นจากรายละเอียดของแต่ละประเด็นที่ได้มาจากการสืบค้นวรรณ

กรรม โดยคำถามหลักที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและคำถามเพื่อการวิจัย

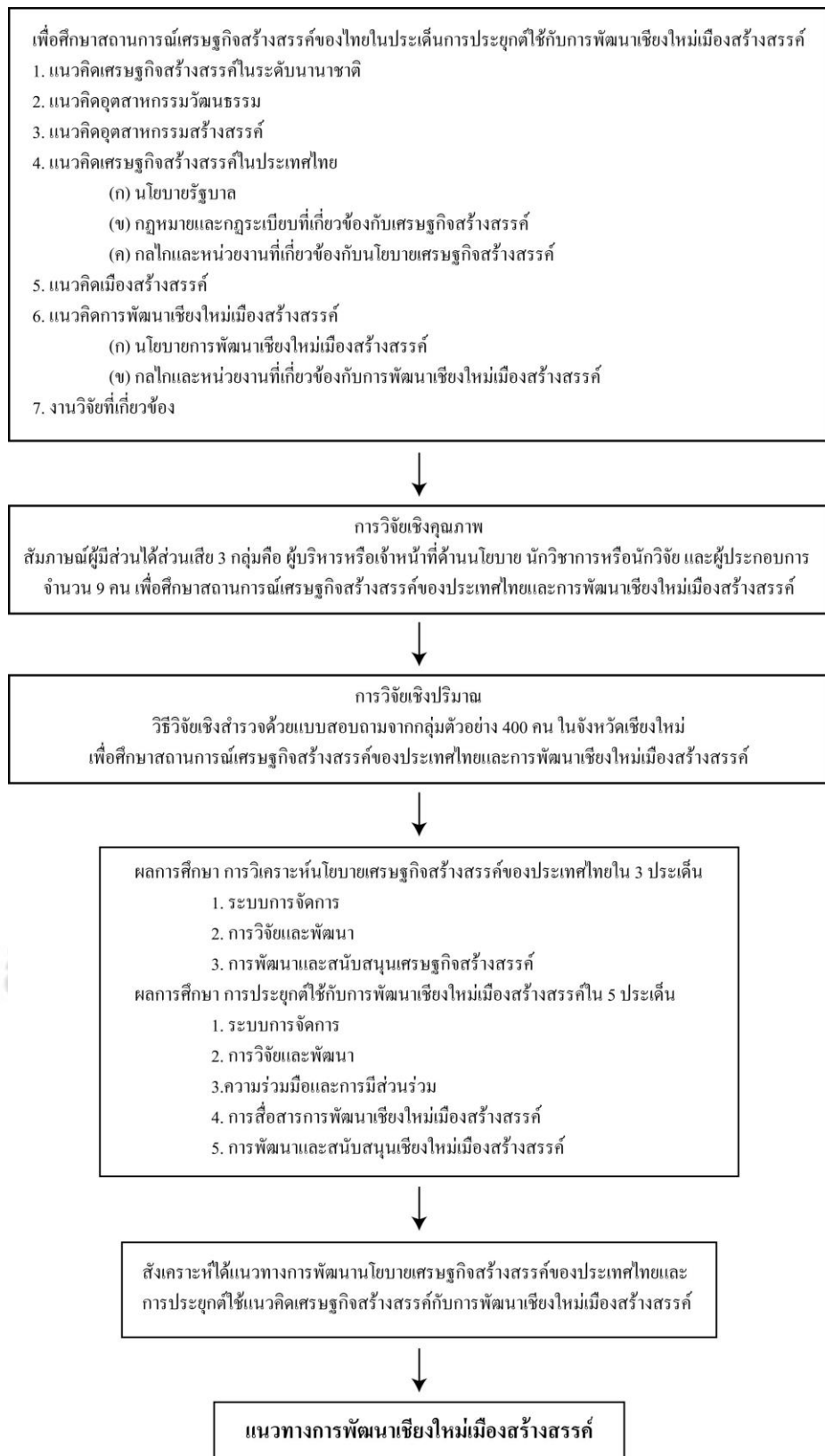
ตารางที่ 3.3 แสดงแนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	คำถามการวิจัย	แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย	1. สถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเป็นอย่างไร	1.1 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร 1.2 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตเป็นอย่างไร
2. เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์	2. สถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร	2.1 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร 2.2 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในอนาคตเป็นอย่างไร 2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลกับการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร 2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของรัฐบาลเป็นอย่างไร 2.5 การประยุกต์ใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลกับเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร

ตารางที่ 3.3 (ต่อ) แสดงแนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่สัมพันธ์กับวัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัย	คำถามการวิจัย	แนวทางการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
2. เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	2. สถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร	2.6 ความร่วมมือเชิงนโยบายเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน หน่วยงานภายใน ชุมชน ประชาชนเป็นอย่างไร 2.7 ความร่วมมือเชิงนโยบายระหว่างเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับนานาชาติเป็นอย่างไร
3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	3. การประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเมืองสร้างสรรค์ควรเป็นอย่างไร	3.1 ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 3.2 ความเชื่อมโยงของรูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเชียงใหม่กับศักยภาพที่มีอยู่ของเชียงใหม่อย่างไร 3.3 กิจกรรมเกิดขึ้นจากโครงการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 3.4 ความเชื่อมโยงการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับการพัฒนาในด้านต่างๆ เป็นอย่างไร 3.5 การได้รับรองสถานะเมืองสร้างสรรค์จาก UNESCO เชียงใหม่จะได้รับผลประโยชน์ในด้านใดบ้าง

### 3.4 กรอบแนวคิดงานวิจัย





## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัย 2 ส่วนคือ วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลในประเด็นต่างๆ ที่ครบถ้วน น่าเชื่อถือ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ และผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ ดังต่อไปนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีการวิเคราะห์เอกสาร (Desk Research) และโดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Dept Interviews) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ด้านนโยบาย นักวิชาการหรือนักวิจัย และผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน ผลการวิจัยได้รายงานผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ และข้อที่ 3. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ดังนี้

##### 4.1.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

ผลของการศึกษาข้อมูล สามารถจัดหมวดหมู่ประเด็นหลักได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

###### 4.1.1.1 ระบบการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

M1. ความเชื่อมโยงระหว่างกระทรวง กรม กอง

M2. ความต่อเนื่องของนโยบาย

M3. การนิยามความหมาย

M4. ขาดความเข้าใจในการแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ

M5. การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

4.1.1.2 การวิจัยและพัฒนา

R1. การวิจัยและพัฒนาในภาพรวมของประเทศ

R2. การวิจัยและพัฒนา นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.1.1.3 การพัฒนาและสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

D1. การผลักดันมาตรการทางภาษี

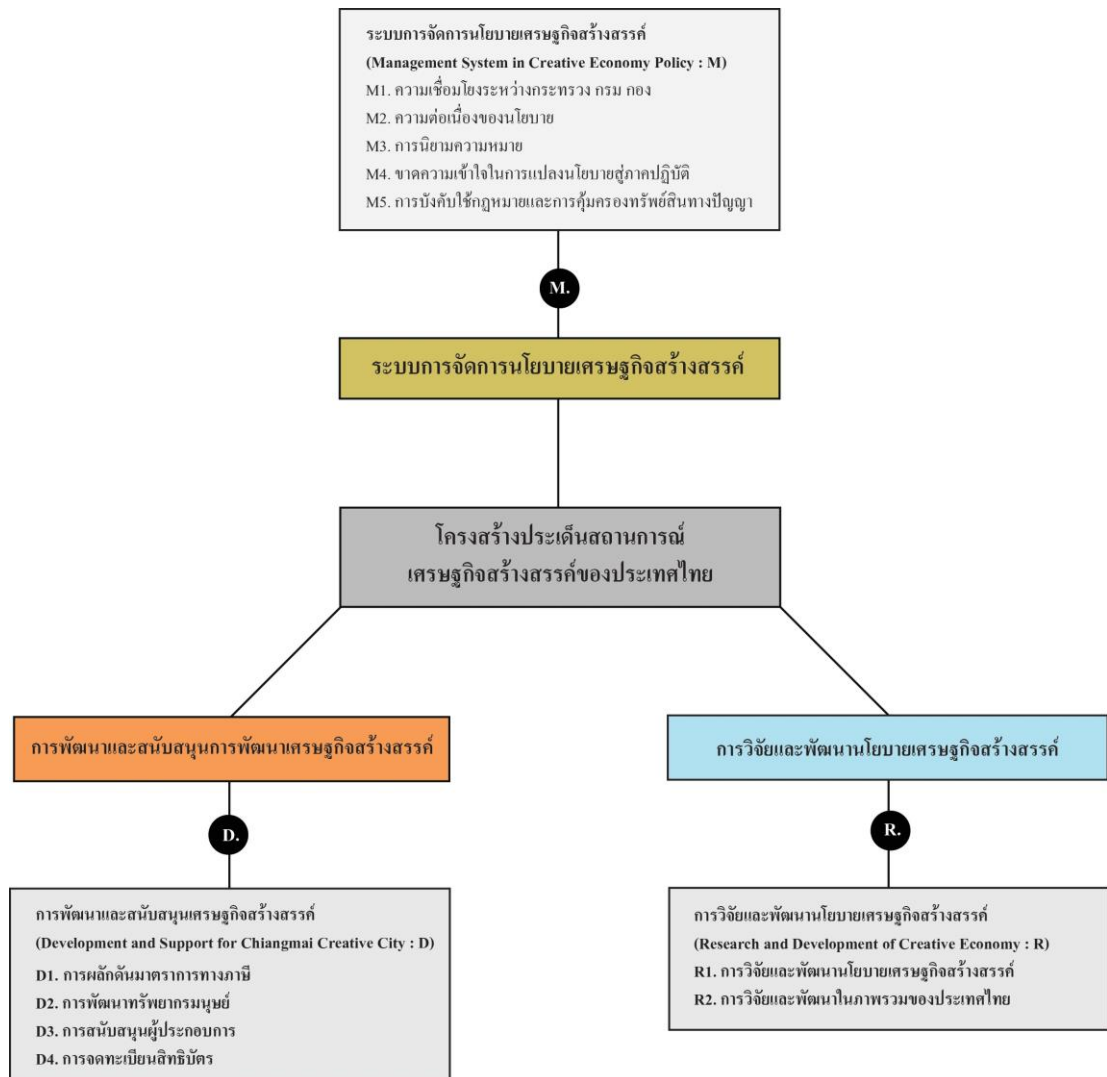
D2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

D3. การสนับสนุนผู้ประกอบการ

D4. การจดทะเบียนสิทธิบัตร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาพที่ 4.1 โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

#### 4.1.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

ผลของการศึกษาข้อมูล สามารถจัดหมวดหมู่ประเด็นหลักได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

##### 4.1.1.1 การจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(Management System in Creative Economy Policy : M)

**M1. ความเชื่อมโยงระหว่างกระทรวง กรม กอง**

การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อน

ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิตอย่างยั่งยืนและสมดุลตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) สืบเนื่องถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559) เพื่อเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์และทิศทางการพัฒนาประเทศ ผลจากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ เห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ

(ก) ประเทศไทยยังไม่มีความชัดเจนของหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงทางด้านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “มติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2553 เรื่อง ร่างระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ พ.ศ. .... ได้กำหนดให้มีสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (สศส.) เป็ □ นหน □ วยงาน ภายในสำนักเลขาธิการ นายกรัฐมนตรี สำนักนายกรัฐมนตรีและมีข้าราชการ ซึ่งนายกรัฐมนตรี แต่งตั้งเป็นผู้อำนวยการทำหน้าที่ดูแลด้านนโยบายทางการพัฒนา เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และกำหนดให้มีคณะกรรมการบริหารสำนักงาน เศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (กบศส.) ซึ่งมีมติคณะรัฐมนตรีครั้งนั้น “ไม่มีการ ยืนยันมติ” (สำนักบริการสารสนเทศ สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2554)

“...จะมีการตั้งหน่วยงานที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หรือ Creative Economy ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรี คุยกันมา 2 ปีแล้วว่าจะตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ แต่ปัจจุบันก็ยังเงียบอยู่” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling 6 มีนาคม 2556)

(ข) ปัญหาหลักของภาครัฐในเรื่องความชัดเจนและการทำงานร่วมกัน ยังคงเป็นประเด็นสำคัญระหว่างกระทรวง กรม กอง ต่างๆ ในการดำเนิน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้ “ตอนนั้นนโยบายของภาครัฐบาล ในระดับประเทศ ยังไม่ชัดเจน 100% กับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ...กระทรวง กรม ยังแยกการทำงานเป็นส่วนๆ งบประมาณยังไม่เพียงพอ ...รัฐบาลเปลี่ยนรัฐมนตรี เปลี่ยน ทุกอย่างก็จะหยุดนิ่งไป” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling 6 มีนาคม 2556)

“ถูกตัดขาดออกจากกันด้วยการตัดงบประมาณตามภารกิจรับผิดชอบของหน่วยงาน ซึ่งเป็นไปตามลักษณะบริหารงานของระบบราชการไทย ทำให้เรื่องที่เราควรจะทำ ควรจะเป็นหรือการทำงานร่วมกันทำให้ร่วมกันได้ไม่ถึงที่สุด” (สัมภาษณ์ สุวาริ วงศ์ทองแก้ว, 17 กรกฎาคม 2556)

## M2. ความต่อเนื่องของนโยบาย

ประเทศไทยเป็นประเทศสังคมเสรีประชาธิปไตยประเภทหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของรัฐบาลย่อมมีผลโดยตรงต่อการดำเนิน นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในรัฐบาลแต่ละยุค แม้ว่าหน่วยงานภาครัฐ จะมีแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกำกับภาพรวมทิศทางการพัฒนาของประเทศ แต่ประเทศไทยไม่มีแผนจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม สำหรับการกำกับภาพรวมทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะ มีแผนยุทธศาสตร์ของแต่ละกระทรวง กรม กอง ซึ่งเป็นนโยบายของข้าราชการประจำ แต่การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของรัฐบาลยังคงเป็นปัจจัยความไม่ต่อเนื่องของนโยบาย ผลจากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ไปใน ทิศทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) ปัญหาทางด้านงบประมาณและการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองเป็นปัญหาที่สำคัญและส่งผลกระทบต่อ (ข) ความไม่ต่อเนื่อง ในระดับนโยบาย “มีผลกระทบที่เห็นได้ชัดคือ เรื่องของงบประมาณ งบประมาณคราวที่แล้วที่อนุมัติมาจากรัฐบาลชุดก่อน พอถึงรัฐบาลชุดนี้ ถูกลดความสำคัญลง ก็เป็นเรื่องปกติของการเมืองไทย สิ่งๆ ที่ทำให้พอไม่ใช่ของตนเป็นคนเริ่มก็ไม่สานต่อ นำเสียดายที่โครงการใหญ่ๆ ที่น่าจะทำได้ก็ไม่ได้ทำ หรืออาจจะต้องเปลี่ยนชื่อหรืออะไรก็ตาม” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“ช่วงหนึ่งคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” จะเป็นคำที่หายากในรัฐบาลชุดปัจจุบัน ...แต่ตอนนี้คำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” เริ่มที่จะกลับมา เพราะเขาเริ่มรู้สึกว่า รัฐบาลก่อนหน้าให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่อนข้างมาก จึงพยายามจะใช้คำอื่นแทน ...แต่ก็ยังไม่ชัดเจนเท่าไรในภาพใหญ่ ของประเทศ” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

### M3. การนิยามความหมาย

ปัจจุบันภาพรวมของนิยามความหมาย “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ยังไม่มีการกำหนดขอบเขตความหมายที่เป็นสากลหนึ่งเดียว รวมถึงการแบ่งประเภทของ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ด้วยเช่นกัน โดยจะขึ้นอยู่กับการนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับระบบเศรษฐกิจและศักยภาพของแต่ละประเทศ ผลจากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) การนิยามความหมายของประเทศไทยยังคงขาด ความชัดเจน

“การให้คำจำกัดความของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยยังไม่มีหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนและยังมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่ ไม่รู้ว่าจะใช้แนวทางตามแบบอังกฤษที่จะกำหนดให้กิจกรรมใดก็ตามที่เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เท่านั้นสามารถเป็นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรืออุตสาหกรรมใดก็ตามที่เป็นจุดแข็ง ของไทยและเพิ่มความคิดสร้างสรรค์เข้าไปในสินค้าหรือบริการเหล่านั้น ก็ สามารถจัดเป็นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ได้” (Policy Dialogue on Creative Economy in Thailand, 2552)

“ข้อเสนอแนะที่ 1 คำจำกัดความและความหมายของ “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ซึ่งประเทศไทยมีคำจำกัดความของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เป็นของตัวเอง ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบ แต่คำจำกัดความแบบไทยกว้างจนทำให้ประเทศไทยมีขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใหญ่ที่สุดในโลกใหญ่กว่าอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และประเทศใดๆ ในยุโรป จากการที่ใช้นิยามที่กว้างเช่นนี้ ทำให้ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าเราควรดำเนินงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมในทิศทางใด ดังนั้น จึงขอเสนอให้ประเทศไทยจำกัดนิยามเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เสียใหม่ ควรเน้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างแท้จริงในสาขาที่มีแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญ” (TICEP, 2012)

“หลังจากผลการวิจัยของจอห์น ฮอว์กินส์ ที่ทำให้กับสภาพพัฒนาฯ ออกมา ขณะนี้ยังเป็นช่องว่างรวมทั้งยังไม่สามารถประกาศได้ว่าอะไรคือ สินค้าและบริการสร้างสรรค์ของประเทศไทย” (สัมภาษณ์ กุลวดี เจริญศรี, 8 เมษายน 2556)

(ข) จากการนิยามความหมายที่ขาดความชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาในการประยุกต์ใช้และนำไปปฏิบัติ

“ในด้านการจัดเก็บข้อมูล ปัจจุบันประเทศไทยยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ข้อมูลที่มียังไม่ตรงกับความต้องการที่จะนำไปประยุกต์ใช้ ทั้งนี้เพราะประเทศไทยยังไม่มีทำให้ คำนิยามและกำหนดขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั่นเอง” (ศักดิ์ชัย เกียรติ นาคินทร์, 2553)

“การนิยามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ไม่ค่อยถูกต้อง หรือบางครั้งเริ่มต้นทำแล้วก็เงียบหายไป ...อย่างเช่น โครงการ 10 เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกระทรวงพาณิชย์ มีเมือง Bird City ศูนย์กลางเศรษฐกิจของจังหวัดยะลา มันคือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนก นั้นมันไม่ใช่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ...การนิยามความหมายและการคัดเลือก ของเขาค่อนข้างจะแปลกๆ” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

“ปัญหาจากการนิยามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในภาพใหญ่ของประเทศยังไม่มี ความชัดเจน ส่งผลให้การดำเนินกลไกต่างๆ ขาดความชัดเจน ...รูปแบบของอุตสาหกรรมมีความหลากหลายมากจนบางครั้ง คนที่ทำจริง ยังไม่รู้เลยว่าจะนำไปสร้างสรรค์ได้อย่างไร เราไม่ชัดเจนตรงการแบ่งแยก ...จากที่ผ่านมามันไม่ใช่ คนทำยังไม่เข้าใจว่าการแบ่งประเภทอย่างนี้คืออะไร และจะทำต่อไปได้อย่างไร ทำตัวเลขให้สวยหรูเพื่อของงบประมาณทุกอย่าง ถูกสร้างขึ้นมาก แม้กระทั่งจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าประเทศก็ถูกสร้างขึ้นมาก”

(สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

#### M.4 การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ

ศาสตร์การจัดการสมัยใหม่กลายเป็นกระแสในสังคมไทยราว 1 ทศวรรษที่ผ่านมา ส่งผลให้เกิดแนวคิดการปฏิรูประบบราชการโดยการประยุกต์ใช้ศาสตร์การจัดการอย่างจริงจัง การเขียนแผนยุทธศาสตร์ทั้งระดับประเทศ ระดับจังหวัด การทบทวนกลไกการจัดการของระบบราชการ ฯลฯ เพื่อแก้ปัญหาการแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติอย่างเป็นระบบ ผลจากการศึกษาเอกสารและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ

“นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย เริ่มมาในหลายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แต่เพิ่งจะมาชัดเจนตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 - 11 แต่คนที่นำไปปฏิบัติไม่เข้าใจว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไร เลยทำให้การนำไปใช้ การประยุกต์ใช้หรือการจัดกิจกรรมไม่ค่อยตอบโจทย์ ที่แท้จริงในอย่างที่ควรจะเป็น...หน่วยงานราชการเองก็พยายามทำตาม นโยบายของรัฐ ในช่วงนั้น ถ้าสังเกตในช่วงปี 2553-2554 รัฐบาลจะให้ความสำคัญกับเรื่องความคิดสร้างสรรค์มาก รัฐบาลก็จะทุ่มเม็ดเงินลงไป ทั้งกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงวัฒนธรรม ให้ทำกิจกรรมและมีกิจกรรม แยกแยกออกมาเยอะแยะมากมาย พอถึงเวลาจริงๆ กิจกรรมก็เป็นการประชุม เกณฑ์คนมาฟัง เรารู้สึกเสียดาย ส่วนใหญ่เป็นพวกชาวบ้าน ชุมชน เขาจะเอาไปทำอะไรต่อได้ไหม งานจัดมาอย่างหรูหรา พยายามที่จะใช้เงินให้หมดไป” (สัมภาษณ์ วรรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

#### **M.5 การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา**

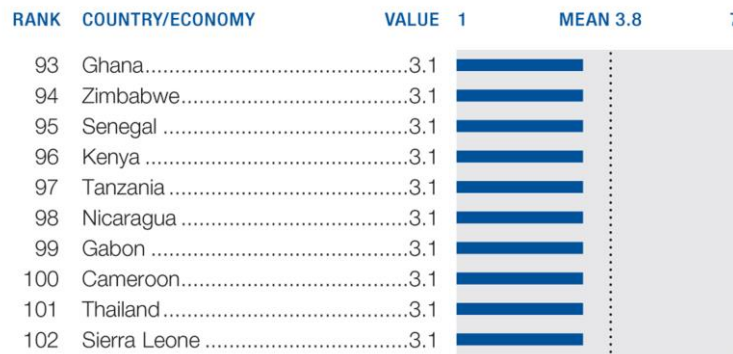
ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายทางด้านลิขสิทธิ์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ทั้งในระดับปัจเจกและการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทยยังมีปัญหาจากมุมมองของนานาชาติ ส่งผลทำให้เสียภาพลักษณ์ของประเทศเสียหายรวมทั้งส่งผลกระทบต่อโอกาสทางการค้าระหว่างประเทศ ดังนี้

“สำนักผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) จัดอันดับสถานะทางการค้าอยู่ในบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ (PWL) ในเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา ตามกฎหมายการค้าสหรัฐฯ มาตรา 301 พิเศษ ตั้งแต่ปี 2550 เป็นเวลาถึง 5 ปี ที่ทำให้ไทยต้องถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้าจากสหรัฐฯ นั่นหมายความว่า ประเทศไทยได้สูญเสียโอกาสทางการค้า นอกจากนั้น คือ ภาพลักษณ์ 3 ปัญหาใหญ่ที่ทำให้เราโดนจับตา ได้แก่ 1. สิทธิบัตรยา 2. การละเมิดลิขสิทธิ์ ภาพยนตร์หนังต่างชาติ (โดยเฉพาะการลักลอบผ่านทางยูทูป หรือดาวน์โหลด จากเว็บไซต์) และ 3. ซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ ยิ่งผลสำรวจการใช้คอมพิวเตอร์ ในประเทศไทยระบุว่า ในจำนวนคอมพิวเตอร์ 100 เครื่องจะใช้ซอฟต์แวร์แท้เพียง 20% อย่างไรก็ตาม การใช้คอมพิวเตอร์มีทั้งเพื่อการศึกษา ใช้ส่วนตัว ไปจนถึงใช้ในอาชีพ ดังนั้น ทิศทางการปราบปรามของ บก.ปอศ. จึงมุ่งเน้นไปที่



การนำซอฟต์แวร์เถื่อนมาใช้ในเชิงพาณิชย์ทุกรูปแบบมากกว่า” (ไทยรัฐออนไลน์)

“การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Protection) ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 101 จากทั้งหมด 144 ประเทศ โดยค่าเฉลี่ยอยู่ต่ำกว่ามาตรฐาน โดยค่าเฉลี่ยมาตรฐานคือ 3.8 ประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.1”



(World Economic Forum, 2012)

ภาพที่ 4.2 แสดงอันดับประเทศค่าเฉลี่ยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

ที่มา : World Economic Forum, 2012

#### 4.1.1.2 การวิจัยและพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(Research and Development of Creative Economy Policy: R)

##### R1. การวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเทศไทยเริ่มมีการปรับตัวกับนโยบายทางด้านการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนาประเทศ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559) สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ยุทธศาสตร์ที่ 2 คือ การสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาและจัดการ องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นพื้นฐานการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน และยังคงมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อการพัฒนา ประสิทธิภาพการผลิตทางอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งครอบคลุมถึงการ

ท่องเที่ยว การพัฒนาด้านพลังงาน โลจิสติกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ ประเทศไทยยังไม่มี การวิจัยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนเองอย่างเป็นชัดเจนและรูปธรรม ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาในระยะยาว

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับประเทศไทย แม้ที่ผ่านมา ประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจในทุกๆ ด้าน แต่การดำเนินงานก็มักจะ เป็นไปในลักษณะแยกส่วนต่างหน่วยงานต่างทำไป ในแต่ละสาขาเศรษฐกิจ ไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นองค์รวม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ยังไม่มี การวิจัยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการเฉพาะเจาะจง ทำให้ขาดทิศทางในการดำเนินกลยุทธ์ การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม” (ศักดิ์ชัย เกียรติณินทร, 2553)

“ประเทศไทยยังไม่ได้เริ่มกระบวนการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนให้ดีและยังไม่ได้จัดทำโมเดลเพื่อสนับสนุน การทำโครงการโดยไม่ได้ศึกษาให้ถ่องแท้ก่อนจะเกิดความเสียหาย โดยโครงการ อาจกลายเป็นเพียงนโยบายสั้นๆ ง่ายๆ ที่ในระยะสั้นอาจทำให้สื่อสนใจ เป็นอย่างมาก แต่ในระยะยาวแล้วอาจไม่ได้เป็นการตอบประเด็น และก้าวข้ามผ่านอุปสรรคที่ประเทศไทยประสบ” (Rylie Sridhar, 2011)

“เวลาเราไปต่างประเทศหรือเมืองต่างๆ เขาจะมีรายงานทางด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศของเขาคืออะไร อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประเทศของเขาคืออะไร มีการจ้างงานที่เกี่ยวข้อง จำนวนเท่าไร มีบริษัทที่เกี่ยวข้องทั้งหมดกี่บริษัท รายงานแบบนี้ในเมืองไทย แทบยังไม่ได้ทำ (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

## **R2. การวิจัยและพัฒนาในภาพรวมของประเทศ**

นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยและการพัฒนาของประเทศ จะมีสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรวมถึงนโยบายของรัฐบาล โดย

ค่าใช้จ่ายและจำนวนบุคลากรทางการวิจัยและพัฒนาของประเทศจะ สะท้อนให้เห็นถึงขีดความสามารถของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการ วิจัย แห่งชาติ, 2553) ผลจากการศึกษาเอกสาร ศักยภาพทางการวิจัย และ พัฒนาของประเทศยังคงต่ำกว่าเป้าหมายของนโยบายและยุทธศาสตร์ของการ พัฒนาประเทศ ดังนี้

“ในปี 2552 ประเทศไทยมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยและพัฒนา ต่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GERD/GDP) คิดเป็นมูลค่าประมาณ ร้อย ละ 0.25 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ คิดเป็นมูลค่า 22,654 ล้านบาท ในส่วนของบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาเทียบเป็นการทำงาน เต็มเวลา (Full Time Equivalent : FTE) พบว่าในปี 2552 ประเทศไทย มีจำนวน บุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนา 589 คนต่อประชากร 1,000,000 คน คิดเป็น 5.89 ต่อประชากร 10,000 คน (สำนักงานคณะกรรมการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2552) สัดส่วนดังกล่าวไม่สอดคล้องกับ นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2551-2554) ซึ่ง กำหนดว่าค่าใช้จ่ายด้านการวิจัยของประเทศ จะมีค่าใช้จ่ายไม่น้อยกว่า ร้อยละ 0.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ และบุคลากรทางการวิจัย ของ ประเทศจะมีจำนวน 10 คนต่อประชากร 10,000 คน” (สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552)

#### 4.1.1.3 ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(Development and Support for Chiangmai Creative City : D)

##### D1. การผลักดันมาตรการทางภาษี

ปัจจุบันประเทศต่างๆ จำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยหนึ่งในกลยุทธ์ที่สำคัญคือ มาตรการทางภาษีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ สหราชอาณาจักรมีการสนับสนุนทางการวิจัยและพัฒนา ผ่าน สิทธิทางภาษีและโครงการต่างๆ รัฐบาลประเทศออสเตรเลียมีนโยบาย สิทธิ ภาษีสำหรับผู้ผลิตภาพยนตร์และโทรทัศน์ รวมทั้งส่งเสริมให้เอกชน บริจาค สิทธิทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและผลงานศิลปะ เพื่อได้รับสิทธิในการ ลดหย่อน ภาษีเป็นต้น

ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความ คิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) ภาครัฐควรปฏิรูปมาตรการ ทางภาษี

เพื่อดึงดูดให้เกิดการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้ง (ข) ข้อกำหนดที่ชัดเจนด้านภยานำเข้าสำหรับผู้ประกอบการ “ข้อเสนอแนะที่ 2 บทบาทรัฐบาลชุดปัจจุบันในการสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจทั่วไป เช่น การปฏิรูปการเก็บภาษีเพื่ออำนวยความสะดวกหรือสร้างแรงจูงใจให้กับบริษัทสร้างภาพยนตร์เข้ามาถ่ายทำในประเทศไทย อย่างเช่นที่กำลังเกิดขึ้นกับผู้อำนวยความสะดวกสร้างภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จเรื่องหนึ่งที่เพิ่งได้รับรางวัล ออสการ์และเลือกที่จะเข้ามาถ่ายทำภาพยนตร์ในประเทศไทย เนื่องจาก ค่าแรงราคาถูกไม่ใช่ได้รับความช่วยเหลือหรือการลดภาษี ซึ่งถ้าหากค่าแรง ขึ้นต่ำมีการเปลี่ยนแปลงก็จะเกิดปัญหา” (TICEP, 2012)

“เรานำเข้าเศษวัสดุจากประเทศสหรัฐอเมริกา ...แต่หน่วยงานภาครัฐ ไม่ได้คำนวณอัตราภาษีตามราคาตามที่เราซื้อจริง โดยนำเศษวัสดุของเรา ไปเปรียบเทียบกับบริษัทที่เคยนำเข้าสิ่งทีคล้ายกันแต่ไม่ใช่เศษวัสดุ ซึ่งราคาจะแตกต่างกันมากและภาครัฐก็จะเก็บภาษีเราอย่างนั้น” (สัมภาษณ์ วิไล ไพจิตรกาญจนกุล, 12 กรกฎาคม 2556)

## D2. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

มนุษย์เป็นแหล่งที่มาของความคิดสร้างสรรค์ เป็นหน่วยย่อยที่เล็กและสำคัญที่สุดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นโยบายที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นทางด้านการศึกษา การพัฒนาทักษะทางด้านแรงงานจะต้องมีการสอดคล้องกับนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) ระบบโครงสร้างการศึกษา ของไทยยังคงมีปัญหาและมุ่งผลิตทรัพยากรมนุษย์เพื่อภาคอุตสาหกรรม (ข) แต่คุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ยังไม่สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ

“การเรียนรู้เป็นเรื่องสำคัญที่สุดสำหรับผู้มีความคิดสร้างสรรค์แต่ระบบการศึกษาในโรงเรียนและวิทยาลัยของไทยมีปัญหาด้านโครงสร้าง ส่วนใหญ่แล้วเป็นปัญหาเกี่ยวกับการจัดจ้างครูและค่าจ้าง การย้ายงานและโดยเฉพาะเรื่องการฝึกอบรมในประเทศอังกฤษมีองค์กรฝึกอบรมด้านอุตสาหกรรม (Industry Training Organization) สำหรับอุตสาหกรรมทุกแขนงการฝึกอบรมเป็นกลไกที่ทำให้ผู้คนจากภาคส่วนใดก็ตาม ได้เรียนรู้จากเพื่อนร่วมงาน ซึ่งประสบปัญหาประจำวันประเภทเดียวกันคนเหล่านี้ ได้พูดคุยกัน ปรีกษาหารือ สัมมนา

และทำเวิร์คชอปร่วมกันนับเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพ อย่างยิ่ง ดังนั้น รัฐบาลควรหาเงินทุนริเริ่มเพื่อจัดตั้งองค์กรฝึกอบรม ด้านอุตสาหกรรม สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์” (TICEP, 2012)

“ทุกวันนี้การศึกษาของไทยไม่ตอบโจทย์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละท้องถิ่นที่แท้จริง แต่เป็นการตอบโจทย์ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจมากกว่าที่จะตอบรับภูมิปัญญา ความเป็นท้องถิ่น หรือการสร้างทุนมนุษย์ที่ยั่งยืน” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“ควรจะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนากำลังคน เพื่อที่คุณภาพของแรงงานสอดคล้องกับการปรับค่าแรงขั้นต่ำ ตามนโยบายรัฐ” (สัมภาษณ์ ทศพร พันธ์อำพล, 18 กรกฎาคม 2556)

### D3. การสนับสนุนผู้ประกอบการ

ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 หนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และผลักดันให้มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งและแข่งขันได้ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าว (ก) การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ ขาดความชัดเจนและต่อเนื่อง โดยเฉพาะ (ข) นโยบายภาครัฐ ส่งผลกระทบโดยตรงกับผู้ประกอบการ

“นโยบายของภาครัฐทุกวันนี้ของรัฐไม่เอื้อในการที่ผู้ประกอบการจะขยับจาก OTOP ขึ้นเป็น SMEs ทั้งเรื่องของทุน คนทำงาน และการสนับสนุน ทางด้านแนวคิดในการพัฒนาสินค้า ...OTOP จะมีการสนับสนุน และได้รับการยกเว้นมากกว่า SMEs เช่น ค่าเช่า ค่าเดินทาง ...และยังค่าแรงขึ้น 30 บาทต่อวัน เป็นเรื่องที่ยากมากที่ OTOP จะขยับขึ้นเป็น SMEs อาจจะมีบ้างแต่ก็เป็นกลุ่มน้อย ถ้ามองในระยะยาวแต่ละกลุ่มควรจะได้รับ การสนับสนุนเหมือนๆ กัน” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“รัฐบาลให้การสนับสนุน OTOP ค่อนข้างเยอะ แต่บางเรื่องก็ทิศทางไม่ชัดเจน พอถึงระดับหนึ่งแล้วจะพัฒนา OTOP ขึ้นไปเป็น SMEs ได้อย่างไร ยื่นด้วยหา

ตัวเองได้อย่างไร ไม่ต้องรอกขอเงินจากรัฐนี่คือสิ่งที่น่าเป็นห่วง กลุ่ม OTOP ไม่อยากโตเพราะเขาจะได้รับเงินสนับสนุนแบบที่เรียกได้ว่า 100 % ด้วยซ้ำ ค่าพื้นที่ ฟรีหมด แต่ปัญหาของ OTOP คือ จะไม่เป็นนิติบุคคล เพราะ 1. ต้องเสียภาษี 2. ถ้าเป็นนิติบุคคลแล้วจะไม่ได้รับการช่วยเหลือ เขากลัวว่า ถ้าข้ามไปเป็น SMEs แล้วเขาจะไม่ได้รับการช่วยเหลือ เขาเลยอยู่ของเขา แบบนี้” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

“นโยบายประชานิยมของรัฐบาลเรื่องค่าแรง 300 บาท มีผลกระทบโดยตรงกับผู้ประกอบการ SMEs ...พอขึ้นค่าแรงวัตถุดิบต่างๆ ก็จะขยับขึ้นตามไปด้วยทุกอย่างส่งผลกระทบต่อสิ่งนี้เอง” (สัมภาษณ์ ทศพร พันธ์อำพล, 18 กรกฎาคม 2556)

#### **D4. การจดทะเบียนสิทธิบัตร**

สิทธิบัตรเป็นหนึ่งในเกณฑ์ที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันและศักยภาพของประเทศในด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี รวมถึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการต่อยอดและพัฒนา ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ กระบวนการ ขั้นตอน ระยะเวลา และความรู้ความชำนาญของเจ้าหน้าที่

กระบวนการขั้นตอนในการจดทะเบียนสิทธิบัตรมีกระบวนการขั้นตอนที่ยุ่งยากและใช้เวลานานกว่าจะเสร็จขั้นตอนใช้เวลาประมาณ 1 ปี การผลิตสินค้าออกมาสินค้าจะมีวงจรของมัน โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นแฟชั่น วงจรแค่ 6 เดือนสินค้าก็ตกแล้ว...เวลาและขั้นตอนการจดทะเบียน เป็นอุปสรรคเจ้าหน้าที่ที่ทำหน้าที่จดทะเบียนก็ไม่มีความรู้ ทำหน้าที่แค่ รับจดทะเบียนขั้นตอนต่อไปอย่างไร ไม่สามารถบอกได้ (สัมภาษณ์ วิไล ไพจิตรกาญจนกุล, 12 กรกฎาคม 2556)

สำหรับกระบวนการการจดทะเบียนสิทธิบัตรควรมีการปรับปรุงขั้นตอนและกระบวนการเพิ่มอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับผู้ตรวจสอบจากภายนอกและมีการฝึกอบรมบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถเพื่อช่วยลดระยะเวลา ในการ

จดทะเบียน ...และสามารถให้บริการจุดเดียว (OneStopService) เพื่อลด  
ค่าใช้จ่าย (KENAN ASIA INSTITUTE, 2552)

#### 4.1.2 การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่ เมือง สร้างสรรค์

##### 4.1.2.1 ระบบการจัดการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

- M1. ความเชื่อมโยงของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น
- M2. กลไกการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐภายในท้องถิ่น
- M3. การนิยามความหมาย
- M4. การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ
- M5. นโยบายถูกสร้างจากส่วนกลาง
- M6. ความชัดเจนในการดำเนินนโยบาย
- M7. ความต่อเนื่องของนโยบาย
- M8. การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

##### 4.1.2.2 การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

- R.1 การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### 4.1.2.3 ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

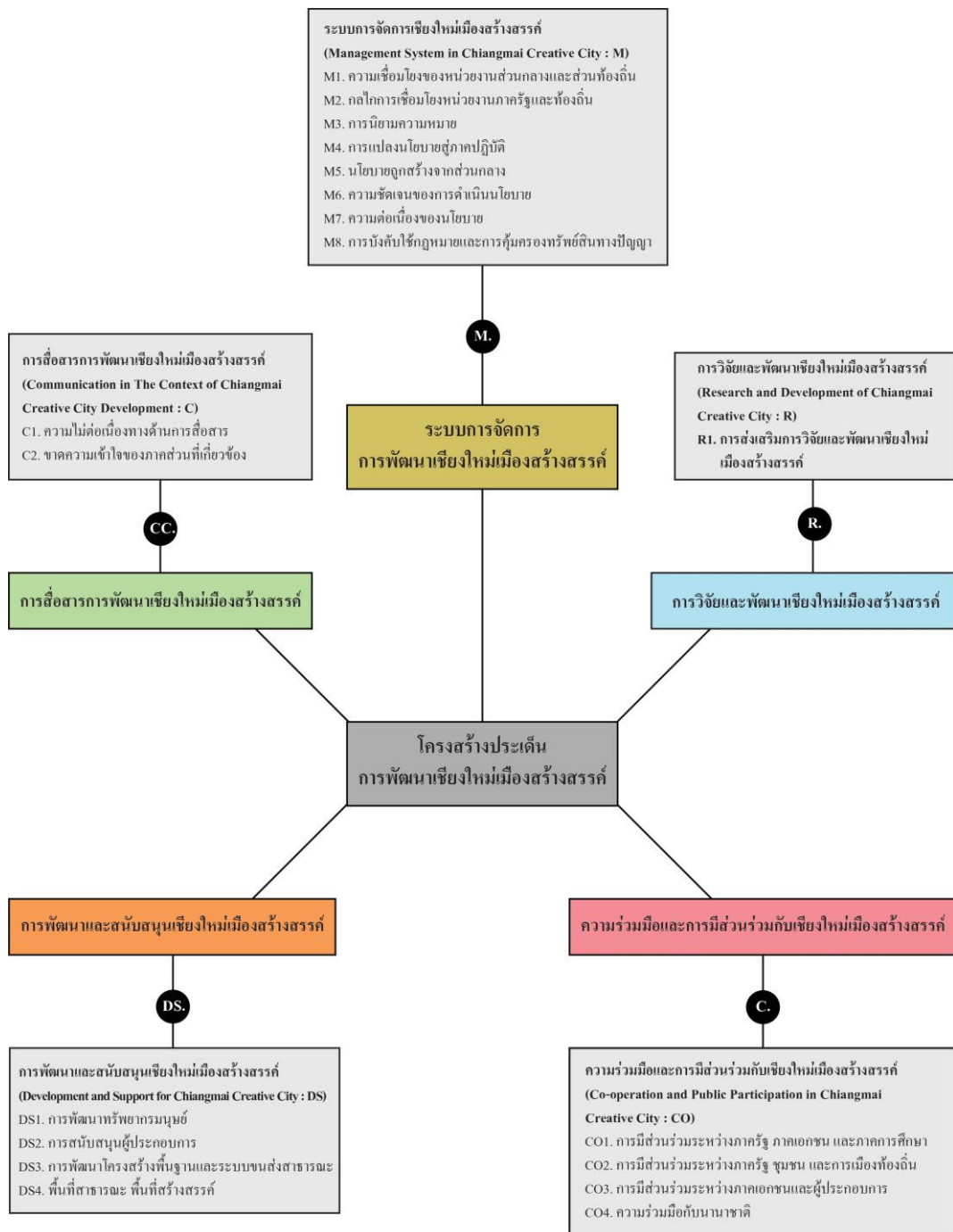
- C1. การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน
- C2. การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และการเมืองท้องถิ่น
- C3. การมีส่วนร่วมระหว่างภาคเอกชนและผู้ประกอบการ
- C4. ความร่วมมือกับนานาชาติ

##### 4.1.2.4 การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

- CC1. ความไม่ต่อเนื่องทางการสื่อสาร
- CC2. ขาดความเข้าใจของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1.2.5 การพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

- DS1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- DS2. การสนับสนุนผู้ประกอบการ
- DS3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบขนส่งสาธารณะ
- DS4. พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สร้างสรรค์



ภาพที่ 4.3 กรอบสร้างประเด็นสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์



#### 4.1.2 สถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ และแนวทางการประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### 4.1.2.1 การจัดการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

###### (Management System in Chiangmai Creative City : M)

###### M1. ความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐส่วนกลางและท้องถิ่น

หน่วยงานภาครัฐในแต่ละกระทรวง กรม กองจะมีโครงสร้างองค์กร ส่วนท้องถิ่นที่เชื่อมโยงจากส่วนกลางทั่วประเทศ โดยผ่านผู้ว่าราชการฯ ของแต่ละจังหวัดและองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นทั้ง อบจ. อบต. ซึ่งจะทำหน้าที่บูรณาการยุทธศาสตร์ระดับจังหวัด แผนงาน โครงการ ที่เชื่อมโยงกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากส่วนกลาง ผลจากการ สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ (ก) มีความพยายามที่จะเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานส่วนกลางและท้องถิ่น (ข) แต่นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบางหน่วยงาน ยังเป็นปัญหา การนำไปประยุกต์ใช้ในระดับท้องถิ่น

“จะเห็นได้ว่ามีความชัดเจนทางผู้ว่าฯ เห็นความสำคัญกับนโยบายนี้ ตั้งแต่ผู้ว่าฯ คนก่อนจนถึงคนปัจจุบัน สนับสนุนผลักดันเต็มที่และเป็นนโยบายที่ เอาเข้าไปในระดับจังหวัดเพื่อสนับสนุนงบประมาณ” (สัมภาษณ์ ทรพรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“2 ปีที่ผ่านมาเราได้รับเงินสนับสนุนจากรัฐบาลน้อยมาก ...ถ้าสภาพพัฒนาฯ เห็นความสำคัญของเมืองไหนงบประมาณน่าจะลงไปที่นั่น แต่เชียงใหม่ ไม่ได้ถูกเลือก ...สำหรับเชียงใหม่คงไม่ได้รับผลกระทบอะไรมาก แต่ถ้าได้รับการสนับสนุนจะเป็นเรื่องที่ดี...ถ้ามีนโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาและมีงบประมาณเข้ามาก็จะทำให้เราทำงานง่ายขึ้น” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องภู่ นิมาพันธ์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“ความคิดของนักการเมืองหรือบางกระทรวงยังไม่เข้าใจความเป็นหน่วยงานภายในท้องถิ่นแบบนี้ (CMCC) ...เรามีประสบการณ์ที่ไม่ดีเหมือนกัน กับส่วนกลาง เคยมี Project หนึ่งทางส่วนกลางเห็นว่าดี มีความน่าสนใจ เข้ามา

แทรกไป สุดท้าย Project นั้นก็ไม่เกิดขึ้น” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

## M2. กลไกการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐภายในท้องถิ่น

จังหวัดเชียงใหม่ได้เริ่มมีแนวคิดการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของรัฐบาลไทยในการที่จะพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศ โดยเป็นการร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษาของจังหวัดเชียงใหม่ ผลจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ (ก) มีความพยายามเชื่อมโยงการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐท้องถิ่นเป็นอย่างดี (ข) มุมมอง ความเข้าใจร่วม และความร่วมมือกันยังเป็นปัญหาในระดับท้องถิ่น (ค) ปัญหาสำคัญคืองบประมาณและหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง

“จะเห็นได้ว่ามีความชัดเจนทางผู้ว่าฯ เห็นความสำคัญกับนโยบายนี้ ตั้งแต่ผู้ว่าฯ ก่อนจนถึงคนปัจจุบัน สนับสนุนผลักดันเต็มที่และเป็นนโยบาย ที่เอาเข้าไปในระดับจังหวัดเพื่อสนับสนุนงบประมาณ” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“ถ้าเปรียบเทียบกับต่างประเทศ อย่างเช่นที่เมืองฮัมบูร์ก ประเทศเยอรมนี จะมี Creative Economy Agency เป็นองค์กรมหาชน ถ้าเปรียบเทียบกับเมืองไทยจะเป็นหน่วยงานภายใต้เทศบาล ตอนนี้เรายังผลักดันให้ตรงนี้เกิดไม่ได้ เพราะทางเทศบาลยังมีขนาดเล็ก อนาคตยังไม่ให้ความสำคัญเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่าไร อนาคตจะให้ความสำคัญกับเรื่องโครงสร้างพื้นฐาน ...ตอนนี้เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรงและยังไม่มีงบประมาณประจำ” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling ,6 มีนาคม 2556)

“เราให้ความสำคัญกับการทำงานแบบ Triple Helix เป็นการทำงานร่วมกันต้องมี 3 ฝ่าย คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา โดยมี Vision ไปทางเดียวกัน...แต่ทุกวันนี้มุมมองยังไม่เป็น Single Vision เพราะการทำงาน แบบ Triple Helix ทั้ง 3 ฝ่ายจะต้องเดินไปพร้อมกัน แต่ตอนนี้การขับเคลื่อน ของ

ฝ่ายภาครัฐยังไม่เท่ากับภาคอื่นๆ ถ้าภาครัฐเท่ากันมันจะไปได้ดีกว่านี้”  
(สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

“ถ้าเป็นในกระดาษ ลายลักษณ์อักษร เป็นแผนส่วนนั้นมี แต่สิ่งที่ยังขาดคือ การปฏิบัติ การทำงานร่วมกัน การมีส่วนร่วมระหว่างกัน การจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและเหมาะสมระหว่างภาครัฐและภาคปฏิบัติของเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

### M.3 การนิยามความหมาย

นโยบายการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย ถูกระบุเป็นครั้งแรกใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ภายใต้ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพ และยั่งยืน ซึ่งมีความสอดคล้องกับพันธสัญญาการขับเคลื่อนนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาล ข้อ 6 ที่มุ่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับ ภูมิภาค และท้องถิ่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้ โดยการต่อยอด ภูมิปัญญา ไทยและเมืองสร้างสรรค์ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่เห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังขาด การนิยามความหมายและการตีความที่ชัดเจน จึงส่งผลให้ใช้ประสิทธิภาพ หน่วยงานที่อยู่ได้อย่างไม่เต็มศักยภาพ

“เราต้องให้คำจำกัดความขอบเขตของเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ด้วยตนเอง ไม่ใช่ให้คนอื่นมานิยามคำจำกัดความ การนิยามความหมายอยู่ที่เรา ...อาจจะ เป็น 3 ชุมชนเป็นเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์หรือทั้งเมืองเชียงใหม่” (สัมภาษณ์ กุลวดี เจริญศรี, 8 เมษายน 2556)

“เราต้องนำคำว่า “เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” มาตีความเป็นวิธีคิดและวิธีคิดนี้ มีสิ่งใดประกอบอยู่บ้าง...แล้วจึงนำองค์กรที่มีอยู่มาประกอบว่าจะสนับสนุน ในเรื่องใด บทบาท นโยบาย และมุมมองในอนาคตควรเป็นอย่างไร” (สัมภาษณ์ สุวาริ วงศ์ทองแก้ว, 17 กรกฎาคม 2556)

#### M4. การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ

จังหวัดเชียงใหม่เริ่มปรับตัวเตรียมความพร้อมสำหรับพัฒนาจังหวัดไปสู่เมืองสร้างสรรค์ ได้มีการประกาศแต่งตั้งบุคคลเป็นคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ เพื่อเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่เห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) ในมุมมองของนักวิชาการและนักวิจัยสะท้อนปัญหา การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติยังคงขาดประสิทธิภาพ (ข) ปัญหาจากการไม่มีแผนแม่บทและงบประมาณส่งผลให้การปฏิบัติขาดความชัดเจน

“ส่วนภาครัฐเองงบประมาณด้านเมืองสร้างสรรค์น้อยมาก จากที่เก็บข้อมูล และเช็คข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ปีหนึ่งๆ งบที่เกี่ยวข้องกับ เมืองสร้างสรรค์จริงๆ ในส่วนจังหวัดและท้องถิ่นมีสามแสนบาท งบจริงๆ ที่มีจำนวนน้อย อาจจะเป็นเพราะว่างบไปซ่อนอยู่ในโครงการต่างๆ ของเชียงใหม่อยู่แล้ว อย่างเช่น เทศบาลมีการสร้างพิพิธภัณฑน์ใหม่ๆ เช่น พิพิธภัณฑน์พื้นเมือง ก็เป็นส่วนหนึ่งของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ได้ เพราะว่าถ้าคุณรอบคอบของ Unesco ที่เป็นข้อกำหนดของเขา เขาระบุว่าคุณต้องมี Museum, Gallery ที่บ่งบอกถึงความคิดเชิงภูมิปัญญา และสร้างสรรค์ แต่งบกระจายในการก่อสร้างเป็นส่วนแทรกอยู่ในส่วนต่างๆ คือ ไม่ได้บอกว่าเงินงบของเมืองสร้างสรรค์ คือ ไม่มีงบกลางจริงๆ ซึ่งเราก็ไม่รู้ว่าเขารู้หรือไม่” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เริ่มมาในหลายแผนพัฒนาฯ แต่เพิ่งจะมาชัดเจนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 และ 11 คนที่นำไปปฏิบัติไม่เข้าใจว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไร เลยทำให้ การนำไปใช้งานการประยุกต์ใช้หรือการจัดกิจกรรมมันไม่ตอบโจทย์ ที่แท้จริงอย่างที่ควรจะเป็น” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“คณะกรรมการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์แต่งตั้งโดยผู้ว่าราชการจังหวัดฯ แต่ไม่มีงบประมาณกลางและแผนนโยบายระดับจังหวัดสำหรับเมืองสร้างสรรค์ ...เชียงใหม่ไม่มีแผนแม่บท ถ้ามีแผนแม่บท การทำกิจกรรมทุกอย่าง ภายใต้แผนแม่บทจะต้องตอบสนองต่อยุทธศาสตร์ ถ้าเรามียุทธศาสตร์ เราจะเป็นเมืองสร้างสรรค์ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานใด ภาครัฐ ภาคเอกชน หรือจะขอ

งบประมาณเพื่อมาทำกิจกรรมมันต้องตอบ โจทย์ยุทธศาสตร์ คนที่ทำงานเกี่ยวกับเมืองสร้างสรรค์จะต้องตอบ โจทย์เชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เพราะฉะนั้นคิดว่าสิ่งนี้คือ ตัวหลักของแผนแม่บทของจังหวัดเชียงใหม่ คือ การกำหนดวิสัยทัศน์ว่าเมืองจะไปทางไหน แล้วภายใต้ทางที่จะไปต้องมี แผนแม่บทเป็นตัวควบคุมให้มันไป ถ้าคุณไม่มีแผนแม่บท คนนั้นอยากทำ อย่างนี้ อีกคนจะทำอีกอย่าง มันไปคนละเรื่อง” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

#### M5. นโยบายถูกสร้างจากส่วนกลาง

การสร้างนโยบายสาธารณะในบริบทการพัฒนาจะต้องเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนทั้งในระดับนโยบายและระดับภาคปฏิบัติซึ่งยังคงเป็นเรื่องใหม่ของภาครัฐไทย ภาครัฐยังคงเห็นว่าการสร้างนโยบายสาธารณะเป็นเรื่องของผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ข้อมูลทางวิชาการชั้นสูง ดังนั้นเมื่อกลไกทางส่วนกลาง สะดุดยอมส่งผลกระทบต่อถึงการรับและนำมาปฏิบัติในระดับท้องถิ่น ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็น ดังนี้

“ในยุคความรู้และสร้างสรรค์ นวัตกรรมเกิดจาก “ล่างขึ้นบน” ... ในขณะที่ นักนโยบายจากหน่วยงานรัฐ หรือสำนักงานองค์กรขนาดใหญ่ ใช้แนวทาง “บนลงล่าง” เป็นหลัก” (Rylie Sridhar, 2011)

“โครงสร้างการเมืองแบบไทยมีลักษณะรวมศูนย์หรือ Centralization อยู่ที่ส่วนกลางที่กรุงเทพทั้งหมด ส่วนท้องถิ่นต้องรับนโยบาย และแนวคิด ต่างๆ จากส่วนกลาง ... กลไกต่างๆ ผูกกับการเมือง ... หน่วยงานของภาครัฐ และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในราชการ ... ต่างคนต่างมีแผนที่พอจะรวมกัน ได้แล้ว แต่ยังขาดตรงกลาง ความเข้าใจ การมีส่วนร่วมระหว่างกัน การขาด ตรงนี้ ส่วนหนึ่งก็มาจากระบบราชการไทยด้วย เช่น การประชุมก็เปลี่ยนหน้า กันมา ไม่มีการทำงานอย่างต่อเนื่อง อย่างจริงจัง จะมาตามช่วงของนโยบาย กลางจากภาครัฐที่มาจากกรุงเทพฯ ช่วงไหนรัฐขับเคลื่อนก็ขับเคลื่อน ไฟไหม้ ฟาง” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

## M6. ความชัดเจนของการดำเนินนโยบาย

จังหวัดเชียงใหม่ เริ่มการพัฒนาจังหวัดให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 หนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ที่สำคัญคือ การสมัครเป็นหนึ่งในเครือข่าย เมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือยูเนสโก ผลจากการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) การพัฒนา เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์มีรูปแบบที่หลากหลายและขาดความชัดเจน ซึ่งส่งผลให้ (ข) กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์ขาดความชัดเจน ไปด้วย

“การพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่เป็นเมืองสร้างสรรค์อาจต้องเลือกแนวทางให้ชัดเจนในการเป็นเมืองสร้างสรรค์ ...จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพสูงที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ในหลายด้าน มีการขับเคลื่อน เมืองเชียงใหม่สู่การเป็นเมืองแห่งภาพยนตร์และมัลติมีเดีย เมืองแห่งงานฝีมือ และศิลปะพื้นบ้าน เมืองแห่งเทคโนโลยีสารสนเทศของภูมิภาค และเมืองแห่งศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ที่หลากหลายรูป ...การพยายามผลักดัน การเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่หลากหลายรูปแบบมากเกินไป ทำให้พลัง การขับเคลื่อน จังหวัดเชียงใหม่สู่การเป็นเมืองสร้างสรรค์ไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร” (ธีระพงษ์ มาลัยทอง, 2553 วารสารเศรษฐกิจสังคม)

“ตอนนี้เราต้อง Focus ให้ชัดว่าเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เราจะสร้างสรรค์ไปด้านไหน ที่ผ่านมาเขาพยายามเขาพยายาม Debate ระหว่างสร้างสรรค์ทางด้านวัฒนธรรมกับทางด้านไอที ซึ่งเรายังไม่ Position ตัวเองเลยว่าเราจะไปทางไหนแน่ ...พอทำงานก็เหมือนขัดแย้งไปในตัว ...ถ้ามองตาม การแยกแยะของ Unesco เราน่าจะ Position ตัวเองให้ชัดๆ ก่อน แต่จริงๆ เขาก็ชัดว่าเราจะไปทางด้านวัฒนธรรมแต่พอไปก็ไปไม่ได้ไม่สุด” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“ตอนนี้เราเลือกแล้วหรือยังว่าจะเป็เมืองสร้างสรรค์แบบใด ถ้าจะเป็นเมืองหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน เราก็ผลิตกิจกรรมและผลักดันเรื่องของหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้านตามเป้าหมายที่เราจะเลือก เช่น จัดงาน Expo, Craft Expo แต่ทุกวันนี้บ้านเราจัดแต่งงานแฟร์ งานขายของ” (สัมภาษณ์ อ.ดร. ภัคคิกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“ต้องกำหนดก่อนว่าเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จะสร้างสรรค์อะไร และอะไร คือ ความสร้างสรรค์ คุณ จะบอกว่าเอาทั้ง Design, Animation, Film, Cartoon หมายความว่า สินค้าและบริการสร้างสรรค์ คุณจะเอาหมด ทุกตัว หรือ คุณทำได้ไหม อะไรคือจุดเด่น กลับไปดูประวัติศาสตร์ของเมืองว่า ประวัติศาสตร์ของเมืองเคยเข้มแข็งเรื่องไหน คุณวัฒนธรรมดั้งเดิมของเรา มีรากฐานมาจากทรัพยากร ฐานองค์ความรู้ ความชำนาญด้านไหน แล้วต่อ ยอดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์และบริการแล้วใช้เทคโนโลยีใหม่เข้ามาแล้วใช้ การบริหารจัดการเข้ามา มันจะถึงครบคำว่าระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์” (สัมภาษณ์ กุลวดี เจริญศรี, 8 เมษายน 2556)

#### M7. ความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบาย

การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เกิดจากความร่วมมือกันระหว่าง มหาวิทยาลัยในท้องถิ่น บริษัทและองค์กรของภาคเอกชน การปกครอง ส่วนท้องถิ่น องค์กรที่สำคัญของภาครัฐ และชุมชน โดยวิสัยทัศน์การพัฒนา จะมีความสอดคล้องกับนโยบายรัฐในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน ประเทศ ผลจากการกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ “สำนักศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยมาเรียนคุยกับทางผู้ว่าราชการจังหวัด ทางผู้ว่าราชการจังหวัดก็รับคำ แต่เนื่องจากเกิดอะไรขึ้นบางอย่าง ทำให้ในขณะนี้ ท้องถิ่นก็ยังไม่เข้าใจแนวคิด การพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์เลยยังไม่ไปไหน รวมทั้งยังไม่มีการประสานความเข้าใจ ในเรื่องนี้” (สัมภาษณ์ กุลวดี เจริญศรี, 8 เมษายน 2556)

“จากการจัดประชุม 3-4 ครั้งที่ผ่านมา ...เชิญหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคธุรกิจ ท้องถิ่นและชุมชน ที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดของเมือง สร้างสรรค์ มาร่วมประชุม สิ่งที่เกิดขึ้นและเป็นปัญหาใหญ่ที่ยังแก้ไม่ได้ และเกินความสามารถของคณะทำงานคือ ความต่อเนื่องทุกครั้ง การประชุมทุกคนจะสลับกันมา หน่วยงานเดิมสลับกันมาใหม่ เพราะฉะนั้น หน้าใหม่มาก็ทำอะไรไม่ได้ เพราะอันเก่าเขาก็ไม่รู้และเริ่มนับหนึ่งใหม่ คราวหน้าคนใหม่ก็มาอีกก็ ไม่ต่อเนื่อง เพราะฉะนั้นจึงกลายเป็นนับหนึ่ง ตลอดเวลา พอนับหนึ่ง ตลอดเวลาเราก็ไม่เดินไปไหนสักทีนี่คือหน่วยงาน ที่เป็น provider ให้เป็นเมืองเชียงใหม่ได้” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่มีความสนใจที่จะขับเคลื่อนการเสนอให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโก ...เราจะขับเคลื่อนในปีหน้าโดยเราจะทำงานกับภาคีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและส่วนต่างๆ ที่จะส่งเสริมให้ศิลปะ หัตถกรรมแข็งแกร่งขึ้น สร้างพื้นฐาน ของการทำงานให้เป็นระบบและแข็งแกร่งขึ้น” (สัมภาษณ์ สุวาริ วงศ์ทองแก้ว , 17 กรกฎาคม 2556)

#### **M8. การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา**

ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายทางด้านลิขสิทธิ์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิ่งสำคัญในการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ทั้งในระดับปัจเจกและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ทั้งในระดับประเทศและในแต่ละพื้นที่ ประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายของประเทศไทย ยังมีปัญหาจากมุมมองของนักวิชาการ ดังนี้

“ถนนคนเดินก็เป็น Space ที่สำคัญที่เชียงใหม่ทำและประสบความสำเร็จ เป็นเวทีที่คนเข้ามาทำมาหากิน เวทีที่แสดงความรู้ เวทีที่แสดงงานศิลปะ มันเคยสร้างสรรค์อยู่ช่วงเวลาหนึ่ง แต่ตอนนี้ไม่สามารถขยับต่อไปได้อีก เพราะสินค้าเริ่มมีการลอกเลียนแบบ สิ่งใหม่ๆ ไม่เกิด ถนนคนเดินช่วงเริ่มต้น มีนักศึกษาวิจิตรศิลป์ไปวาดรูป ขายรูป เป็นพื้นที่สร้างสรรค์ แต่จากการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา มีพื้นที่สร้างสรรค์ แต่ขาดการคุ้มครองความคิด ...เราต้องมีการสร้างนโยบายในเรื่องการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทำมาแล้วได้รับการคุ้มครองเต็มที่ใครๆ ก็อยากคิด” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุลรัตน์, 19 มีนาคม 2556)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright © by Chiang Mai University  
All rights reserved

#### **4.1.1.2 การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

(Research and Development of Chiangmai Creative City : R)

##### **R.1 การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เกิดจากความร่วมมือของหลายภาคส่วนในพื้นที่ หนึ่งในภาคส่วนที่มีความสำคัญคือ สถาบันการศึกษาภาครัฐ และเอกชนในพื้นที่ เป็นสถานที่รวบรวมบุคลากรที่มีศักยภาพ รวมทั้งเป็น



สถานที่สำคัญในผลิตงานการวิจัยและพัฒนา ผลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) เชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ยังขาดงานวิจัยในเชิงลึก (ข) ปัจจัยด้านปัญหา งบประมาณ และการสนับสนุน

“...เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เรื่องของการวิจัยและพัฒนาที่ผ่านมา เรายังไม่ได้มีการทำอย่างเป็นจริงเป็นจัง ที่ผ่านมามีการเก็บข้อมูล กันเป็นการเก็บข้อมูลที่ใช้ในโครงการที่เราทำ อย่างเช่น โครงการของ กรมทรัพย์สินทางปัญญาที่เราทำเป็น City of Craft จะเชื่อมโยงกับ โปรเจกของยูเนสโก ที่เป็น City of Craft and Folk Art ก็จะมีการเก็บข้อมูล มีการวิจัยเพื่อเขียน Proposal เพื่อนำเสนอ แต่ถ้าวการวิจัยในเชิงลึกจริงๆ เรายังไม่เคยทำถึงขนาดนั้น” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องภู่ นิมาพันธ์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“...สิ่งที่ยังขาดอยู่คือ Baseline Study ซึ่งทำไม่ง่ายและต้องใช้งบประมาณ ... เวลาเราไปเมืองต่างๆ ในต่างประเทศ เขาจะมี Report ว่าเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ของเขาทำอะไร มีอะไรบ้าง อัตราการจ้างงานเท่าไร มีบริษัท กี่บริษัท เป็นสิ่งที่เราอยากได้ แต่ต้องใช้งบประมาณ” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

“มีหลายหน่วยงานที่เหมือนจะสนับสนุนเรื่องการวิจัย ... ในส่วนตัวคิดว่า งานวิจัยยังมีจำนวนน้อย โดยเฉพาะการวิจัยเรื่องแนวโน้มการตลาด ของสินค้า หัตถกรรม บางทีจุดนี้ผู้ประกอบการยังต้องลองผิดลองถูก ด้วยตนเอง” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

“บุคคลหรือกลุ่มต่างๆ พยายามทำกิจกรรม ทำงานวิจัย แต่การส่งเสริม การวิจัยยังน้อยไป ...งบประมาณได้รับการสนับสนุนไม่เต็มที่ ... ในส่วนตัว ขอจากแหล่งทุนงบประมาณแผ่นดินในการทำวิจัย การสนับสนุนก็แยกส่วนแล้วแต่จะไปขอที่ไหน” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

#### 4.1.1.3 ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

(Co-operation and Public Participation : CO)

##### CO1. การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา

การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ในประเด็นความร่วมมือและการมีส่วนร่วมที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาค

การศึกษา ถือเป็นประเด็นที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เนื่องจากทั้งสามฝ่ายที่กล่าวข้างต้นถือว่าเป็นผู้มีส่วนสำคัญและเป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเริ่มมีความร่วมมือที่ดี (ข) แต่ในภาครัฐประเด็น กฎระเบียบ ขั้นตอน ทำให้การขับเคลื่อนในประเด็นความร่วมมือยังดูช้า กว่าภาคส่วนอื่น

“ช่วงหลังจะเห็นว่าเอกชนเข้ามามีบทบาทในการทำกิจกรรมเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ค่อนข้างเยอะ ...ทำให้เห็นภาพว่ามีการร่วมมือของทั้งรัฐ เอกชน ประชาชนทั่วไป ก็มาช่วยสนับสนุน ...เป็นนิมิตหมายอันดีที่เป็นการร่วมมือกันทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน ทำให้งานเดินได้ในระดับหนึ่ง” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“เราให้ความสำคัญกับการทำงานแบบ Triple Helix เป็นการทำงานร่วมกัน ต้องมี 3 ฝ่าย คือ ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา โดยมี Vision ไปทางเดียวกัน ...แต่ทุกวันนี้มุมมองยังไม่เป็น Single Vision เพราะการทำงาน 3 ฝ่าย จะต้องเดินไปพร้อมกัน แต่ตอนนี้ฝ่ายภาครัฐยังไม่เท่า ถ้าภาครัฐเท่ากันมันจะไปได้ดีกว่านี้” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ 1 มิถุนายน 2556)

“ด้านนโยบายภาคการศึกษาและภาคเอกชนค่อนข้างชัดเจน แต่ภาครัฐเองต้องแยกแยะออกเป็นหน่วยงาน บางหน่วยงานรับมอบหมายภารกิจโดยตรง ก็อาจให้ความสนใจเข้าร่วมประชุม” (สัมภาษณ์ สุวารี วงศ์ทองแก้ว, 17 กรกฎาคม 2556)

“ภาคเอกชนและภาคธุรกิจทุกวันนี้เขาปรับตัวแล้ว ขยับมาก่อนที่จะมีโครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ด้วยซ้ำ เช่น บ่อสร้าง บ้านถวายเป็นเพราะเขาเผชิญกับความเปราะบางของชีวิต การได้มาซึ่งเงิน เรื่องของธุรกิจ เพราะฉะนั้นเขาต้องปรับตัว เขาไม่รู้ว่าหรอกว่านี่จะเป็นเมืองสร้างสรรค์หรืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์หรือเปล่า เขาไม่รู้ทฤษฎี แนวคิด กรอบคิด แต่เขารู้ว่า สิ่งที่ต้องทำ

คือ ต้องปรับตัว ต้องเปลี่ยนแบบ ต้องดึงคนขายคนซื้อเข้ามา” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

### CO2. การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และการเมืองท้องถิ่น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ได้เริ่มมีกรอบประเด็นความร่วมมือและการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาประเทศ เพื่อปรับระบบบริหารจัดการ เปิดโอกาสให้องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชน ชุมชน และประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ในฐานะนักวิชาการ ได้แสดงความคิดเห็นดังนี้

...ทุกวันนี้ชุมชนต้องทำด้วยตนเอง เขาไม่รอภาครัฐแล้ว ถ้ารอเขาก็อยู่ไม่ได้ ... กลุ่มผู้นำชุมชนมีการรวมตัวกันเองที่จะช่วยกันในเรื่องการค้าขาย การออกแบบ การส่งออก ชุมชนเป็นหน่วยเล็กที่สุดเป็นผู้ผลิต ถ้าพูดถึงในแง่หัตถกรรมก็มีหลายแห่งในเชียงใหม่จะกระจายอยู่รอบๆ เมืองเชียงใหม่ ...จากการได้พูดคุยกับสälาคณหนึ่งที่ทำเรื่องเครื่องปั้นดินเผา ทุกวันนี้ชุมชนต้องพึ่งพิงตัวเองสูงมาก อย่างกลุ่มของเขามีภาครัฐ เข้าไปทำการศึกษา ทำงานวิจัย สุดท้ายก็เงียบหายไปไม่เกิดเป็นรูปธรรมขึ้นมา หรืองบประมาณเข้าไปช่วยเหลือก็มีบ้างแต่ไม่ต่อเนื่อง (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

### CO3. การมีส่วนร่วมระหว่างภาคเอกชนและผู้ประกอบการ

สิ่งหนึ่งที่ ชาร์ลส์ แลนดรี (Charles Landry) พูดถึงสิ่งสำคัญของเมืองสร้างสรรค์คือ การมีผู้ประกอบการสร้างสรรค์ หรือ Creative Cluster จะมีส่วนสำคัญมากในการผลักดันให้เกิดการทำงานร่วมกัน การต่อยอด รวมทั้งประยุกต์ใช้ให้เกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายในเมืองสร้างสรรค์ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แสดงความคิดเห็นในฐานะ นักวิชาการในประเด็นอุปสรรคของการสร้าง Cluster ของเชียงใหม่ ดังนี้

สมาคมผู้ผลิตและส่งออกสินค้าหัตถกรรมภาคเหนือ (Nohmex) เป็นตัวอย่างหนึ่งของการรวมกลุ่มผู้ประกอบการ ...แต่พบว่า Cluster ของเมืองไทยและ

เชียงใหม่สร้างยากมาก เริ่มแตก เริ่มมีปัญหา แบ่งเป็นพรรคพวก เป็นฝ่าย Cluster เกิดยากมาก วิทยาลัยสื่อฯ เคยไปทำ Cluster หัตถกรรมที่วัวลาย สุดท้าย Cluster ของเชียงใหม่ขยับไม่ได้ รวมได้แค่เป็นกลุ่มเล็กๆ เช่น กลุ่ม บ้านถวาย กลุ่ม Nohmex กลุ่มบ่อสร้าง เป็นกลุ่ม Cluster ย่อย ซึ่งขยับเป็นกลุ่ม Cluster ใหญ่แบบ Association ลำบาก (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

#### CO4. ความร่วมมือกับนานาชาติ

การสมัครเป็นหนึ่งในเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การศึกษาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติหรือยูเนสโก เมืองที่จะเป็นเมืองสร้างสรรค์ จะต้องร่วมเป็นภาคีเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ในประเภทเดียวกัน ผลจากการ สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ (ก) หน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญของการทำงานร่วมกันกับ นานาชาติ มีการประชุมระดับนานาชาติ มีการแลกเปลี่ยนความรู้ทางวิชาการ และความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (ข) แต่ยังคงขาดความร่วมมือเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์ ดังนี้ “สถานทูตอเมริกามีการจัด Conference เป็นการประชุมวิชาการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นไปที่ การพัฒนา Software, Digital Content และ British Council จากประเทศอังกฤษมีโครงการช่วยเหลือ ในด้าน Web Site, Animation, E-Commerce เข้ามาช่วยเหลือใน สาขา อุตสาหกรรมหัตถกรรม ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องกัญ นิมานันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“British Council มีข้อตกลงระหว่างประเทศในการสนับสนุนเรื่อง Creative ... เพราะฉะนั้นทาง British Council จะมียงบประมาณสนับสนุนกิจกรรม ส่วน หนึ่งในหมวด Handicraft ... โดยทาง British Council มองว่าอุตสาหกรรม ทางด้าน Craft ของเชียงใหม่สามารถเติบโตได้ ... โดยเป็นการทำงานร่วมกับ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์โดยตัวแทนในการทำงานร่วมกับ British Council คือ CAMT, STEP และ Nohmex โดยเป็นข้อตกลงในการพัฒนา Website โดย การใช้ Media ,Digital” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

“...Unesco ระบุว่า การจะเป็นเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จะต้องเป็น Sister City กับเมืองอื่นๆ ที่อยู่ในสาขาเดียวกัน เช่น เชียงใหม่จะเป็นเมืองแห่งหัตถกรรม และศิลปะพื้นบ้าน จะมีอยู่ 5 เมืองที่ได้รับเลือกจาก Unesco ไปแล้ว เราต้องไป Sister City กับเข้าให้ได้ ...แต่เรายังไม่ มีเท่าที่คุยกับเทศบาลเคยไปจด กับเมืองต่างๆ เพื่อเป็น Sister City แต่ยังไม่ มีแผนที่เป็นความร่วมมือที่ เฉพาะทางจริงๆ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

#### 4.1.1.4 การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

(Communication in The Context of Chiangmai Creative City

Development: C)

##### C1. ความไม่ต่อเนื่องทางการสื่อสาร

กระบวนการสื่อสารนโยบายหรือการพัฒนา การสร้างความรับรู้ และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งที่สำคัญ เนื่องจากนโยบายหรือการพัฒนา ย่อมมีผลต่อบุคคลหรือกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียต่างๆ ผลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แสดงความคิดเห็นในฐานะผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ ที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ คือ ปัญหาเรื่องงบประมาณ ดังนี้

“เรามีงบประมาณจำกัดในการทำการสื่อสาร เราได้รับการสนับสนุน จากบริษัทปิยาโฆษณา ทำปิยาโฆษณาให้ฟรี จินโฆษณาให้ฟรี ซึ่งอยู่ได้เพียง ช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น เพราะเขาต้องทำอย่างอื่นต่อ ปัญหาเรื่องงบประมาณ มีค่อนข้างมาก” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องกัญ นิมนันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

##### C2. ขาดความเข้าใจของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังขาดความเข้าใจกับการสื่อสารกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เพื่อนำมาสู่การวางแผน การสื่อสารที่ตอบสนองแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังขาดความชัดเจน ซึ่งส่งผลถึง (ข) ความไม่เข้าใจในการพัฒนาของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ แต่อย่างน้อย (ค) มีบางกลุ่มความพยายามทำกิจกรรมและการสื่อสาร

“ขาดความรู้และความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ รวมทั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นปัญหาที่สำคัญ ...จากการลงไปสัมผัสภายในพื้นที่เมื่อพูดถึงเมืองสร้างสรรค์

ประชาชนชาวบ้านจริงๆ ไม่รู้ว่าเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์คืออะไร” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“ในมุมมองของผู้ประกอบการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังขาดความชัดเจน ไม่ทราบว่ามิติวัตถุประสงค์อย่างไร มีแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่ ไปในทิศทางใด ...เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ต้องประกาศให้ชัดว่า กำลังทำอะไร เรา รู้แค่เพียงว่าเชียงใหม่จะทำอะไรที่เรียกว่าสร้างสรรค์ ตอนนี้ยังดูเป็นนามธรรม” (สัมภาษณ์ วิไล ไพจิตรกาญจนกุล, 12 กรกฎาคม 2556)

“ปัญหาหลักคือ บางคนไม่เข้าใจถึงคำว่า เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์คืออะไร คิดว่าถ้ามันเกิดขึ้นแล้วจะไปเปลี่ยนแปลงอะไรต่างๆ ที่เคยมีอยู่ เปลี่ยนแปลง ศิลปวัฒนธรรมที่เคยมี เราพยายามสื่อสารออกไปว่า มันไม่ใช่อย่างนั้น” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องกัญ นิมานันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“คนยังไม่รู้จักเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ว่าคืออะไร จะรู้จักเฉพาะกลุ่มที่ทำงานเกี่ยวกับ คนที่อยู่นอกเหนือไปยังไม่ค่อยเข้าใจ Awareness ยังไม่ชัดพอ สำเนียงการรับรู้ของคน Awareness ลงไปถึงระดับผู้ผลิตจริงๆ น้อยมาก จากการลงพื้นที่ชาวบ้านก็ยังไม่เข้าใจ ...สำเนียงของคนลงไปถึงระดับ ผู้ผลิตจริงๆ น้อยมากจากการลงพื้นที่ ชาวบ้านยังไม่เข้าใจว่าเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์คืออะไร แต่ก็ยังดีที่มีกลุ่ม CMCC ที่มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีการบรรยาย การประชุม ให้เกิดเป็นแนวร่วม นี่เป็นสิ่งสำคัญและน่าสนใจ” (สัมภาษณ์ อ.ดร. กัทติกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

#### 4.1.1.5 การพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

(Development and Support for Chiangmai Creative City: DS)

##### DS1. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความสามารถ ศักยภาพ และความคิดสร้างสรรค์ ของมนุษย์ได้กลายเป็นทรัพยากรสำคัญในยุคปัจจุบัน โดยการวางแผน และการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงทิศทางในการพัฒนา

เศรษฐกิจของเมืองสร้างสรรค์ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ แสดงความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) สักยภาพ ของนักศึกษาที่มีอยู่ภายในพื้นที่ รวมทั้ง (ข) จัดทำหลักสูตรที่มีความชัดเจน และสอดคล้อง กับทิศทางการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์ และ (ค) ปัญหาการขาดช่วง ของผู้สืบทอดภูมิปัญญา ดังนี้

“เรามีเอกชนอยู่ในเครือข่ายของเรา เพราะฉะนั้น Need ของเอกชน ก็จะ กลายเป็น Demand ...มีการพูดคุยว่าเราน่าจะมีการปรับเรื่องศักยภาพของ นักศึกษาของเราให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อ Serve ตลาดที่จะเกิดขึ้นให้มากขึ้น แต่ ตอนนี้ตลาดยังไม่ค่อยโต แต่ Supply ของเรามี เราจะต้องปรับคุณภาพของ Supply เรื่องของนักศึกษาที่จะออกไปสู่ตลาดให้ตรงกับความต้องการให้มาก ยิ่งขึ้น” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องกัญ นิมนันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556)

“ต้องจัดทำหลักสูตร ถ้าเราจะ Focus ในเรื่องของหัตถกรรม ...เราต้องสร้างคน บุคคลากรขึ้นมาเรื่อยๆ ในด้านที่เราถนัด ภูมิปัญญาเรามี ความรู้เรามี แต่ใน ระบบมหาวิทยาลัยในหลายๆ ที่แทบไม่ได้สอน อย่างมหาวิทยาลัย เชียงใหม่ คณะวิจิตรศิลป์ก็มีบ้างแต่ไม่ได้สร้างเป็นหลักสูตรที่ชัดเจน มี Certificated รองรับเอาไว้ไปทำมาหากินได้ ของเราก็มีแต่จะทำกันเอง เปิดบ้านสอน อย่าง โรงเรียนสืบสานภูมิปัญญา แต่มันจะไม่ขยาย ไม่มีการรองรับเขา ทรัพยากร มนุษย์ก็ร่อยหรอ ขาดช่วง ทุกวันนี้การศึกษาไทย ไม่ตอบโจทย์การสร้าง ทรัพยากรมนุษย์ในท้องถิ่นจริงๆ เป็นการตอบโจทย์ อุตสาหกรรมภาคธุรกิจ เป็นหลัก การสอนทุกวันนี้ปรับปรุงหลักสูตร เพื่อให้เข้าสู่โรงงาน บริษัท มากกว่าที่จะรองรับภูมิปัญญา ความเป็นท้องถิ่น หรือการสร้างทุนมนุษย์ อย่างยั่งยืนได้” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“7 มหาวิทยาลัยที่อยู่ในการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มีทีเปอร์เซนต์ ที่มี ส่วนร่วมจริงกับคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถือน้อยมาก อย่าง มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เองก็มีแค่ไม่กี่หน่วยงานที่มุ่งตรงไปในด้านนี้ มหาวิทยาลัยที่ป้อน Creative Class ก็จะแบ่งเป็นคณะไม่ชัดเจน โดยตรง เหมือนกับมหาวิทยาลัยต่างชาติที่จะเป็น Creative University” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

“ปัญหาในชุมชนที่เกิดขึ้นและเป็นปัญหาใหญ่คือ แรงงาน เพราะภูมิปัญญา วัฒนธรรมเหล่านี้ต้องมีการสืบทอดรุ่นต่อรุ่น เพื่อเอาความรู้จากรุ่นพ่อแม่ ให้ ไปสู่รุ่นลูก หลานต่อไปเรื่อยๆ เพราะพื้นฐานของคนในสังคมไทยเรา ไม่ชอบ การเขียนไม่ชอบการเก็บเป็นสูตร แบบลายลักษณ์อักษร ค่อนข้างมีน้อย แต่ ทำยุดความรู้ที่เรียกว่า Tacit Knowledge คือสิ่งที่ฝังอยู่ในตัวมันชัดเจนกว่าคนที่ ไปทำงานวิจัย เขาก็แค่ไปดู ถ่ายรูป แต่ไม่เท่ากับ คนที่ทำที่เขามี Tacit Knowledge ที่ฝังอยู่ในตัว สืบทอดกันมา ซึ่งมันต้อง เกิดจากการปฏิบัติ ปัญหา ใหญ่คือ การขาดช่วงของคน พ่อครูแม่ครูอายุมากขึ้น ทุกวัน เด็กรุ่นหลังขาด หายไป โดยพื้นฐานการทำหัตถกรรมบ้านเรา ไม่ใช่เป็นอาชีพที่น่ายกย่อง การ ที่เด็กคนหนึ่งอายุ 17-18 จะเป็นช่างปั้น ช่างแกะสลัก กับการเรียนใน มหาวิทยาลัยค่านิยมก็ต่างกันแล้ว” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

## DS.2 การสนับสนุนผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการนักสร้างสรรค์ (Creative entrepreneur) คือ กลุ่มคนที่มีบทบาท อย่างมากต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในรูปแบบนี้ เพราะคนกลุ่มนี้ เป็นกลุ่มที่ สร้าง หรือนำเอาแนวคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ที่มีอยู่มาก่อให้เกิด เป็นสินค้าและบริการ ที่สร้างให้เกิดการจ้างงาน รายได้ และการเติบโตทาง เศรษฐกิจ ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ส่วนใหญ่ มีความคิดเห็น ไปในทิศทางเดียวกัน คือ (ก) มีหลายหน่วยงาน ภายในพื้นที่พยายามส่งเสริม ศักยภาพผู้ประกอบการ

“โครงการ Lanna Collection โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์ และ เทคโนโลยีแห่งชาติ เป็นการอบรมให้ความรู้เรื่องศิลปวัฒนธรรมล้านนา กับ ผู้ประกอบการ นำมาผสมผสานกับสินค้าและบริการให้สามารถขายได้ ใน ตลาดโลก” (สัมภาษณ์ ทศพร พันธ์อำพล, 18 กรกฎาคม 2556)

“โครงการ Creative Lanna เป็นโครงการที่ร่วมกับหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการพัฒนาผู้ประกอบการในด้าน Product Development โดยนำนักศึกษา ที่ใกล้จบหรือ Designer มาจับคู่กับผู้ประกอบการ และอีกหนึ่งโครงการคือ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบสาขาเชียงใหม่ร่วมกับฝ่ายเกมใหม่ เป็นการนำ



นักศึกษาที่กำลังจะจบในสาขา Textile มาประกบคู่กับ ผู้ผลิตในสาขาเดียวกัน” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

### DS3. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบขนส่งสาธารณะ

โครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคมขนส่ง เป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องการตอบสนองต่อการใช้งานตามบทบาทของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งสามารถยกระดับทางเศรษฐกิจ สังคม และเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างแท้จริง จึงจำเป็นต้องใช้องค์ความรู้ ความเข้าใจพื้นที่ในการวางแผนและ ออกแบบทางกายภาพถนนและส่วนประกอบให้มีความถูกต้องและมีความ ยั่งยืนต่อไปอีกด้วย ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน (ก) ภาครัฐยังไม่ให้ความสำคัญกับ กายภาพทางธรรมชาติของพื้นที่กับการพัฒนา (ข) ภาคเอกชนยังไม่มี ความร่วมมือกับภาครัฐเท่าที่ควร (ค) ปัญหาการขนส่งสาธารณะเป็นสิ่งที่ หน่วยงานในพื้นที่ต้องแก้ไขอย่างจริงจัง

“ผังเมืองของเชียงใหม่ก็เป็นปัญหาใหญ่อันหนึ่งที่ยังแก้ไขไม่ตก ธรรมชาติ ของเมืองเชียงใหม่คือ เป็นลักษณะของเมืองใหม่บนเมืองเก่า พอเราสร้างเมืองใหม่ ซ้ำทับเมืองเก่าลงไปเรื่อยๆ พื้นฐาน

ของเมืองเชียงใหม่ คือเมืองโบราณ ลักษณะของเมืองเป็นชอกชอยเล็กๆ ย่อยๆ เต็มไปหมดจะไม่เป็นบล็อก ถนนก็จะแคบ เพราะฉะนั้นไม่ได้สร้าง ขึ้นมาเพื่อรองรับความเป็นเมืองใหญ่ คิดถึงพื้นฐานความปลอดภัยถ้าไฟไหม้รถดับเพลิง ก็ไม่สามารถเข้าได้” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

“ถนนทำแพซังเป็นถนนเส้นธุรกิจ มีโครงการวิจัยปรับปรุงหน้าอาคาร ว่าควรปรับปรุงอย่างไร อาคารเก่าควรทำอย่างไร พื้นที่ตรงนั้นเป็นของเอกชน เราไม่สามารถทำอะไรได้เนื่องจากเขาไม่ร่วมกับเรา” (สัมภาษณ์ สุดารัตน์ อุทธา รัตน์, 28 กุมภาพันธ์ 2556)

“หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีลักษณะเป็นผู้จัดหา (Provider) เหมือนกับเมืองต่างๆ ทั่วโลก ที่มีหน้าที่เตรียมสิ่งที่ควรจะให้ ควรจะมี ควรจะเป็น ...จากการไปดูงานที่เมืองคานาซาวา ประเทศญี่ปุ่น รัฐมีส่วน ในการวางระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งต่างๆ ทั้งเมือง ...ส่วนของ

ผู้จัดหา (Provider) ต้องเป็นหน่วยงานที่ทำงานได้ และมีงบประมาณ คือ หน่วยงานภาครัฐ แต่บ้านเราพบว่าผู้ที่มีหน้าที่จัดหา เขาเตรียมสิ่งที่ควรจะมีไม่ครบถ้วนอย่างที่เห็นได้ชัดในเมืองเชียงใหม่ ระบบขนส่งเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเมืองสร้างสรรค์ เพราะคุณจะไปถึงพื้นที่ พื้นถิ่นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง หัตถกรรมหรือซอร์ฟแวร์ การที่คนอยากจะ มาร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ การไปถึงจุดหมายปลายทางมันต้อง ไปง่ายมาง่าย สะดวก แผนที่ผังเมืองต้องชัดเจน ...เชียงใหม่ระบบขนส่ง ยังไม่มี รถแดงก็มีปัญหา แท็กซี่ก็ไม่สะดวก ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

#### **DS4. พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สร้างสรรค์**

พื้นที่สาธารณะและพื้นที่สร้างสรรค์ มีความสำคัญโดยจะเป็นส่วนสำคัญ ที่ทำให้เกิด ปฏิสัมพันธ์ของคนในการพบปะ แลกเปลี่ยน พูดคุย มีส่วนช่วย ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (Landry Charles, 2000) ผลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญส่วนใหญ่ มีความคิดเห็นไปในทางเดียวกันกล่าวคือ (ก) พื้นที่สาธารณะและพื้นที่สร้างสรรค์ยังมีไม่เพียงพอ รวมทั้ง (ข) ยังคงมีปัญหาในเรื่องขั้นตอนและกฎระเบียบการขอใช้สถานที่

“ถ้าพูดถึงเรื่องพื้นที่สาธารณะเราก็ขาด พื้นที่สาธารณะในแง่ของ การแสดงออกในเรื่องต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของ Art, Craft, Music, Literature ความเป็นพื้นที่สาธารณะและสิ่งที่จะมาอยู่ในหมวดของ การสนับสนุน ...มันเหมือนว่ามีทุกอย่างใน Criteria ของ Unesco ที่กำหนด มีอยู่ แต่ยังขาดความชัดเจนและยังกระจายอยู่” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

“ไม่เพียงพอ ปัจจุบันมีขึ้นมาเยอะแต่ยังเป็นพื้นที่เล็กๆ ต่างคนต่างทำในมุมของตนเอง ...อยากให้มันแบบที่เป็น Central Stage หรือนำสถานที่เก่าเช่น ตลาด โกดัง สถานีรถไฟมาทำเป็น Exhibition Space ...อยากให้เปิดกว้างหรือพื้นที่บางแห่งสามารถนำมาพัฒนาต่อได้หรืออาจจะสร้างใหม่ โดยไม่ขึ้นกับหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งเกินไปและการบริหารงานจะต้องเปิดกว้างและสามารถทำงานกับทุกๆ กลุ่ม” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556)

“พื้นที่ของเราที่สามารถแสดงงานสร้างสรรค์ได้มีเยอะ เชียงใหม่ศักยภาพมีพอ แต่คิดในเรื่องของกฎระเบียบ ข้อบังคับ กว่าจะทำเรื่องติดต่อขอใช้สถานที่ ได้ ใช้เวลานาน แต่ต้องเข้าไปให้ถูกช่อง ถูกทางและมีขั้นตอนยุ่งยาก” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

#### 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นประชาชนในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีดังนี้

- 4.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 4.2.2 การรับรู้ ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมกับ โครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 4.2.3 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 4.2.4 แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- 4.2.5 ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### 4.2.1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>1.เพศ</b>		
ชาย	212	53
หญิง	188	47
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	15	3.8
21-30 ปี	234	58.5
31-40 ปี	115	28.7
40 ปีขึ้นไป	36	9

ตารางที่ 4.1 (ต่อ) แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20	5
ปริญญาตรี	228	57
สูงกว่าปริญญาตรี	152	38
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	64	16
พนักงานบริษัทเอกชน	132	33
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	128	32
รับจ้าง	44	11
ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ	24	6
อื่นๆ	8	2
<b>5. รายได้ต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	52	13
10,001 – 20,000 บาท	160	40
20,001 – 30,000 บาท	84	21
30,001 บาทขึ้นไป	104	26
อื่นๆ	0	0

จากการสำรวจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเพศชายมีจำนวน 212 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 53 และเพศหญิงมีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47 โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี โดยมีจำนวนถึง 234 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 รองลงมาคือ อายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.7 อายุอยู่ในช่วง 40 ปีขึ้นไป จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9 อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8 ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา คือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และระดับต่ำกว่า ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ในส่วนของอาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คือพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16 รับจ้าง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11 ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และอื่นๆ ได้แก่ เกษียณอายุ แม่บ้าน มีเพียง 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 สำหรับรายได้ต่อเดือนพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมา คือ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21 ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ดังที่ได้แสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 4.1

#### 4.2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนา เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

##### 4.2.2.1 ด้านการรับรู้ข่าวสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนา เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
และเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จากสื่อ

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย 0	ส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขอลประเทศจากสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง	2.14	0.85	น้อย	2
2. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง	2.24	0.93	น้อย	1
<b>รวม</b>	2.19	0.89	น้อย	

จากตารางที่ 4.2 ภาพรวม ผลการศึกษา พบว่าการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง สามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้คือ

- (1) ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14) (ค่า S.D. 0.85)
- (2) ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่องอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24) (ค่า S.D. 0.93) ดังที่ได้แสดงรายละเอียดไว้ใน ตารางที่ 4.2

#### 4.2.2.2 ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยจำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
3. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ	2.29	.740	น้อย	7
4. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบาย การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	2.23	.761	น้อย	8
5. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อประเทศ	2.40	.776	น้อย	6
6. ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประโยชน์ของการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์	2.45	.806	น้อย	5

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยจำแนกตามความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยง เบน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
7. ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จะมีส่วนช่วยผลักดันให้เมืองเชียงใหม่เกิดการ เปลี่ยนแปลงในทางที่ดี	3.30	.795	ปานกลาง	2
8. ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา เชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์	3.17	.874	ปานกลาง	3
9. ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เหมาะสมกับบริบททางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของเมืองเชียงใหม่เพียงใด	3.15	.854	ปานกลาง	4
10. ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่ง หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) มีความเหมาะสมกับเมืองเชียงใหม่ เพียงใด	3.67	.918	มาก	1
รวม	2.83	0.815	ปานกลาง	

ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลางโดยมี  
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83 (ค่า S.D. 0.815) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่าระดับ ความ  
คิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมาก ไปน้อยได้ดังนี้ คือ

- (1) ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน  
(City of Crafts & Folk Arts) มีความเหมาะสมกับเมืองเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก  
(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) (ค่า S.D. 0.918)
- (2) ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จะมีส่วนช่วยผลักดันให้เมือง  
เชียงใหม่เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30)  
(ค่า S.D. 0.795)

- (3) ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.17) (ค่า S.D. 0.874)
- (4) ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เหมาะสมกับบริบททางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของเมืองเชียงใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.15) (ค่า S.D. 0.854)
- (5) มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.71) (ค่า S.D. 0.740)
- (6) มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประโยชน์ของการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็น เมืองสร้างสรรค์ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.45) (ค่า S.D. 0.806)
- (7) มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประโยชน์ของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มีต่อประเทศไทย อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40) (ค่า S.D. 0.776)
- (8) มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.23) (ค่า S.D. 0.761)

#### 4.2.2.3 ด้านการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ส่วนเบี่ยงเบน (S.D.)	ระดับความคิดเห็น	อันดับ
11. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเปิดโอกาสให้ชุมชนประชาชน มีส่วนร่วมในการร่วมคิด วางแผน ตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เพียงใด	2.33	.918	น้อย	4
12. ท่านมีส่วนร่วมรับฟัง ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์ เมื่อท่านมีโอกาส	2.14	.929	น้อย	5
13. ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม เช่น การชมแสดง ชมพิพิธภัณฑ์ ฯลฯ	2.56	.943	น้อย	3



ตารางที่ 4.4 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ()	ส่วนเบี่ยง เบน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
14. ท่านคิดว่ากิจกรรมและการมีส่วนร่วมของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์มีความเหมาะสมกับเมืองเชียงใหม่เพียงใด	2.88	.932	ปานกลาง	1
15. ท่านมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม หัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์	2.69	.914	ปานกลาง	2
รวม	2.52	0.927	น้อย	

ผลการศึกษา พบว่าความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 (ค่า S.D. 0.927) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้คือ

- (1) ท่านคิดว่ากิจกรรมการและการมีส่วนร่วมของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์มีความเหมาะสมกับเมืองเชียงใหม่เพียงใด อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.88) (ค่า S.D. 0.932)
- (2) ท่านมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม หัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับ ปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.69) (ค่า S.D. 0.914)
- (3) ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรม เช่น การชมแสดง ชมพิพิธภัณฑ์ ฯลฯ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.56) (ค่า S.D. 0.943)
- (4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเปิดโอกาสให้ชุมชน ประชาชน มีส่วนร่วมในการร่วมคิดวางแผน ตัดสินใจ เกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เพียงใด อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.33) (ค่า S.D. 0.918)

(5) ท่านมีส่วนร่วมรับฟัง ร่วมกิจกรรม เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ เมือง  
สร้างสรรค์ เมื่อท่านมีโอกาส อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14) (ค่า S.D. 0.929)

#### 4.2.3 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์

##### 4.2.3.1 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.5 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูล

สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. โทรทัศน์	2088	11.37	5
2. วิทยุ	1924	10.47	7
3. หนังสือพิมพ์	2100	11.43	4
4. นิตยสาร	2308	12.56	3
5. สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ ไปสเตอร์ วารสาร)	2392	13.02	2
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	2052	11.17	6
7. อินเทอร์เน็ต	2460	13.39	1
8. การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม	1528	8.32	8
9. บุคคลบอกปากต่อปาก	1520	8.27	9

ผลการศึกษา พบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจ  
สร้างสรรค์สามารถเรียงลำดับจากค่าร้อยละมากไปน้อยได้ดังนี้คือ

- (1) อินเทอร์เน็ต (ค่าร้อยละเท่ากับ 13.39)
- (2) สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ ไปสเตอร์ วารสาร) (ค่าร้อยละเท่ากับ 13.02)
- (3) นิตยสาร (ค่าร้อยละเท่ากับ 12.56)
- (4) หนังสือพิมพ์ (ค่าร้อยละเท่ากับ 11.43)
- (5) โทรทัศน์ (ค่าร้อยละเท่ากับ 11.37)
- (6) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (ค่าร้อยละเท่ากับ 11.17)
- (7) วิทยู (ค่าร้อยละเท่ากับ 10.47)
- (8) การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม (ค่าร้อยละเท่ากับ 8.32)
- (9) บุคคลบอกปากต่อปาก (ค่าร้อยละเท่ากับ 8.27)

#### 4.2.3.2 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.6 แสดงจำนวนและร้อยละจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับ การพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์	จำนวน	ร้อยละ	อันดับ
1. โทรทัศน์	1380	7.51	9
2. วิทยู	1636	8.91	8
3. หนังสือพิมพ์	1908	10.39	5
4. นิตยสาร	2472	13.46	3
5. สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ ไปสเตอร์ วารสาร)	2544	13.85	2
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	2400	13.07	4
7. อินเทอร์เน็ต	2672	14.55	1
8. การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม	1648	8.97	7
9. บุคคลบอกปากต่อปาก	1708	9.3	6

ผลการศึกษาพบว่าสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์สามารถเรียงลำดับจากค่าร้อยละมากไปน้อยได้ดังนี้คือ

- (1) อินเทอร์เน็ต (ค่าร้อยละเท่ากับ 14.55)
- (2) สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร) (ค่าร้อยละเท่ากับ 13.85)
- (3) นิตยสาร (ค่าร้อยละเท่ากับ 9.7)
- (4) ป้ายโฆษณากลางแจ้ง (ค่าร้อยละเท่ากับ 13.07)
- (5) หนังสือพิมพ์ (ค่าร้อยละเท่ากับ 10.39)
- (6) บุคคลบอกปากต่อปาก (ค่าร้อยละเท่ากับ 9.30)
- (7) การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม (ค่าร้อยละเท่ากับ 8.97)
- (8) วิทยู (ค่าร้อยละเท่ากับ 8.91)
- (9) โทรทัศน์ (ค่าร้อยละเท่ากับ 7.51)

#### 4.2.4 แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ()	ส่วนเบี่ยง เบน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
1. ควรสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์และกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ	3.79	0.733	มาก	8
2. ควรสนับสนุนพื้นที่สร้างสรรค์ พื้นที่สาธารณะ เพื่อเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ พบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในด้านต่างๆ	3.93	0.778	มาก	7
3. ควรสร้างพิพิธภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีศิลปวัฒนธรรมในเชียงใหม่ที่มีมาตรฐานการจัดการตามมาตรฐานสากลเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์	3.94	0.781	มาก	6

ตารางที่ 4.7 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ภาพรวม	ค่าเฉลี่ย ()	ส่วนเบี่ยง เบน (S.D.)	ระดับความ คิดเห็น	อันดับ
4. ควรสร้างห้องสมุดที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	4.12	0.708	มาก	4
5. ควรสนับสนุนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องในด้าน สาธารณะ เศรษฐกิจ การศึกษาวิจัยขั้นสูง และด้าน การศึกษาเพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญ ในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป	4.09	0.812	มาก	5
6. ควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป	4.41	0.747	มากที่สุด	1
7. ควรพัฒนาระบบการบริการ การขนส่ง และ สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน	4.29	0.757	มากที่สุด	3
8. ควรพัฒนาระบบการสื่อสารและระบบบริการ อินเทอร์เน็ตสาธารณะเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และ ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์	4.33	0.734	มากที่สุด	2
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>0.755</b>	<b>มาก</b>	

ผลการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 (ค่า S.D. 0.755) เมื่อ พิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง สามารถ เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้คือ

- (1) ควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนา เชียงใหม่ต่อไป เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) (ค่า S.D. 0.747)
- (2) ควรพัฒนาระบบการสื่อสารและระบบบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ อยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) (ค่า S.D. 0.734)

- (3) ควรพัฒนาระบบการบริการ การขนส่ง และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) (ค่า S.D. 0.757)
- (4) ควรสร้างห้องสมุดที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) (ค่า S.D. 0.708)
- (5) ควรสนับสนุนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องในด้านสาธารณะ เศรษฐกิจ การศึกษาวิจัยขั้นสูง และด้านการศึกษา เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) (ค่า S.D. 0.812)
- (6) ควรสร้างพิพิธภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ศิลปวัฒนธรรมในเชียงใหม่ ที่มีมาตรฐานการจัดการตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์ อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) (ค่า S.D. 0.781)
- (7) ควรสนับสนุนพื้นที่สร้างสรรค์ พื้นที่สาธารณะ เพื่อเป็นพื้นที่ในการสร้างกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ พบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดในด้านต่างๆ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93) (ค่า S.D. 0.778)
- (8) ควรสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์และกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม เพื่อเป็นแหล่งให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79) (ค่า S.D. 0.733)

#### 4.2.5 ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

นอกจากรูปแบบการพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) รูปแบบเมืองสร้างสรรค์ใดบ้างที่เหมาะสมกับการพัฒนาเชียงใหม่

พบว่า ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ความคิดเห็นต่อ

- (1) เมืองแห่งสื่อศิลปะ (ค่าร้อยละเท่ากับ 42.3)
- (2) เมืองแห่งอาหาร (ค่าร้อยละเท่ากับ 26.9)
- (3) เมืองแห่งการออกแบบและเมืองแห่งดนตรี (ค่าร้อยละเท่ากับ 15.4)

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ 2) เพื่อศึกษาสถานการณ์ การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 3) เพื่อสังเคราะห์แนวทางการประยุกต์ใช้ นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยมีกรอบแนวคิดหลักในการศึกษา คือ แนวคิดการใช้ความคิดสร้างสรรค์ ในการพัฒนา แนวคิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดชุมชนสร้างสรรค์ แนวคิดเมืองสร้างสรรค์

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบการวิจัยเชิงคุณภาพ การวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์เจาะลึก จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 3 กลุ่มคือ ผู้บริหารหรือเจ้าหน้าที่ด้านนโยบาย นักวิชาการหรือนักวิจัย ผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน และใช้ระเบียบวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในจังหวัดเชียงใหม่

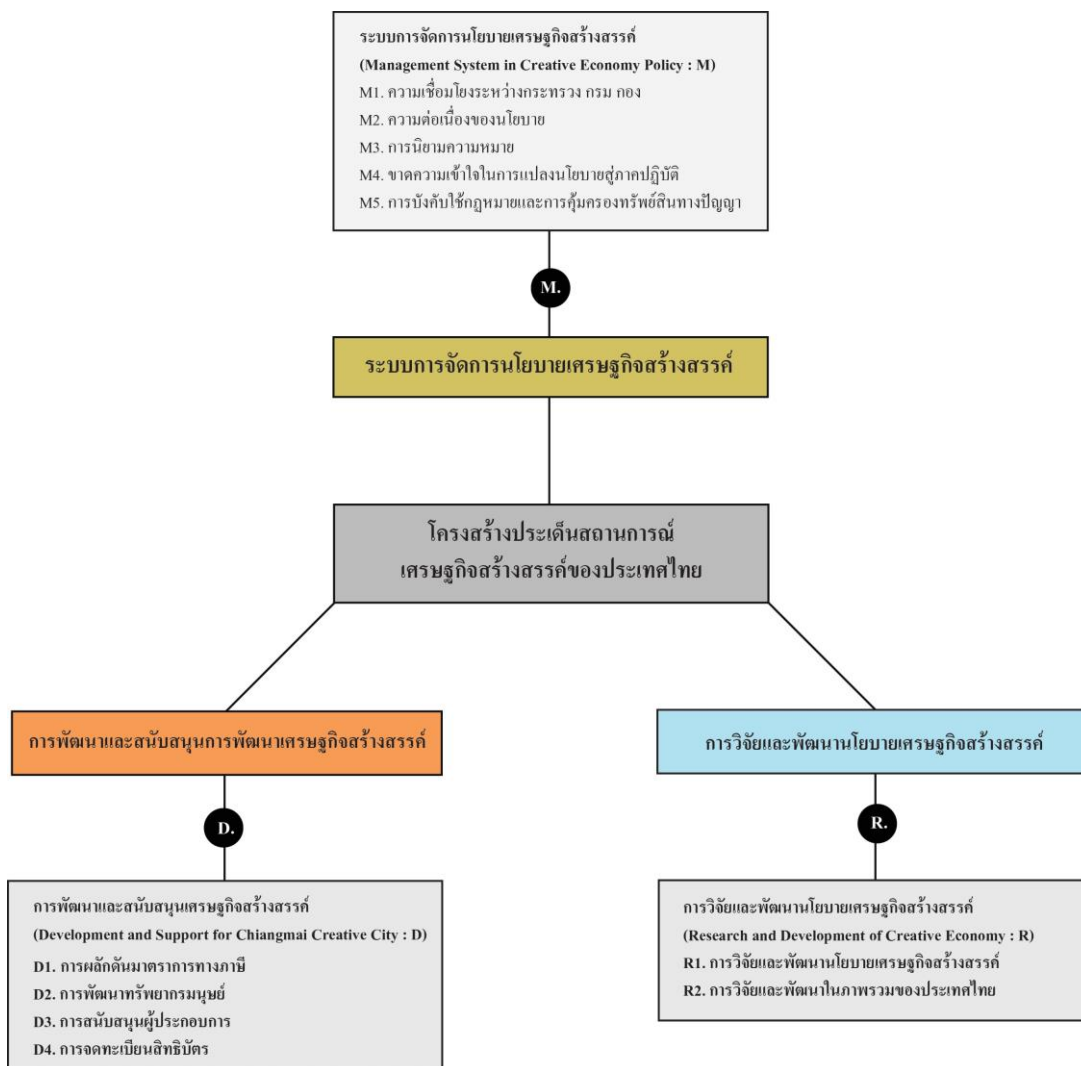
#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

##### 5.1.1 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสังเคราะห์ได้โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบาย การพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ มี 3 ประเด็นคือ

- (1) การจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มี 5 หัวข้อย่อยคือ (ก) ความเชื่อมโยงระหว่าง กระทรวง กรม กอง (ข) ความต่อเนื่องของนโยบาย (ค) การนิยามความหมาย (ง) ขาดความเข้าใจในการแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ (จ) การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- (2) การวิจัยและพัฒนา มี 2 หัวข้อย่อยคือ (ก) การวิจัยและพัฒนาภาพรวม (ข) การวิจัยและพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

(3) ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มี 4 หัวข้อย่อยคือ (ก) การผลักดันมาตรการทางภาษี (ข) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (ค) การสนับสนุนผู้ประกอบการ (ง) การจดทะเบียนสิทธิบัตร

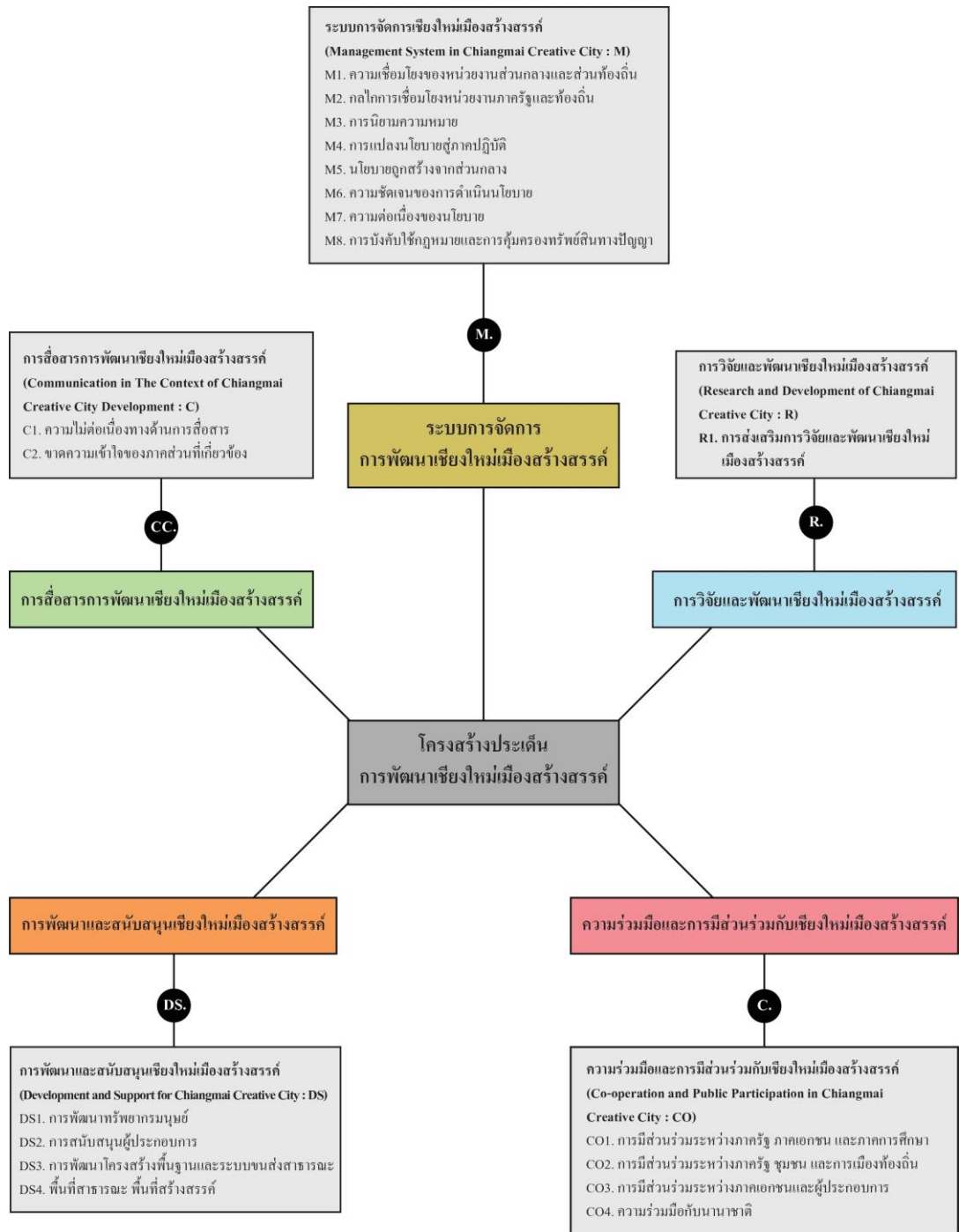


ภาพที่ 5.1 โครงสร้างประเด็นการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ



ผลการวิจัยเชิงคุณภาพสังเคราะห์ได้ โครงสร้างประเด็นการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 5 ประเด็นคือ

- (1) ระบบการจัดการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 8 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) ความเชื่อมโยงของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น
  - (ข) กลไกการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐภายในท้องถิ่น
  - (ค) การนิยามความหมาย
  - (ง) การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ
  - (จ) นโยบายถูกสร้างจากส่วนกลาง
  - (ฉ) ความชัดเจนในการดำเนินนโยบาย
  - (ช) ความต่อเนื่องของนโยบาย
  - (ซ) การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
- (2) การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 1 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- (3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 2 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน
  - (ข) ความร่วมมือกับนานาชาติ
- (4) การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 1 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) ความไม่ต่อเนื่องทางด้านการสื่อสาร
- (5) การพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 4 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
  - (ข) การสนับสนุนผู้ประกอบการ
  - (ค) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
  - (ง) พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สร้างสรรค์



ภาพที่ 5.2 โครงสร้างประเด็นการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

### 5.1.2 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ สังกะระห์ได้ค่าตัวเลขความคิดเห็นในด้านต่างๆ ของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ดังนี้

#### (ก) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.5 การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และมีรายได้ ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0

#### (ข) การรับรู้ ความเข้าใจ และความต้องการในการมีส่วนร่วมกับนโยบายเศรษฐกิจ

##### สร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนสามารถเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้คือ ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24) ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14) ตามลำดับ

#### (ค) สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่

##### เมืองสร้างสรรค์ สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ คือ อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.39 รองลงมา คือ สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร) คิดเป็นร้อยละ 13.02 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 12.56 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 11.43 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 11.37 ป้ายโฆษณา กลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 11.17 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.47 การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 8.32 บุคคลบอกปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 8.27 ตามลำดับ

##### สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ คือ สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร) คิดเป็นร้อยละ 14.55 รองลงมา คือ

อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.85 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 9.7 ป้ายโฆษณา  
กลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 13.07 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 10.39 บุคคลบอก ปาก  
ต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 9.30 การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ  
8.97 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 8.91 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 7.51 ตามลำดับ

**(ง) แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้าง  
สรรค์ของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) เมื่อพิจารณา เป็นราย  
ข้อคำถาม พบว่า ระดับความคิดของประชาชน 5 ลำดับแรกสามารถเรียง ลำดับจาก  
ค่าเฉลี่ยมากไปน้อยได้ดังนี้ คือ

- (1) ควรพัฒนาระบบการสื่อสาร และบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ เพื่อเป็นแหล่ง  
เรียนรู้และก่อให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41)
- (2) ควรพัฒนาระบบการบริการ การขนส่ง และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน  
(ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33)
- (3) ควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนา  
เชียงใหม่ต่อไป (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29)
- (4) ควรสร้างห้องสมุดที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิด ความคิด  
สร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12)
- (5) ควรสนับสนุนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องในด้านสาธารณะ เศรษฐกิจ การศึกษา วิจัย  
ขั้นสูง และด้านการศึกษา เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่  
ต่อไปในอนาคต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09)

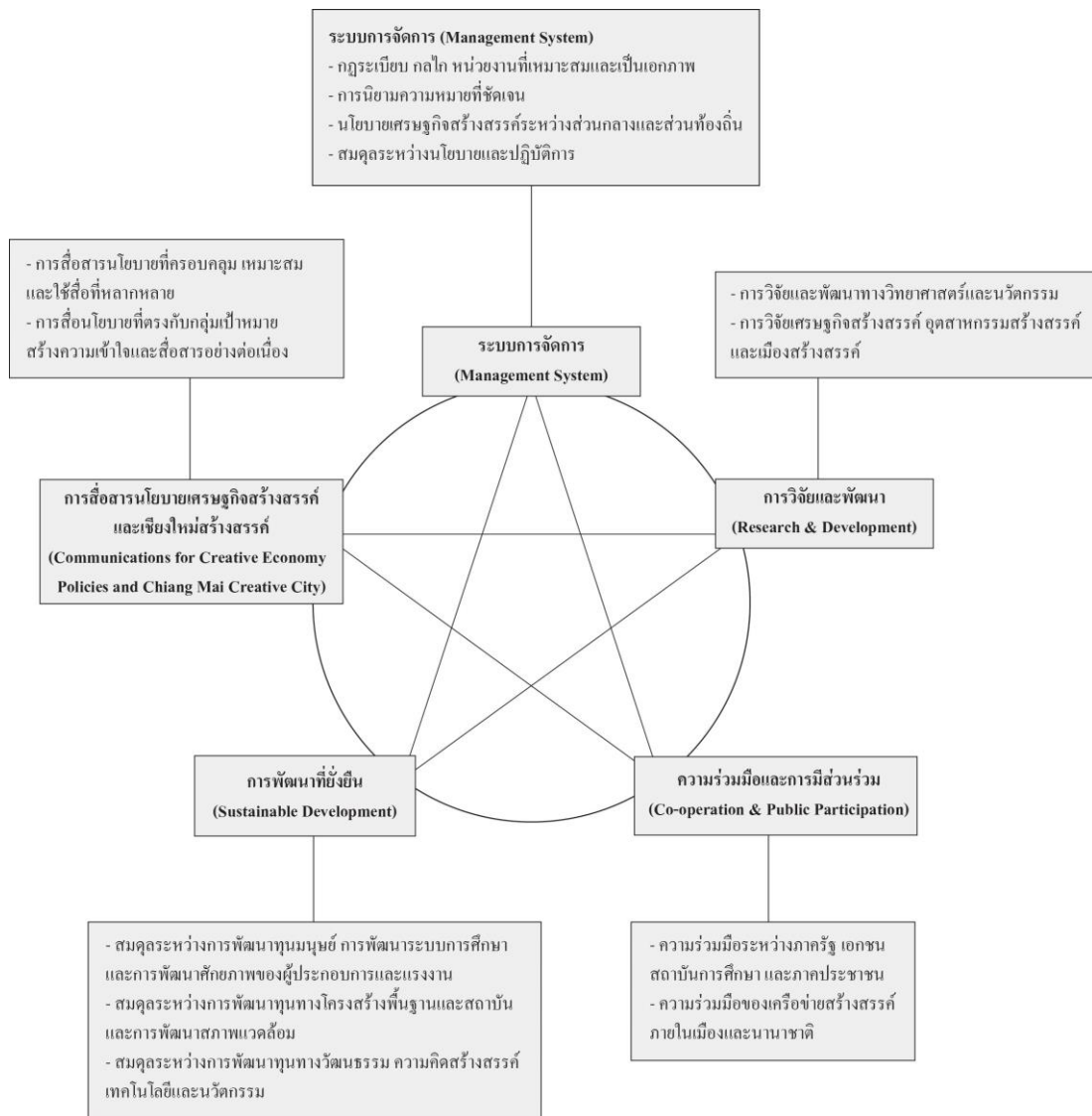
**(จ) ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อรูปแบบเมืองสร้างสรรค์อื่นที่นอกจากการ  
พัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts  
& Folk Arts) คือ เมืองแห่งสื่อศิลปะ คิดเป็นร้อยละ 22 รองลงมาคือ เมืองแห่ง  
อาหาร คิดเป็นร้อยละ 14 เมืองแห่งการออกแบบและเมืองแห่งดนตรี คิดเป็น ร้อย  
ละ 8 ตามลำดับ

### 5.1.3 ผลการสังเคราะห์ได้แนวทางการประยุกต์ใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ประเทศกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ นำมาบูรณาการและสังเคราะห์ได้ แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 5 ด้านดังนี้

- (1) ระบบการจัดการ มี 4 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) กลไกหน่วยงานที่เป็นเอกภาพ
  - (ข) การนิยามความหมายที่ชัดเจน
  - (ค) นโยบายส่วนกลางและท้องถิ่น
  - (ง) นโยบายและปฏิบัติการ
- (2) การวิจัยและพัฒนา พบว่า มี 2 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม
  - (ข) การวิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์
- (3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วม มี 2 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน
  - (ข) ความร่วมมือของเครือข่ายสร้างสรรค์ภายในเมืองและนานาชาติ
- (4) การพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่า มี 2 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) สมดุลระหว่างการพัฒนาทุนมนุษย์ ทุนสังคม ทุนวัฒนธรรม ทุนโครงสร้างและสถาบัน
  - (ข) สมดุลระหว่างการพัฒนาและการอนุรักษ์ ภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
- (5) การสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเมืองสร้างสรรค์ มี 2 หัวข้อย่อยคือ
  - (ก) การสื่อสารนโยบายที่ครอบคลุม เหมาะสม และใช้สื่อที่หลากหลาย
  - (ข) การสื่อสารนโยบายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายสร้างความเข้าใจและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 5.3 แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

## 5.2 การอภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลการศึกษา จะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

### 5.2.1 สถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

#### 5.2.1.1 อภิปรายผลโครงสร้างการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

จากการศึกษาเอกสารและผู้ที่ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศใน 3 ประเด็น ดังนี้

(1) ระบบการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่ามี 5 หัวข้อย่อยคือ

(ก) ความเชื่อมโยงระหว่างกระทรวง กรม กอง

(ข) ความต่อเนื่องของนโยบาย

(ค) การนิยามความหมาย

(ง) ขาดความเข้าใจในการแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ

(จ) การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

อภิปรายผลได้ว่าภาครัฐควรปฏิรูประบบราชการเกี่ยวกับความชัดเจนในการดำเนินนโยบายและความร่วมมือ “2 ปีแล้วว่าจะตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ แต่ปัจจุบันก็ยังเงียบอยู่

...ตอนนี้ นโยบายของภาครัฐในระดับประเทศยังไม่ชัดเจน 100% กับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

...กระทรวง กรม ยังแยกการทำงานเป็นส่วนๆ (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556) การเปลี่ยนแปลงและปัญหาทางด้านการเมือง ภาครัฐบาลทำให้ “ไม่มองภาพรวมว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถพัฒนาประเทศได้

...เมื่อการเมืองเข้ามาเกี่ยวข้องก็จะหยุดชะงักและขาดความต่อเนื่อง” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) ขณะที่ปัจจุบันประเทศไทยมีการนิยามความหมายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นของตนเอง แต่ “คำจำกัดความแบบไทยกว้างจนทำให้ประเทศไทยมีขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใหญ่ที่สุดในโลก

...ทำให้ไม่สามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าเราควรดำเนินงานสร้างสรรค์และนวัตกรรมในทิศทางใด” (TICEP 2012) ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการนำไปปฏิบัติ นอกจากนั้นประสิทธิภาพการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ทรัพย์สินทางปัญญาของประเทศไทยยังคงมีปัญหาจากมุมมองนานาชาติ ทำให้ “สำนักผู้แทนการค้าสหรัฐฯ (USTR) จัดอันดับสถานะทางการค้า อยู่ในบัญชีประเทศที่ต้องจับตามองเป็นพิเศษ (PWL) ในเรื่องทรัพย์สิน ทางปัญญา...ทำให้ไทยต้องถูกตัดสิทธิพิเศษทางการค้าจากสหรัฐฯ เป็นเวลาถึง 5 ปี” (ไทยรัฐ

ออนไลน์) เพื่อปรับระบบการจัดการนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

**(2) การวิจัยและพัฒนา พบว่ามี 2 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) การวิจัยและพัฒนาภาพรวม

(ข) การวิจัยและพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อภิปรายผลได้ว่า สัดส่วนค่าใช้จ่ายในภาพรวมด้านการวิจัยและพัฒนา ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GERD/GDP) รวมทั้งจำนวนบุคลากร ด้านการวิจัย “ไม่สอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ” (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552) โดย “ประเทศไทยจะให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนาเศรษฐกิจในทุกๆ ด้าน แต่การดำเนินงาน ก็มักจะเป็นไปในลักษณะแยกส่วนต่างหน่วยงานต่างทำไปในแต่ละสาขา เศรษฐกิจไม่ได้ดำเนินการอย่างเป็นองค์รวม ยังไม่มีการวิจัยเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการเฉพาะเจาะจง ทำให้ขาดทิศทางในการดำเนิน กลยุทธ์การพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม” (ศักดิ์ชัย เกียรติจินดา, 2553)

**(3) ปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่ามี 4 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) การผลักดันมาตรการทางภาษี

(ข) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

(ค) การสนับสนุนผู้ประกอบการ

(ง) การจดทะเบียนสิทธิบัตร

อภิปรายผลได้ว่า รัฐบาลมีการสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจทั่วไป และรัฐบาลควร “การปฏิรูปการเก็บภาษีเพื่ออำนวยความสะดวก หรือสร้างแรงจูงใจ” (TICEP, 2012) ทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในแต่ละพื้นที่ “ทุกวันนี้การศึกษาของไทยไม่ตอบโจทย์กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในแต่ละท้องถิ่นที่แท้จริง แต่เป็นการตอบโจทย์ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ มากกว่าที่จะตอบรับภูมิปัญญาความเป็นท้องถิ่น หรือการสร้างทุนมนุษย์ที่ยั่งยืน” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) นโยบาย สนับสนุนผู้ประกอบการของภาครัฐในปัจจุบัน “ไม่เอื้อในการที่ผู้ประกอบการจะขยับจาก OTOP ขึ้นเป็น SMEs ทั้งเรื่องของทุน คนทำงาน และการสนับสนุน” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)



## 5.2.2 สถานการณ์การขับเคลื่อนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

### 5.2.2.1 อภิปรายผลสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

จากการศึกษาเอกสารและผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศใน 5 ประเด็น ดังนี้

(1) ระบบการจัดการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 8 หัวข้อย่อยคือ

- (ก) ความเชื่อมโยงของหน่วยงานส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น
- (ข) กลไกการเชื่อมโยงหน่วยงานภาครัฐภายในท้องถิ่น
- (ค) การนิยามความหมาย
- (ง) การแปลงนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ
- (จ) นโยบายถูกสร้างจากส่วนกลาง
- (ฉ) ความชัดเจนในการดำเนินนโยบาย
- (ช) ความต่อเนื่องของนโยบาย
- (ซ) การบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

อภิปรายผลได้ว่า แม้กลไกความเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่นจะมีทิศทางที่ดีแต่สิ่งสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ คือ “นโยบายที่ชัดเจนในการพัฒนาและมีงบประมาณ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องภู นิมนันท์ , 27 กุมภาพันธ์ 2556) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วนของการพัฒนาจะต้องขับเคลื่อนไปพร้อมกัน แต่ปัจจุบัน “มุมมองยังไม่เป็น Single Vision การขับเคลื่อนภาครัฐยังไม่เท่ากับภาคอื่นๆ” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ , 1 มิถุนายน 2556) จากนโยบายและการนิยามความหมายที่ขาดความชัดเจน สิ่งสำคัญที่ควรต้องทบทวน คือ “นำคำว่าเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มาตีความเป็นวิธีคิด บทบาท นโยบาย และมุมมองในอนาคตควรเป็นอย่างไร” ซึ่งเป็นปัญหาที่ทุกฝ่ายต่างเห็น นอกจากนั้น “คนที่น่าไปปฏิบัติไม่เข้าใจ การประยุกต์ใช้หรือการจัดกิจกรรมไม่ตอบโจทย์ที่แท้จริงอย่างที่ควรจะเป็น” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร , 7 มีนาคม 2556) ภาครัฐควรปฏิรูปโครงสร้างที่ไม่เอื้อต่อการดำเนินนโยบาย “โครงสร้างการเมืองแบบไทยมีลักษณะรวมศูนย์ส่วนท้องถิ่นต้องรับนโยบายและแนวคิดต่างๆ จากส่วนกลาง นโยบายกลางจากภาครัฐขับเคลื่อนท้องถิ่นก็จะขยับ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) ความเข้าใจร่วมเป็นสิ่ง

สำคัญต่อความต่อเนื่องของการดำเนินนโยบายและการพัฒนา เนื่องจากปัจจุบัน “ท้องถิ่นก็ยังไม่เข้าใจแนวคิด การพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์เลยยังไม่ไปไหน รวมทั้งยังไม่มีการประสานความเข้าใจ ในเรื่องนี้” (สัมภาษณ์ กุลวดี เจริญศรี, 8 เมษายน 2556) ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการบังคับใช้กฎหมายจริงจัง “มีพื้นที่สร้างสรรค์แต่ขาดการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

(2) การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์: มี 1 หัวข้อย่อยคือ

(ก) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

อภิปรายผลได้ว่า การวิจัยและพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่ผ่านมา ยังอยู่ในช่วงของการเริ่มต้น “การวิจัยและพัฒนาที่ผ่านมาเรายังไม่ได้มีการทำอย่างเป็นจริงเป็นจัง มีการวิจัยเพื่อเขียน Proposal เพื่อนำเสนอ แต่ถ้าวินิจฉัยในเชิงลึกจริงๆ เรายังไม่เคยทำถึงขนาดนั้น” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องภู่ นิมนันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556) ควรส่งเสริมการวิจัยศักยภาพ ในภาพรวม “สิ่งที่ยังขาดอยู่คือ Baseline Study ซึ่งทำไม่ง่ายและต้องมี งบประมาณ” (สัมภาษณ์ Mr.Martin Venzky-Stalling, 6 มีนาคม 2556) และการวิจัยในรายสาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพในพื้นที่ “โดยเฉพาะการวิจัยเรื่องแนวโน้มการตลาดของสินค้าหัตถกรรม” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556)

(3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์: มี 4 หัวข้อย่อยคือ

(ก) การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา

(ข) การมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ชุมชน และการเมืองท้องถิ่น

(ค) ความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและผู้ประกอบการ

(ง) ความร่วมมือกับนานาชาติ

อภิปรายผลได้ว่าความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของหน่วยงานหลักในการร่วมพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ยังมีปัญหาในบางกรณีควรส่งเสริมให้หน่วยงานหลักให้ความสำคัญกับมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง “การทำงาน 3 ฝ่ายมุมมองจะต้องเป็น Single Vision แต่ตอนนี้ฝ่ายภาครัฐ ยังไม่เท่า” (สัมภาษณ์ เปรมฤดี กุลสุ, 1 มิถุนายน 2556) ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง “ทุกวันนี้ชุมชนต้องทำด้วย ตนเอง

เขาไม่ร้อภาครัฐแล้วถ้ารอเขาอยู่ไม่ได้ ภาครัฐเข้าไปทำการศึกษา ทำงานวิจัย สุดท้ายก็เงียบหายไปไม่เกิดเป็นรูปธรรม” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) อย่างไรก็ตาม “สมาคมผู้ผลิต และส่งออกสินค้าหัตถกรรม ภาคเหนือ (Nohmex) เป็นตัวอย่างหนึ่งของ การรวมกลุ่มผู้ประกอบการ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) และควรส่งเสริมความร่วมมือด้านเมืองสร้างสรรค์กับนานาชาติ อย่างจริงจัง ซึ่งทาง “เทศบาลเคยไป จดกับเมืองต่างๆ เพื่อเป็น Sister City แต่ยังไม่เห็นอะไรที่เป็นความร่วมมือ ที่เฉพาะทางจริงๆ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

**(4) การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 3 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) ความไม่ต่อเนื่องทางการสื่อสาร

(ข) ขาดความเข้าใจของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

อภิปรายผลได้ว่า การสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ดังนั้นภาครัฐและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ควรมีแผนการสื่อสารเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่ต่อเนื่องเพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ และความเข้าใจ “ไม่ทราบว่ามีวัตถุประสงค์อย่างไรมีแนวทางการ พัฒนา เชียงใหม่ไปในทิศทางใด” (สัมภาษณ์ วิไล ไพจิตรกาญจนกุล, 12 กรกฎาคม 2556) ปัญหาเรื่องงบประมาณยังคงเป็นสิ่งที่สำคัญ “เรามีงบประมาณ จำกัดในการทำการสื่อสาร” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ก้องภู่ นิมานันท์, 27 กุมภาพันธ์ 2556) รวมทั้งภาครัฐควรให้ความสำคัญ กับการสื่อสารกับทุกกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสีย “การสื่อสารนโยบายภาครัฐ ก็จะเกิดจากการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นโดย หน่วยงานภาครัฐ แต่ประชาชน ค่อนข้างน้อยที่จะเข้าใจ” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

**(5) การพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ มี 5 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

(ข) การสนับสนุนผู้ประกอบการ

(ค) การพัฒนาสภาพและโครงสร้างพื้นฐาน

(ง) ระบบขนส่งสาธารณะ

(จ) พื้นที่สาธารณะ พื้นที่สร้างสรรค์

อภิปรายผลได้ว่า ปัจจัยการพัฒนาและสนับสนุนเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ยังคงมีส่วนขาด ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยเฉพาะ

ในด้านการศึกษาคควร “สร้างเป็นหลักสูตรด้านหัตถกรรมที่ชัดเจนและมี Certificated รองรับ” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) หน่วยงานในพื้นที่เริ่มให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมและให้ความรู้กับผู้ประกอบการ อาทิเช่น “สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ อบรมให้ความรู้เรื่องศิลปวัฒนธรรมล้านนาแก่ผู้ประกอบการ นำมาผสมผสานกับสินค้าและบริการ” (สัมภาษณ์ ทศพร พันธอำพล, 18 กรกฎาคม 2556) ควรมีการพัฒนาทางด้าน “โครงสร้างพื้นฐาน ระบบการขนส่ง การจัด Zoning ที่เหมาะสม การวางผังเมืองในส่วนของ การปกครองท้องถิ่นและส่วน ของจังหวัด ต้องคิดแผนระยะยาวเพื่อสอดคล้อง ความเป็นเมืองสร้างสรรค์ของ เชียงใหม่” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556) หน่วยงาน ภาครัฐควรปรับปรุง ใน “เรื่องของกฎระเบียบ ข้อบังคับกว่าจะทำเรื่องติดต่อ ขอใช้สถานที่ ได้ใช้เวลานาน ต้องเข้าไปผูกช่องถูกทางและมีขั้นตอนยุ่งยาก” (สัมภาษณ์ กรวรรณ สังขกร, 7 มีนาคม 2556)

#### 5.2.2.2 อภิปรายผลสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

กลุ่มตัวอย่างได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์การพัฒนาเชียงใหม่ เมืองสร้างสรรค์ ดังนี้

##### (1) ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

อภิปรายผลได้ว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง วัยเรียนและวัยเริ่มทำงานซึ่งมีความสนใจต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงและ ความคิดสร้างสรรค์ มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 58.5 ซึ่งเป็น วัยที่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรีและวัยเริ่มทำงาน การศึกษาอยู่ในระดับ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 57.0 ซึ่งเป็นระดับการศึกษาที่เอื้อต่อ ความสนใจ ในประเด็นนโยบายสาธารณะ มีอัตราเงินเดือนระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 40.0 เป็นรายได้ในเริ่มต้นทำงานในจังหวัด เชียงใหม่ ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่ในประเด็นนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53 สะท้อนความสนใจในประเด็น นโยบายของเพศชายใน ปัจจุบันที่ให้ความสนใจมากกว่าเพศหญิงโดยอาชีพ ที่ตอบแบบสอบถามเป็น พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 33 ซึ่งเป็นอาชีพที่จำเป็นต้องรับรู้และ ปรับตัวอย่างต่อเนื่องต่อแนวโน้มและการ เปลี่ยนแปลงทางสังคมในด้านต่างๆ

**(2) การรับรู้ ความเข้าใจ และความต้องการในการมีส่วนร่วมกับนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อการรับรู้ข่าวสาร เกี่ยวกับนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์และเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.19) อภิปรายผลได้ว่า การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่ผ่านมายังไม่ประสบความสำเร็จ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปน้อย ได้ดังนี้คือ

(ก) ด้านการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ จากสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.24) และด้านการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.14)

(ข) ด้านความเข้าใจเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.83) ซึ่งแบบสอบถาม เน้นประเด็นการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยเนื้อหาการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรม และ ศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67) ดังนั้นการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ให้เป็นเมือง แห่งหัตถกรรม และ ศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) คือรูปแบบการพัฒนา เมืองสร้างสรรค์ที่เชียงใหม่ควรจะเป็น

(ค) ด้านการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52) ซึ่งแนวคำถามเน้นกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยคำถามที่เกี่ยวกับการเปิด โอกาสให้มีส่วน การมีส่วนร่วมรับฟัง และร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ และ ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.14 - 2.56) ดังนั้นควร เน้นกิจกรรมการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตทั่วไปของประชาชนและ สามารถตอบสนองการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเมืองสร้างสรรค์ เพื่อให้ การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ส่วนหนึ่งในปฏิบัติการของชีวิตประจำวัน

**(3) ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ช่องทางการรับรู้ข่าวสาร ของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์**

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบาย เศรษฐกิจ สร้างสรรค์จาก อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 13.39 อภิปรายผลได้ว่า ควรเน้น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เพราะเป็นสื่อที่มี บทบาทต่อสังคมในยุคปัจจุบันและถือว่าเป็น ช่องทางการรับรู้ของคนรุ่นใหม่รวมทั้งคนส่วนใหญ่ในสังคม รองลงมาคือ สิ่งพิมพ์ (แผ่น พับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร) คิดเป็นร้อยละ 13.02 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 12.56 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 11.43 โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 11.37 ป้าย โฆษณากลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 11.17 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 10.47 การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 8.32 และ บุคคลบอกปากต่อปาก คิด เป็นร้อยละ 8.27 ตามลำดับ กล่าวได้ว่า สื่อกระแสหลักซึ่งส่วนใหญ่ภาครัฐ เป็นเจ้าของและเป็นสื่อที่ประชาชน ส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ควรให้ความสำคัญกับ การนำเสนอ นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่าง ต่อเนื่อง ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์จาก อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 14.55 อภิปรายผลได้ว่า ควรเน้น การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางสื่อสารการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์ เพราะเป็นสื่อ ที่มีบทบาทต่อสังคมในยุคปัจจุบันและถือว่าเป็น ช่องทางการรับรู้ของคนรุ่นใหม่รวมทั้งคนส่วนใหญ่ในสังคม รองลงมาคือ สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร) คิดเป็นร้อยละ 13.85 นิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 9.7 ป้ายโฆษณากลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 13.07 หนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 10.39 บุคคลบอกปากต่อปาก คิดเป็นร้อยละ 9.30 การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม คิดเป็นร้อยละ 8.97 วิทยุ คิดเป็นร้อยละ 8.91 และ โทรทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 7.51 ตามลำดับ กล่าวได้ว่า ควรส่งเสริมการสื่อสาร ผ่านกิจกรรมการประชุม การสัมมนา การฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ รวมทั้งเป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็น ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับเมืองสร้างสรรค์

#### **(4) แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต่อแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) อภิปรายผลได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นความสำคัญของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ กับการพัฒนาในด้านต่างๆ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อคำถาม พบว่า (1) ควรพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) (2) ควรพัฒนาระบบการบริการ การขนส่ง และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) (3) ควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.29) (4) ควรสร้างห้องสมุดที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12) (5) ควรสนับสนุนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ในด้านสาธารณะ เศรษฐกิจ การศึกษาวิจัยขั้นสูง และด้านการศึกษา เพื่อเป็น แหล่งข้อมูลที่สำคัญในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไปในอนาคต (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) ตามลำดับอภิปรายผลได้ว่า หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการยกระดับและพัฒนาปัจจัยและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

#### **(5) ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์**

พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีข้อเสนอแนะรูปแบบเมืองสร้างสรรค์อื่น นอกเหนือจากเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) คือ (1) เมืองแห่งสื่อศิลปะ (ค่าร้อยละเท่ากับ 42.3) (2) เมืองแห่งอาหาร (ค่าร้อยละเท่ากับ 26.9) (3) เมืองแห่งการออกแบบและเมืองแห่งดนตรี (ค่าร้อยละเท่ากับ 15.4) ตามลำดับ อภิปรายผลได้ว่า ประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่มองเห็นถึงศักยภาพด้านต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในพื้นที่ โดยอาจจะนำมาเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ของเชียงใหม่ต่อไป ในอนาคต

### 5.2.3 แนวทางการประยุกต์ใช้การพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศ กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผลการสังเคราะห์ได้แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ  
กับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ นำมาบูรณาการและสังเคราะห์ได้แนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศกับการประยุกต์ใช้พัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ 5 ด้านดังนี้

#### (1) ระบบการจัดการที่เหมาะสม พบว่า มี 4 หัวข้อย่อยคือ

- (ก) กลไกหน่วยงานที่มีการบูรณาการอย่างเหมาะสม เป็นเอกภาพ
- (ข) การนิยามความหมายที่ชัดเจน
- (ค) นโยบายส่วนกลางและท้องถิ่น
- (ง) นโยบายและปฏิบัติการที่ชัดเจน

อภิปรายผลได้ว่า ระบบการจัดการเศรษฐกิจสร้างสรรค์มี “การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่ค่อนข้างกว้างและเกี่ยวข้องกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมากการดำเนินงานขับเคลื่อนการพัฒนาในระดับปฏิบัติจำเป็นต้องมีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนงาน โครงการเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยอย่างบูรณาการ” (TICEP 2012) ดังนั้นเพื่อความชัดเจนของขอบเขตและรูปแบบรวมถึง การวัดมูลค่าที่แท้จริงจึง “ขอเสนอให้ประเทศไทยจำกัดคำนิยามเกี่ยวกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เสียใหม่ ควรเน้นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมอย่างแท้จริงในสาขาที่มีแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจสำคัญ” (Howkins John, 2010) รวมถึง “หน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบในการสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ควรดำเนินนโยบายอย่างเป็นระบบ เข้าใจ ต่อเนื่อง และบูรณาการ มีการประสานงานระหว่างหน่วยงาน เพื่อแก้ไขปัญหาในกรณีที่มีการทับซ้อนของการ ดำเนินการตามกฎระเบียบที่ต่างกันของแต่ละหน่วยงาน” (KENAN INSTITUTE ASIA, 2552) ในเชิงการเปลี่ยนนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ “สภาพัฒน์ฯ ดูแลเรื่องแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อยู่ แต่ถ้ามีสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติก็เป็นหน่วยงานหลัก ที่กำกับภาพรวมทั้งประเทศ รวมทั้งแผนปฏิบัติการเป็นรายภาค รายจังหวัด หน่วยงานภาครัฐ ตั้งแต่ระดับจังหวัด หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น เทศบาลนคร องค์การบริหารส่วนจังหวัด ควรมีการผสมผสานร่วมมือกัน” (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม



2556) เพื่อความชัดเจนในการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ สร้างสรรค์และการนำนโยบายไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพและเหมาะสมกับ บริบทพื้นที่ต่อไป

**(2) การวิจัยและพัฒนาเชิงบูรณาการและสมดุล พบว่า มี 2 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) การวิจัยและพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และนวัตกรรม

(ข) การวิจัยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์

อภิปรายผลได้ว่า “ประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นกับนโยบายทางการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาและจัดการองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น อุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว การพัฒนาด้านพลังงาน โลจิสติกส์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร” (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2555) ในขณะที่ “ประเทศไทย ยังไม่ได้เริ่มกระบวนการวิจัยเพื่อทำความเข้าใจถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศของตน ให้ดีและยังไม่ได้จัดทำโมเดลเพื่อสนับสนุน” (Rylie Sridhar, 2011) รวมทั้ง “การดำเนินงานที่ผ่านมายังเป็นไปในลักษณะแยกส่วนมิได้ดำเนินการอย่างเป็นองค์รวม เพื่อวิจัยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบและครบวงจร” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552) ดังนั้น “การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ควรดำเนินการควบคู่ไปด้วยกันกับหลักการอุตสาหกรรมแห่งการเรียนรู้ เพราะความรู้กับการสร้างสรรค์มีส่วนสัมพันธ์กัน โดยตรงรัฐบาลควรที่จะเพิ่มการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาทั้งในภาคการศึกษาของรัฐ สถาบันวิจัย และการให้แรงจูงใจทางภาษีแก่งานด้านการวิจัยและพัฒนาในภาคเอกชน

...ภาคเอกชนควรพัฒนากลยุทธ์ระยะยาวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมโดยเฉพาะมีการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัย” (KENAN INSTITUTE ASIA, 2552) และควรส่งเสริม “การวิจัยและพัฒนา งานทดลอง และ โครงการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับบริบทของเมือง เพื่อส่งเสริมการรับรู้และสะท้อนให้เห็นถึงทิศทาง ในการพัฒนาเมือง” (Landry Charles, 2000) เพื่อเป็นองค์ความรู้และนำไปสู่แนวทาง ในการสร้างนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองสร้างสรรค์ และนโยบายที่เกี่ยวข้อง เพื่อสังคมต่อไป

**(3) ความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของสังคมทุกภาคส่วน พบว่า มี 2 หัวข้อย่อยคือ**

(ก) ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน

(ข) ความร่วมมือของเครือข่ายสร้างสรรค์ภายในเมืองและนานาชาติ

อภิปรายผลได้ว่า ควรส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างจริงจัง และโปร่งใส ปัญหาสำคัญของไทยคือ “ขาดการสื่อสารและการสร้างเครือข่ายจากแนวคิดเรื่องความร่วมมือสามฝ่าย ระหว่างรัฐ เอกชนและสถาบันการศึกษา (Triple Helix) และชุมชนสร้างสรรค์ (Creative Community) สิ่งที่ได้เห็นได้ชัดเจนในกรณีของประเทศไทยคือ การขาดการหารือและแลกเปลี่ยนความร่วมมือกันอย่างเปิดเผยและโปร่งใสจึงทำให้หลายสิ่งไม่เกิดขึ้น” (TICEF, 2012) สิ่งที่สำคัญคือ “ทำอย่างไรจึงจะสร้างโอกาสให้คนอื่นๆ ในเมืองสามารถมีส่วนร่วมในการร่วมคิดเสนอ ทางเลือกหรือร่วมตัดสินใจในการพัฒนาเมืองเป็นศูนย์กลางหนึ่งที่จะนำไปสู่การสร้าง เมืองในนิยามใหม่ได้ ประกอบกับการร่วมกันของบุคลากรในหลายๆ ฝ่ายหลายวิชาชีพ ...ไม่ว่าจะอยู่ในตำแหน่ง เจ้าหน้าที่รัฐ พนักงานบริการ ประชาชนคนเดินถนน หรือนักการเมือง ...จะช่วยกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นและ การนำเสนอทางเลือกใหม่ๆ ได้มากขึ้น” (สุปรียา หวังพัชรพล, 2552) ซึ่งเป็นการสร้าง เครือข่ายภายในเมืองรวมถึงเมืองจะต้องสร้างเครือข่ายสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในด้าน “การแบ่งปัน ความรู้ ทักษะ ความร่วมมือรวมถึง แลกเปลี่ยนผลประโยชน์ซึ่งกันและกัน” (Landry Charles, 2008)

#### (4) แนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน พบว่า มี 3 หัวข้อย่อยคือ

(ก) สมดุลระหว่างการพัฒนาทุนมนุษย์ การพัฒนาระบบการศึกษาและการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและแรงงาน

(ข) สมดุลระหว่างการพัฒนาทุนทางโครงสร้างพื้นฐานและสถาบันและการพัฒนาสภาพแวดล้อม

(ค) สมดุลระหว่างการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม

อภิปรายผลได้ว่า “ควรพัฒนาระบบการศึกษาให้สนับสนุนการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความรู้และก่อให้เกิดบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์กระทรวงศึกษาธิการควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนการสอนจากการท่องจำรูปแบบเก่าให้เป็นการเรียนที่มีนักเรียนเป็นศูนย์กลางมีการถาม-ตอบ และแสดงความคิดเห็นรวมทั้ง มีการปฏิบัติจริงผ่าน โครงการต่างๆ นอกจากภาครัฐควรให้การสนับสนุนการพัฒนาทักษะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นวิศวกร โปรแกรมคอมพิวเตอร์ นักวิจัย และศิลปิน ต่างก็ควรมีทักษะและความรู้ ในการดำเนินธุรกิจซึ่งจะช่วยให้สามารถดำเนินงาน/ธุรกิจให้เกิดกำไรบนพื้นฐานของความ

สร้างสรรค์” (KENAN INSTITUTE ASIA, 2552) ซึ่งเปรียบเสมือน Software ของเมืองและการพัฒนา “ระบบโครงสร้างพื้นฐาน อาคาร ถนน ซึ่งเปรียบเสมือน Hardware ดังนั้นเมืองสร้างสรรค์ต้องผสมผสานทั้งสองสิ่งเข้าด้วยกัน” (UNTAD and UNPD, 2010) รวมถึงเมืองจะต้องเห็นถึงความสำคัญและการจัดการ “การนำวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ขณะเดียวกันทักษะหรือภูมิปัญญา ซึ่งเป็นสิ่งดั้งเดิมที่เมืองมีอยู่จะต้องสามารถนำมาผนวกกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม สมัยใหม่ได้อย่างเหมาะสม” (Landry Charles, 2000)

**(5) การสื่อสารเพื่อส่งเสริมนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชิงใหม่สร้างสรรค์ พบว่า มี 2 หัวข้อย่อยคือ**

- (ก) การสื่อสารนโยบายที่ครอบคลุมและเหมาะสม ใช้สื่อที่หลากหลาย
- (ข) การสื่อสารนโยบายที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สร้างความเข้าใจและสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

อภิปรายผลได้ว่า การสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชิงใหม่เมืองสร้างสรรค์ขาดความต่อเนื่องไม่ชัดเจน ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ค่าเฉลี่ยการรับรู้จากกลุ่มตัวอย่างโดยรวมอยู่ในเกณฑ์น้อย โดยมีค่าเฉลี่ย 2.19 ดังนั้น ความต่อเนื่องของการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์รวมถึงการพัฒนาเชิงใหม่ เมืองสร้างสรรค์เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาสิ่งสำคัญของการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนโยบายที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้อง

...ใช้ประโยชน์จากบริการสื่อสารสาธารณะของรัฐในการสร้างความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญของทรัพย์สินทางปัญญาที่มีต่อเศรษฐกิจไทยรวมถึง

...การผลิตหรือซื้อ สินค้าละเมิดลิขสิทธิ์ทรัพย์สินทางปัญญา (KENAN INSTITUTE ASIA, 2552) การนำนโยบายแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชิง

...ถ้าเราจะพัฒนาเชิงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ทุกภาคส่วนจะต้องเข้าใจว่าเมืองสร้างสรรค์คืออะไร ประโยชน์ ข้อดี ข้อเสียคืออะไร (สัมภาษณ์ อ.ดร.ภักดีกุล รัตนา, 19 มีนาคม 2556)

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับแนวทางการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

เพื่อให้การประยุกต์ใช้นโยบายการพัฒนาในบริบทแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของประเทศกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

(1) ควรร่วมผลักดันประเด็นระบบราชการและภาคการเมืองไทย เนื่องจากเป็นพื้นฐานการแก้ปัญหาทุกภาคส่วนต้องมีความร่วมมือและการมีส่วนร่วมอย่างเปิดเผยและโปร่งใสทั้งในระดับนโยบายและภาคปฏิบัติ สร้างการสื่อสารและสร้างเครือข่ายจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคการศึกษา (Triple Helix) และชุมชนเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล

(2) ควรร่วมผลักดันแนวทางการจัดการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ให้มีการขับเคลื่อนนโยบายอย่างต่อเนื่องและเป็นเอกภาพ เห็นถึงความร่วมมือ การมีส่วนร่วม และเห็นถึงความสอดคล้องของประเด็นต่างๆ ในการพัฒนา รวมถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จเป็นไปตามวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยประเด็นต่อไป

ประเด็นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นระดับการศึกษาและการวิเคราะห์ในระดับโครงสร้างสังคมไทยและการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาในระดับเมืองซึ่งเป็นหลักการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับมหภาค กฎหมาย หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน แขนงยุทธศาสตร์ ฯลฯ โดยยังไม่ได้ทำการวิจัยในรายละเอียด ระดับปัญหาเฉพาะของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แต่ละรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ หรือผลกระทบในระดับชุมชน และบุคคล เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

(1) ควรส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นความร่วมมือกับนานาชาติศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กับต่างประเทศเพื่อเรียนรู้ลักษณะเฉพาะของการพัฒนาและปัญหาจากประเทศต่างๆ เพื่อนำมาสู่การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

(2) ควรส่งเสริมให้เกิดการวิจัยศักยภาพในรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ เพื่อศึกษาศักยภาพที่แท้จริงของรายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อการนิยามความหมาย และขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศต่อไป

(3) ควรส่งเสริมให้เกิดแนวทางการวิจัยในระดับพื้นที่เมือง เพื่อศึกษาศักยภาพของ อุตสาหกรรมวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์ในพื้นที่ เพื่อให้ เห็นถึงประโยชน์ ข้อจำกัด หรือผลกระทบของการพัฒนาที่มีต่อเมือง ชุมชน ผู้ประกอบการ เพื่อให้เห็นถึงประโยชน์และผลกระทบสามารถนำมาสู่การทบทวน ปรับปรุงนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อุตสาหกรรม วัฒนธรรมและ เมืองสร้างสรรค์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## บรรณานุกรม

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. มหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ: Thailand International Creative Economy Forum, 2553

\_\_\_\_\_. มหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นานาชาติ: Thailand International Creative Economy Forum, 2555

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์, 2544

ไชยรัตน์ เจริญสิน โອพาร. วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณะ และความเป็นอื่น : สำนักพิมพ์วิภาษา, 2554

นันทวัตร นัทรอุทัย. เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2549

นิธิ เอียวศรีวงศ์. เจริญรุดลัทธิไทยในสายตานักวิเคราะห์ กรุงเทพฯ : มูลนิธิโกมลคีมทอง, 2532

นฤพนธ์ คิ้ววิเศษ. เหลียวหน้าแลหลัง วัฒนธรรมป๊อป. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2549

ศักดิ์ชัย เกียรติจินาจันทร์. ทุนความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : พิมพ์ดี, 2553

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. ทำไมต้อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์”

รวมบทความกระตุ้นอะดรีนาลีนโดย 6 นักคิด. กรุงเทพฯ : คอนแทรคท์ พับลิชิ่ง, 2552

สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ.

รายงานเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์. บริษัท บี.ซี. เพรส (บุญชิน) จำกัด, 2552

สุริยา สมุทคุปต์ และคณะ. วาทกรรมของลัทธิพิธีและวิกฤติการณ์ของความทันสมัยในสังคมไทย :  
ทรงเจ้าเข้าผี. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2544.

อรพินทร์ ชูชม. การสร้างและพัฒนาเครื่องมือวัดทางพฤติกรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2545

พจณี อรรถโรจน์ภิญโญ ปิยนุช วุฒิสอน ศศิธร พลัดตเดช วิชานัน นิวัตจินดา วรณิษา  
เอมะศิริสว่างจิตร สมภักดีและชรัฐ ตามไท. รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
รายงานการวิจัย. กรุงเทพฯ: พี.ซี.เพรส (บุญชิน), 2552.

#### วารสาร

สุปรียา หวังพัชรพล. คนสรรค์สร้าง เมืองสร้างสรรค์. วารสารสภาสถาปนิก ปีที่ 1 ฉบับที่ 4. 38-41,  
2552.

สมบัติ กุสุมาวดี. สังคมเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ นวัตกรรมและชนชั้นใหม่. For Quality. 16  
(สิงหาคม): 75-77, 2552.

Brand Age Essential. **Creative Economy : The Super Economic Driver**. ฉบับ Sub-Division  
3/2009, 2009

#### สิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ไกรฤทธิ ปิ่นแก้ว. 2554. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทู่นวัตกรรมและโอกาสทางธุรกิจ.

[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา:

[http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive\\_journal/jan\\_mar\\_11/pdf/aw4.pdf](http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_11/pdf/aw4.pdf)., [2554,

พฤศจิกายน 2]

วิริยะ สว่างโชติ. 2552. เศรษฐกิจสร้างสรรค์...รัฐบาลฝันหรือทำได้จริง.

[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา:

<http://www.thailandindustry.com/news/view.php?id=8963&section=29&rcount=Y.>,

[2554, พฤศจิกายน 2]

\_\_\_\_\_. 2552. เศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วไงต่อ. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา:

<http://www.thaingo.org/writer/view.php?id=1372.>, [2554, พฤศจิกายน 2]

\_\_\_\_\_. 2553. “ปลดปล่อยอุตสาหกรรมวัฒนธรรม.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.thaingo.org/writer/view.php?id=1372.>, [2554, พฤศจิกายน 2]

ธีระพงษ์ มาลัยทอง. 2553. “เชียงใหม่ : บนหนทางแห่งการสร้างสรรค์” วารสารเศรษฐกิจสังคม [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://lib.dtc.ac.th/ejournal/BA/NESDB/October12/004.pdf> [5 พฤศจิกายน 2555]

เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์. “เกี่ยวกับเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.creativechiangmai.com> [5 พฤศจิกายน 2555]

สำนักบริการสารสนเทศ สำนักนายกรัฐมนตรี. 2554 “ประมวลมติคณะรัฐมนตรีเรื่องนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.cabinet.thaigov.go.th/acrobat/Economic%20policy.pdf.>, [10 ตุลาคม 2554]

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา. 2552. “Policy Dialogue on Creative Economy in Thailand”. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.itd.or.th/research-reports.>, [10 ตุลาคม 2554]

\_\_\_\_\_. 2553. ทรัพย์สินทางปัญญา : กรณีศึกษา SMEs

ไทย. [ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.itd.or.th/research-reports.>, [10 ตุลาคม 2554]



**เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย.**

[ระบบออนไลน์].แหล่งที่มา: <http://www.itd.or.th/research-reports.>, [10 ตุลาคม 2554]

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. 2551. **ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ.** [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา:<http://www.creativethailand.org>. [9 พฤศจิกายน 2555]

สถาบันคีนันแห่งเอเซีย. 2552.

**โครงการศึกษามูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ไทย.**

แหล่งที่มา:[http://www.kiasia.org/userfiles/Kenan\\_FPRI\\_Creative%20Industry%20Contribution%20Final%20Report%20TH.pdf](http://www.kiasia.org/userfiles/Kenan_FPRI_Creative%20Industry%20Contribution%20Final%20Report%20TH.pdf). [2 พฤศจิกายน 2555]

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. 2552 **รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา

<http://www.nesdb.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=PCZNDNQTh6o%3D&tabid=489&mid=1163>  
[5 พฤศจิกายน 2555]

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) และ

สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่ง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2553.

**เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : แนวคิด กลยุทธ์ และกรณีศึกษา.** [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา:<http://www.okmd.or.th/blog/2011/01/05/> [5 พฤศจิกายน 2555]

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. 2552. **“อุตสาหกรรมวัฒนธรรม/อุตสาหกรรมสร้างสรรค์**

**คืออะไร”** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://ocac4u.blogspot.com/2009/01/blog-post.html> [9

พฤศจิกายน 2554]

สิริพัฒน์ ชนะกุล. 2552. **เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์.** [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา:

<http://www.nia.or.th/innolinks/page.php?issue=200905&section=6> [2 พฤศจิกายน 2554]

หน่วยวิจัยเมือง คณะสถาปัตยกรรมและผังเมือง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.2554.

เชียงใหม่ต้นแบบเมืองสร้างสรรค์ [ระบบออนไลน์] . แหล่งที่มา

[http://www.cityresearchunit.org/th/projects/chiangmai\\_creative\\_city.html](http://www.cityresearchunit.org/th/projects/chiangmai_creative_city.html) [9 พฤศจิกายน 2554]

Creative thailand. 2551. ความคิดสร้างสรรค์กับการพัฒนาเศรษฐกิจ [ระบบออนไลน์] .แหล่งที่มา

[http://www.creativethailand.org/mobile/th/article/article\\_detail.php?id=6](http://www.creativethailand.org/mobile/th/article/article_detail.php?id=6) [9 พฤศจิกายน 2555]

กระทรวงพาณิชย์. 2556.

รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงเป็นประธานในพิธีประกาศผลการคัดเลือกเมืองต่อยอดนวัตกรรม

สร้างสรรค์ด้วยทรัพย์สินทางปัญญา [ระบบออนไลน์] . [http://www.thaigov.go.th/th/news-](http://www.thaigov.go.th/th/news-ministry/2012-08-15-09-42-10/item/76230)

[ministry/2012-08-15-09-42-10/item/76230](http://www.thaigov.go.th/th/news-ministry/2012-08-15-09-42-10/item/76230) [5 พฤศจิกายน 2555]

เยาวลักษณ์ เกลือบมาศ .2553. วิชานวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ [ระบบออนไลน์].

แหล่งที่มา:[www.finearts.cmu.ac.th/%2Fwp-content%2Fuploads](http://www.finearts.cmu.ac.th/%2Fwp-content%2Fuploads) [2 พฤศจิกายน 2555]

### ภาษาอังกฤษ

Anholt, Simon. (2007). **Competitive Identity : The New Brand Management for Nation, Cities and Regions** : Palgrave Macmillan.

Barro, R. J. (2001). “Education and economic growth” . In Helliwell, J.F. ed., **The Contribution of Human and Social Capital to Sustained Economic Growth and Well-Being**, OECD, chapter3: 14-41

Boden, Margaret A. (2004). **The Creative Mind Myths and Mechanism**: MIT Press

BRA/Research, “Boston's Creative Economy”. [online]. Available from

<http://unitus.org/FULL/BostonCreativeEconomy.pdf>. (2 November 2012)

Brayan, William D. A. and Throsby D., Ginsburgh V.A. & Throsby D, Creativity and the Behaviour of Artists,. Handbooks of the economics of art and culture, vol. 1, North-Holland, 2006, p.508.

Bourdieu, Pierre. (1979). **Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste**, translated by Richard Nice. London: Routledge.

Cultural Initiatives Silicon Valley (2003). **Creative Community Index: Measuring Progress Toward a Vibrant Silicon Valley**. (<http://www.ci-sv.org/index.shtml>)

Csikszentmihalyi, Mihaly. (1996) **Creativity: Flow and the psychology of discovery and invention**, Harper Perennial, p.24.

DCMS. (2001). Creative industries: Mapping Document. London: HMSO [online]. Available from [http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive\\_2001/ci\\_mapping\\_doc\\_2001.html](http://www.culture.gov.uk/global/publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.html) (9 November 2012)

Département des études, de la prospective et des statistiques (2006). *Aperçu statistique des industries culturelles*, No. 16, January. Paris, Ministry of Culture and Communication.

Florida, Richard. (2002). **The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday Life** : Basic Books.

\_\_\_\_\_ (2006). **The Flight of the Creative Class** : The New Global Competition for Talent: Collins.

Home affairs Bureau. (2005). The Hong Kong Special Administrative Region Government “A Study on Creativity Index”

Horkheimer, Max. and Adorno, Theodor W.(2002). **Dialectic of Enlightenment : Philosophical Fragment** : Stanford University Press.

Howkins, John. (2001). **The Creative Economy : How People Make Money from Ideas** : Penguin Press.

\_\_\_\_\_. (2009). **Creative Ecologies : Where thinking is a proper job**. London.

\_\_\_\_\_.2011. **“Thailand’s Nation Strategy on Creative Economy Developing Thailand’s Creative Economy”**

[http://www.nesdb.go.th/Portals/0/home/interest/kro52/kss/data\\_0222130611.pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/home/interest/kro52/kss/data_0222130611.pdf)

KEA, European Affairs (2006). *The Economy of Culture in Europe*, study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture). Brussels.

\_\_\_\_\_. (2009). *The Impact of Culture on Creativity*, study prepared for the European Commission. Brussels.

Landry, Charles (2008). **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. London: Comedia/Earthscan.

Nelson, Richard R. and Winter, Sidney G. (1982). *An Evolutionary Theory of Economic Change*. Cambridge: Belknap Press of Harvard University Press.

Putnam Robert (1993).**Making democracy work: civic traditions in modern Italy**. Princeton: Princeton University Press.

Rylie Sridhar. (2011). **Creative Economy : Opportunities & Challenges for Thailand.**

Available from [http://www.creativethailand.org/\\_file/files/Creative%20Economy%20-%20Opportunities%20&%20Challenges%20for%20Thailand.pdf](http://www.creativethailand.org/_file/files/Creative%20Economy%20-%20Opportunities%20&%20Challenges%20for%20Thailand.pdf)

UNCTAD. 2004. Creative Industries and Development (document TD(XI)/BP/13, June 2004).

Available from [http://unctad.org/Sections/wcmu/docs/tdxi-creative-industries\\_en.pdf](http://unctad.org/Sections/wcmu/docs/tdxi-creative-industries_en.pdf)

UNCTAD and UNDP. 2008. The Creative Economy Report, UNCTAD Available from

<http://www.unctad.org/creative-economy>

\_\_\_\_\_. 2010. The Creative Economy Report, UNCTAD Available from

<http://www.unctad.org/creative-economy>

UNESCO.2010. The Creative Cities Network : A Global Platform for Local Endeavor Available

from <http://www.unesco.org/culture/en/creativecities>

Yamane, T.(1973). Elementary Sampling Theory. Prentice Hall. International, Inc.

### เอกสารอื่นๆ

กรมการพัฒนาชุมชน. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online]. Available : <http://www.cdd.go.th/index2.php>.,[2555,  
กุมภาพันธ์ 22]

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available <http://www.dsd.go.th/index.php>.,[2555,  
กุมภาพันธ์ 22]

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.dip.go.th/>.,[2555, กุมภาพันธ์  
22]

กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available :  
<http://www.dbd.go.th/mainsite/index.php?id=1>.,[2555, กุมภาพันธ์ 22]

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2553) ข้อมูลสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available  
[http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index2.php?option=com\\_content&do\\_pdf=1&id=1429](http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/index2.php?option=com_content&do_pdf=1&id=1429)  
\_\_\_\_\_. (2555) พันธกิจ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available  
:<http://www.ipthailand.go.th/ipthailand/>.,[2555, กุมภาพันธ์ 22]

กระทรวงวัฒนธรรม. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
[online].Available : <http://www.m-culture.go.th/>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ [online].Available : <http://www.most.go.th/main>.,[2555,  
กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงศึกษาธิการ. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
[online].Available : <http://www.moe.go.th/moe/th/home/main.php>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
[online].Available : <http://www.mots.go.th/main.php?filename=index>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์  
[online].Available : <http://www.industry.go.th/page/index.aspx>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ [online].Available :  
<http://www.moac.go.th/main.php?filename=index>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ [online].Available :  
<http://website.mnre.go.th/main.php?filename=index>.,[2555, กุมภาพันธ์ 10]

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2555) พันธกิจ  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available  
:<http://www.boi.go.th/index.php?page=index&language=th>.,[2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available  
:<http://www.sme.go.th/Pages/home.aspx#page=page-act>.,[2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2555) พันธกิจ  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online]. Available :<http://www.nstda.or.th/index.php>.,[2555,  
กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554)  
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11. [online].Available : [www.nesdb.go.th](http://www.nesdb.go.th).,[2555,  
กุมภาพันธ์ 10]

[online].Available

[http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev\\_ability/Newsletter/NewsletterCompetitiveness%20Newslette r03-02.pdf](http://www.nesdb.go.th/Portals/0/tasks/dev_ability/Newsletter/NewsletterCompetitiveness%20Newslette%20r03-02.pdf), [2555, กุมภาพันธ์ 10]

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์

ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.trf.or.th/>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ จุดเน้น

ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.okmd.or.th/>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ. (2555) พันธกิจ

ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.museumsiam.com/museumsiam/>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานอุทยานการเรียนรู้. (2555) พันธกิจ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available

: <http://www.tkpark.or.th/tk/index.php>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์

ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.sipa.or.th/main.php?filename=index1>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์

ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.sipa.or.th/main.php?filename=index1>, [2555, กุมภาพันธ์ 22]



สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ. (2555) พันธกิจ  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available :<http://www.acfs.go.th/index.php>.,[2555,  
กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานผลิตภัณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรม. (2555) พันธกิจ ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์  
ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์.[online].Available : <http://www.tisi.go.th/>.,[2555, กุมภาพันธ์  
22]

สำนักงานการปฏิรูปที่ดินเพื่อเกษตรกรรม. (2554) พันธกิจ ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม.  
[online].Available : <http://www.alro.go.th/alro/index.jsp>.,[2555, กุมภาพันธ์ 22]

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2552) นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ (พ.ศ.2551-  
2554). [online].Available : <http://www.riplib.nrct.go.th/edoc/ebook/Policies7.2.pdf>., [2556,  
มีนาคม 17]

สำนักงานคณะกรรมการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2554)  
การวิจัยและพัฒนา [online].Available  
:<http://www.sti.or.th/th/images/stories/files/index/R&D.pdf>., [2556, มีนาคม 17]

กรมการปกครอง. (2553) จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร  
แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม  
2553 [Online].Available: <http://www.dopa.go.th> [2554, มีนาคม 16]

## วิทยานิพนธ์

ประยูทธ วรรณอุดม.

กระบวนการต่อรองของหมอลำที่มีต่อบทบาทและอิทธิพลของระบอบอุตสาหกรรม

.วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณชีพัฒนิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

ปิ่นวดี ศรีสุพรรณ. วาทกรรมทุนทางสังคม:

กระบวนการสร้างแนวคิดและปฏิบัติการในบริบทการพัฒนาของไทย (พ.ศ. 2540 - 2546)

.วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะรัฐศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

สิรินทร แซ่ฉั่ว. ความสุขในการทำงานของบุคลากรเชิงสร้างสรรค์:

กรณีศึกษาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มสื่อและกลุ่มงานสร้างสรรค์เพื่อการใช้งาน .

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการพัฒนาศาสตร์พยาบาลมนุษยและองค์การ

คณะพัฒนาศาสตร์พยาบาล สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2553.

ศักรินทร์ วั่งคะฮาด.

สถานะของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงานและศักยภาพ

ในการพัฒนาเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม .วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาเศรษฐศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2554.

จักรพล ตั้งสุทธิธรรม.

การศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งและบทบาทของศูนย์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเทศบาล

ตำบลสุเทพ อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขา

สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.

ณัฐ ชลเทพ.

การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเกษตรขนาดย่อม

ในจังหวัดเชียงใหม่ .การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมเกษตร

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ก  
แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แนวคำถามการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

### การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

#### แนวคิดคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มี 5 ประเด็น

**ประเด็นที่ 1** สถานการณ์ของการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเป็นอย่างไร ?

1.1 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ?

1.1.1 การพัฒนา การสนับสนุน การส่งเสริม

1.1.2 เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม นวัตกรรม เทคโนโลยี หน่วยงานและสถาบัน

1.1.3 การวิจัยเพื่อการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.1.4 กลไกจากนโยบายสู่ภาคปฏิบัติการ

1.2 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศในอนาคตเป็นอย่างไร ?

**ประเด็นที่ 2** สถานการณ์ของการดำเนินนโยบายการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร ?

2.1 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ?

2.1.1 การพัฒนา การสนับสนุน การส่งเสริม

2.1.2 เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม นวัตกรรม เทคโนโลยี หน่วยงานและสถาบัน

2.1.3 การวิจัยเพื่อการสนับสนุนการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

(เศรษฐกิจ, สังคม, วัฒนธรรม)

2.1.4 การมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย, การมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการ

2.1.5 กลไกจากนโยบายสู่ภาคปฏิบัติการ

2.2 นโยบาย ยุทธศาสตร์ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ในอนาคตเป็นอย่างไร ?

2.3 ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร ?

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับความเปลี่ยนแปลง

ทางการเมือง ของรัฐบาลเป็นอย่างไร ?

2.5 การประยุกต์ใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลกับเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์เป็นอย่างไร ?

2.6 ความร่วมมือเชิงนโยบายเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ระหว่าง ภาครัฐ ภาคเอกชน  
หน่วยงานภายใน ชุมชน ประชาชนเป็นอย่างไร ?

2.7 ความร่วมมือเชิงนโยบายระหว่างเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับนานาชาติเป็นอย่างไร ?

**ประเด็นที่ 3** ปัจจัยใดที่เป็นอุปสรรคต่อการการดำเนินการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ ?  
การสื่อสาร งบประมาณ ความร่วมมือ การเมือง ฯลฯ

**ประเด็นที่ 4** ความเชื่อมโยงการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์กับการพัฒนาในด้านต่างๆ  
เป็นอย่างไร เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม กายภาพ (หน่วยงาน โครงสร้าง สถานที่) ทรัพยากรมนุษย์

4.1 ความเชื่อมโยงของรูปแบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของเชียงใหม่กับศักยภาพที่มีอยู่  
ของเชียงใหม่อย่างไร

4.2 กิจกรรมเกิดขึ้นจากโครงการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

**ประเด็นที่ 5** การได้รับรองสถานะเมืองสร้างสรรค์จาก UNESCO เชียงใหม่จะได้รับผลประโยชน์  
ในด้านใดบ้าง ?



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ภาคผนวก ข  
แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ : กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนา  
เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

### คำชี้แจงเกี่ยวกับแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาของนักศึกษาปริญญาโท  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะบัณฑิตวิทยาลัย  
สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการประมวลผลงานวิทยานิพนธ์  
โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ :  
กรณีศึกษาการประยุกต์ใช้กับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ในการตอบแบบสอบถาม โดยขอให้อ่านแบบสอบถาม  
อย่างละเอียดและตอบให้ครบทุกข้อตามความเป็นจริง ทั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามจะไม่มีผลกระทบ  
จากการตอบแบบสอบถามแต่ประการใด และการนำเสนอผลการวิจัยเป็นภาพรวมเท่านั้น  
โดยแบบสอบถามจะประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 การรับรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ  
การพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- ส่วนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่  
เมืองสร้างสรรค์
- ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์
- ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์



ส่วนที่ 1 ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ

[ ] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี [ ] 21-30 ปี  
[ ] 31-40 ปี [ ] 40 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

[ ] ต่ำกว่าปริญญาตรี [ ] ปริญญาตรี  
[ ] สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

[ ] นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา [ ] รับจ้าง  
[ ] พนักงานบริษัทเอกชน [ ] ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ  
[ ] ประกอบธุรกิจส่วนตัว [ ] อื่นๆ โปรดระบุ.....

5. รายได้ต่อเดือน

[ ] ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท [ ] 10,001 – 20,000 บาท  
[ ] 20,001 – 30,000 บาท [ ] 30,001 บาทขึ้นไป  
[ ] อื่นๆ โปรดระบุ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการรับรู้ ความเข้าใจและความต้องการในการมีส่วนร่วมกับนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

6. ท่านมีความคิดเห็นต่อการรับรู้ข่าวสาร ความเข้าใจ และการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างอย่างไร

การสื่อสารนโยบาย	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการรับรู้ข่าวสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์					
6.1 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง					
6.2 ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์จากสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง					
ด้านความเข้าใจการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์					
6.3 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย					
6.4 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์					
6.5 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับประโยชน์ของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีต่อประเทศไทย					

6.6 ท่านมีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ ประโยชน์ของการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมือง สร้างสรรค์					
6.7 ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์ จะมีส่วนช่วยผลักดันให้เมือง เชียงใหม่ เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดี					
6.8 ท่านตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนา เชียงใหม่ให้เป็นเมืองสร้างสรรค์					
6.9 ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์เหมาะสมกับบริบททางด้าน เศรษฐกิจ วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิต ของเมือง เชียงใหม่เพียงใด					
6.10 ท่านคิดว่าการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมือง หัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) มีความเหมาะสมกับเมือง เชียงใหม่เพียงใด					
ด้านการมีส่วนร่วมการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์					
6.11 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเปิดโอกาสให้ชุมชน ประชาชน มีส่วนร่วมในการร่วมคิด วางแผน ตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาเชียงใหม่เมือง สร้างสรรค์เพียงใด					
6.12 ท่านมีส่วนร่วมรับฟัง ร่วมกิจกรรม เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และเมืองสร้างสรรค์ เมื่อท่านมีโอกาส					
6.13 ท่านมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปวัฒนธรรม เช่น การชมแสดง ชมพิพิธภัณฑ์ ฯลฯ					

6.14 ท่านคิดว่ากิจกรรมการมีส่วนร่วมของการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์มีความเหมาะสมกับเชียงใหม่เพียงใด					
6.15 ท่านมีส่วนร่วมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม หัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดสร้างสรรค์					



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ส่วนที่ 3 ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่  
เมืองสร้างสรรค์

คำชี้แจง โปรดเรียงลำดับ 1, 2, 3,... จากสื่อที่ได้รับข้อมูลมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด

7. ช่องทางการรับรู้ข่าวสารของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาเชียงใหม่  
เมืองสร้างสรรค์

นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	ลำดับ	โครงการเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	ลำดับ
1. โทรทัศน์		1. โทรทัศน์	
2. วิทยุ		2. วิทยุ	
3. หนังสือพิมพ์		3. หนังสือพิมพ์	
4. นิตยสาร		4. นิตยสาร	
5. สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร)		5. สิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ โบรชัวร์ โปสเตอร์ วารสาร)	
6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง		6. ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	
7. อินเทอร์เน็ต		7. อินเทอร์เน็ต	
8. การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม		8. การประชุม การสัมมนา การฝึกอบรม	
9. บุคคลบอกปากต่อปาก		9. บุคคลบอกปากต่อปาก	
10. อื่นๆ โปรดระบุ .....		10. อื่นๆ โปรดระบุ .....	

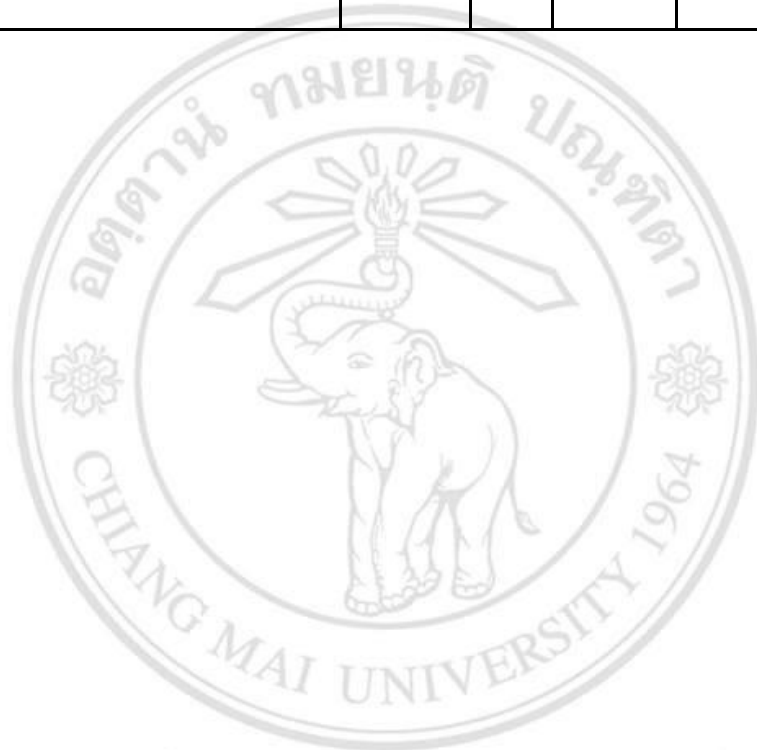
ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงใน [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

8. ท่านมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ต่อไปนี้อย่างไร

แนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8.1 ควรสนับสนุนกิจกรรมสร้างสรรค์และ กิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรมเพื่อเป็นแหล่งให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจ					
8.2 ควรสนับสนุนพื้นที่สร้างสรรค์ พื้นที่สาธารณะเพื่อเป็นพื้นที่ในการ สร้างกิจกรรม เพื่อก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ พบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดในด้านต่างๆ					
8.3 ควรสร้างพิพิธภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีศิลปวัฒนธรรมในเชียงใหม่ที่มี มาตรฐานการจัดการตามมาตรฐานสากล เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์					
8.4 ควรสร้างห้องสมุดที่มีมาตรฐาน เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์					
8.5 ควรสนับสนุนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ด้านสาธารณะ เศรษฐกิจ การศึกษาวิจัยขั้นสูง และด้านการศึกษา เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ที่ช่วยในการพัฒนาเชียงใหม่ต่อไป					
8.6 ควรสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งสำหรับการพัฒนาเชียงใหม่ ต่อไป					

8.7 ควรพัฒนาระบบการบริการ การขนส่ง และสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่อเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อประชากรเชียงใหม่และนักท่องเที่ยว					
8.8 ควรพัฒนาระบบการสื่อสารและบริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ และก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์					



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย □ ลงใน [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

9. ท่านคิดว่านอกจากรูปแบบการพัฒนาเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรม  
และศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts)

รูปแบบเมืองสร้างสรรค์ใดบ้างที่เหมาะสมกับการพัฒนาเชียงใหม่ (เลือกตอบ 1 ข้อ)

[ ] เมืองแห่งการออกแบบ (City of Design)

.....  
.....  
.....

[ ] เมืองแห่งอาหาร (City of Gastronomy)

.....  
.....  
.....

[ ] เมืองแห่งสื่อศิลปะ (City of Media Arts)

.....  
.....  
.....

[ ] เมืองแห่งภาพยนตร์ (City of Film)

.....  
.....  
.....

[ ] เมืองแห่งวรรณกรรม (City of Literature)

.....  
.....  
.....



[ ] เมืองแห่งดนตรี (City of Music)

.....  
.....  
.....

10. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อแนวทางการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์

.....  
.....  
.....



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



**ภาคผนวก ค**  
**ผลการประมวลค่าสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป**

**ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

**Frequencies****Statistics**

Valid	400	400	400	400	400
Missing	0	0	0	0	0

**Frequency Table****Gender**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Male	212	53	53.0	53.0
Female	188	47.0	47.0	100.0
Total	400	100.0	100.0	

**Age**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
21-30	248	62.0	62.0	62
31-40	116	29.0	29.0	91
40 more	36	9.0	9.0	100
Total	400	100.0	100.0	

**Educations**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ต่ำกว่าปริญญาตรี	20	5.0	5.0	5
ปริญญาตรี	228	57.0	57.0	62
สูงกว่าปริญญาตรี	152	38.0	38.0	100

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Total	400	100.0	100.0	

### Jobs

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
นักเรียน นักศึกษา	64	16.0	16.0	16
พนักงานเอกชน	132	33.0	33.0	49
ธุรกิจส่วนตัว	128	32.0	32.0	81
รับจ้าง	44	11.0	11.0	92
ข้าราชการ	24	6.0	6.0	98
อื่น	8	2.0	2.0	100
Total	400	100.0	100.0	

### Salary

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<= 10,000 บาท	52	13.0	13.0	13
10,001-20,000 บาท	160	40.0	40.0	53
20,001-30,000 บาท	84	21.0	21.0	74
30,001 บาท ขึ้นไป	104	26.0	26.0	100
Total	400	100.0	100.0	

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOPIC61	400	1	5	2.14	0.85
TOPIC62	400	1	5	2.24	0.93
TOPIC63	400	1	4	2.29	0.74
TOPIC64	400	1	4	2.23	0.761
TOPIC65	400	1	4	2.40	0.776
TOPIC66	400	1	4	2.45	0.806
TOPIC67	400	1	5	3.30	0.795
TOPIC68	400	2	5	3.17	0.874
TOPIC69	400	1	5	3.15	0.854
TOPIC610	400	2	5	3.67	0.918
TOPIC611	400	1	5	2.33	0.918
TOPIC612	400	1	5	2.14	0.929
TOPIC613	400	1	5	2.56	0.943
TOPIC614	400	1	5	2.88	0.932
TOPIC615	400	1	5	2.69	0.914
Valid N (listwise)	400				

**Descriptives**

**Media 1**

	N	Sum	Mean
TV	400	1924	10.47
Radio	400	2088	11.37
news	400	2308	11.43
magazine	400	2392	12.56
media	400	2460	13.39
billboard	400	2052	11.17
Internet	400	2100	13.02
Training	400	1528	8.32
person	400	1520	8.27
Valid N (listwise)	400		

**Descriptives**

**Media 2**

	N	Sum	Mean
TV	400	1380	7.51
Radio	400	1636	8.91
news	400	1908	10.39
magazine	400	2472	13.46
media	400	2672	14.55

	N	Sum	Mean
brillbroard	400	2544	13.85
Internet	400	2400	13.07
Training	400	1648	8.97
person	400	1708	9.30
Valid N (listwise)	400		

### Descriptives

#### Development

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOPIC81	400	2	5	3.79	0.733
TOPIC82	400	2	5	3.93	0.778
TOPIC83	400	2	5	3.94	0.781
TOPIC84	400	3	5	4.12	0.708
TOPIC85	400	1	5	4.09	0.812
TOPIC86	400	2	5	4.29	0.757
TOPIC87	400	3	5	4.33	0.734
TOPIC88	400	3	5	4.41	0.747
Valid N (listwise)	0				

Descriptives

Cities

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
เมืองแห่งการออกแบบ	32	8.0	15.4	15.4
เมืองแห่งอาหาร	56	14.0	26.9	26.9
เมืองแห่งศิลปะ	88	22.0	42.3	42.3
เมืองแห่งดนตรี	32	8.0	15.4	15.4
<b>Total</b>	208	52.0	100.0	100
Missing	192	48.0		
<b>Total</b>	400	100.0		



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved





ภาคผนวก ง  
ข้อมูลจำนวนประชากร

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง  
เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ  
ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๔๕ แห่งพระราชบัญญัติการทะเบียนราษฎร  
พ.ศ. ๒๕๓๔ จึงประกาศจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร แยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่าง ๆ  
ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ ๓๑ ธันวาคม ๒๕๕๕ ดังต่อไปนี้

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนราษฎร		
		ชาย	หญิง	รวม
	ทั่วประเทศ	๓๓,๗๐๐,๗๒๗	๓๒,๗๕๕,๙๖๘	๖๖,๔๕๖,๖๙๕
๑	กรุงเทพมหานคร	๒,๖๙๐,๗๕๔	๒,๙๘๒,๘๐๖	๕,๖๗๓,๕๖๐
๒	จังหวัดกระบี่	๒๒๑,๙๐๖	๒๒๓,๐๖๑	๔๔๔,๙๖๗
๓	จังหวัดกาญจนบุรี	๔๒๐,๔๖๗	๔๓๗,๘๐๒	๘๕๘,๒๖๙
๔	จังหวัดกาฬสินธุ์	๔๙๐,๖๓๗	๔๙๔,๔๖๗	๙๘๕,๐๘๔
๕	จังหวัดกำแพงเพชร	๓๖๑,๕๓๑	๓๖๖,๐๔๔	๗๒๗,๕๗๕
๖	จังหวัดขอนแก่น	๘๗๙,๓๖๐	๘๙๕,๔๕๖	๑,๗๗๔,๘๑๖
๗	จังหวัดจันทบุรี	๒๕๖,๖๙๐	๒๖๕,๑๒๒	๕๒๑,๘๑๒
๘	จังหวัดฉะเชิงเทรา	๓๓๕,๙๘๓	๓๔๙,๗๓๘	๖๘๕,๗๒๑
๙	จังหวัดชลบุรี	๖๖๘,๗๔๔	๖๙๕,๒๕๘	๑,๓๖๔,๐๐๒
๑๐	จังหวัดชัยนาท	๑๖๐,๗๖๙	๑๗๒,๔๐๓	๓๓๓,๑๗๒
๑๑	จังหวัดชัยภูมิ	๕๖๓,๗๒๓	๕๖๙,๗๓๑	๑,๑๓๓,๐๓๔
๑๒	จังหวัดชุมพร	๒๔๕,๙๓๓	๒๔๙,๓๓๗	๔๙๕,๒๗๐
๑๓	จังหวัดเชียงราย	๕๙๐,๔๔๖	๖๐๙,๙๗๗	๑,๒๐๐,๔๒๓
๑๔	จังหวัดเชียงใหม่	๘๐๖,๗๒๐	๘๔๘,๙๒๒	๑,๖๕๕,๖๔๒
๑๕	จังหวัดตรัง	๓๐๙,๗๒๙	๓๒๒,๑๙๑	๖๓๑,๙๒๐

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนราษฎร		
		ชาย	หญิง	รวม
๑๖	จังหวัดตราด	๑๑๑,๒๓๕	๑๑๑,๖๒๐	๒๒๒,๘๕๕
๑๗	จังหวัดตาก	๒๖๕,๔๙๒	๒๖๐,๕๕๓	๕๒๖,๐๔๕
๑๘	จังหวัดนครนายก	๑๒๖,๓๕๑	๑๒๘,๘๒๓	๒๕๕,๑๗๔
๑๙	จังหวัดนครปฐม	๔๒๐,๐๒๖	๔๕๔,๕๕๐	๘๗๔,๖๑๖
๒๐	จังหวัดนครพนม	๓๕๓,๕๘๙	๓๕๔,๗๖๑	๗๐๘,๓๕๐
๒๑	จังหวัดนครราชสีมา	๑,๒๘๖,๑๖๔	๑,๓๑๕,๐๐๓	๒,๖๐๑,๑๖๗
๒๒	จังหวัดนครศรีธรรมราช	๗๖๐,๙๙๗	๗๗๓,๘๙๐	๑,๕๓๔,๘๘๗
๒๓	จังหวัดนครสวรรค์	๕๒๕,๕๖๙	๕๕๗,๓๓๘	๑,๐๘๓,๙๐๗
๒๔	จังหวัดนนทบุรี	๕๓๕,๗๑๑	๖๐๕,๙๖๒	๑,๑๔๑,๖๗๓
๒๕	จังหวัดนราธิวาส	๓๗๕,๓๔๐	๓๘๖,๐๕๗	๗๖๑,๓๙๗
๒๖	จังหวัดน่าน	๒๔๐,๘๖๘	๒๓๖,๘๐๕	๔๗๗,๖๗๓
๒๗	จังหวัดบึงกาฬ	๒๐๗,๙๓๒	๒๐๔,๖๘๑	๔๑๒,๖๑๓
๒๘	จังหวัดบุรีรัมย์	๗๘๑,๘๕๐	๗๘๘,๘๙๐	๑,๕๖๖,๗๔๐
๒๙	จังหวัดปทุมธานี	๔๙๑,๑๒๔	๕๕๒,๓๑๓	๑,๐๔๓,๔๓๗
๓๐	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	๒๕๘,๐๘๕	๒๕๘,๙๖๕	๕๑๗,๐๕๐
๓๑	จังหวัดปราจีนบุรี	๒๓๔,๘๗๐	๒๓๘,๙๐๐	๔๗๓,๗๗๐
๓๒	จังหวัดปัตตานี	๓๓๒,๑๐๙	๓๓๙,๕๐๖	๖๗๑,๖๑๕
๓๓	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	๓๘๒,๙๔๑	๔๑๐,๕๖๘	๗๙๓,๕๐๙
๓๔	จังหวัดพะเยา	๒๓๘,๖๔๖	๒๔๙,๔๓๔	๔๘๘,๑๒๐
๓๕	จังหวัดพิจิตร	๑๒๘,๘๔๒	๑๒๘,๖๕๑	๒๕๗,๔๙๓
๓๖	จังหวัดพัทลุง	๒๕๑,๖๕๐	๒๖๒,๘๕๒	๕๑๔,๕๐๒
๓๗	จังหวัดพิจิตร	๒๖๙,๑๙๒	๒๘๐,๒๐๓	๕๔๙,๓๙๕
๓๘	จังหวัดพิษณุโลก	๔๑๙,๘๒๖	๔๓๔,๕๕๖	๘๕๔,๓๘๒
๓๙	จังหวัดเพชรบุรี	๒๒๗,๐๙๕	๒๔๑,๓๓๙	๔๖๘,๔๓๔
๔๐	จังหวัดเพชรบูรณ์	๔๙๔,๐๕๘	๔๙๙,๖๔๔	๙๙๓,๗๐๒
๔๑	จังหวัดแพร่	๒๒๒,๕๗๐	๒๓๕,๐๓๗	๔๕๗,๖๐๗
๔๒	จังหวัดภูเก็ต	๑๗๐,๗๖๖	๑๙๐,๑๓๙	๓๖๐,๙๐๕
๔๓	จังหวัดมหาสารคาม	๔๖๗,๕๓๐	๔๗๗,๖๑๙	๙๔๕,๑๔๙
๔๔	จังหวัดมุกดาหาร	๑๗๑,๙๙๗	๑๗๐,๙๒๑	๓๔๒,๙๑๘
๔๕	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	๑๒๕,๑๖๒	๑๑๙,๑๙๔	๒๔๔,๓๕๖

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนราษฎร		
		ชาย	หญิง	รวม
๔๖	จังหวัดยโสธร	๒๗๐,๘๗๓	๒๖๙,๒๙๔	๕๔๐,๒๖๗
๔๗	จังหวัดยะลา	๒๔๘,๘๓๗	๒๕๒,๓๗๗	๕๐๐,๘๑๔
๔๘	จังหวัดร้อยเอ็ด	๖๕๒,๔๙๘	๖๕๖,๐๗๒	๑,๓๐๘,๕๗๐
๔๙	จังหวัดระนอง	๙๔,๑๖๐	๘๘,๔๘๘	๑๘๒,๖๔๘
๕๐	จังหวัดระยอง	๓๑๙,๘๖๙	๓๒๙,๔๐๖	๖๔๙,๒๗๕
๕๑	จังหวัดราชบุรี	๔๑๒,๙๐๖	๔๓๓,๗๒๕	๘๔๖,๖๓๑
๕๒	จังหวัดลพบุรี	๓๘๐,๖๒๑	๓๗๗,๔๓๘	๗๕๘,๐๕๙
๕๓	จังหวัดลำปาง	๓๗๒,๗๕๖	๓๘๘,๐๕๕	๗๖๐,๘๑๑
๕๔	จังหวัดลำพูน	๑๙๖,๖๒๒	๒๐๘,๐๕๑	๔๐๔,๖๗๓
๕๕	จังหวัดเลย	๓๑๗,๘๕๙	๓๑๑,๙๒๘	๖๒๙,๗๘๗
๕๖	จังหวัดศรีสะเกษ	๗๒๙,๑๙๗	๗๒๙,๑๗๓	๑,๔๕๘,๓๗๐
๕๗	จังหวัดสกลนคร	๕๖๔,๑๘๖	๕๖๔,๙๘๘	๑,๑๒๙,๑๗๔
๕๘	จังหวัดสงขลา	๖๗๒,๗๗๕	๗๐๕,๓๙๙	๑,๓๗๘,๑๗๔
๕๙	จังหวัดสตูล	๑๕๒,๔๒๐	๑๕๓,๔๕๙	๓๐๕,๘๗๙
๖๐	จังหวัดสมุทรปราการ	๕๘๘,๘๗๕	๖๓๔,๓๒๗	๑,๒๒๓,๒๐๒
๖๑	จังหวัดสมุทรสงคราม	๙๓,๒๑๗	๑๐๐,๘๒๕	๑๙๔,๐๔๒
๖๒	จังหวัดสมุทรสาคร	๒๔๕,๘๓๐	๒๖๒,๙๘๒	๕๐๘,๘๑๒
๖๓	จังหวัดสระแก้ว	๒๗๕,๕๗๒	๒๗๒,๓๗๐	๕๔๘,๙๔๒
๖๔	จังหวัดสระบุรี	๓๐๙,๘๔๘	๓๑๕,๘๔๑	๖๒๕,๖๘๙
๖๕	จังหวัดสิงห์บุรี	๑๐๑,๗๔๓	๑๑๑,๔๗๓	๒๑๓,๒๑๖
๖๖	จังหวัดสุโขทัย	๒๙๓,๙๙๐	๓๐๘,๖๑๑	๖๐๒,๖๐๑
๖๗	จังหวัดสุพรรณบุรี	๔๑๐,๖๑๒	๔๓๖,๖๙๖	๘๔๗,๓๐๘
๖๘	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	๕๐๕,๕๕๖	๕๑๗,๗๓๒	๑,๐๒๓,๒๘๘
๖๙	จังหวัดสุรินทร์	๖๙๓,๔๒๓	๖๙๒,๘๕๔	๑,๓๘๖,๒๗๗
๗๐	จังหวัดหนองคาย	๒๕๖,๓๗๒	๒๕๖,๐๖๗	๕๑๒,๔๓๙
๗๑	จังหวัดหนองบัวลำภู	๒๕๓,๗๕๐	๒๕๑,๓๒๑	๕๐๕,๐๗๑
๗๒	จังหวัดอ่างทอง	๑๓๖,๒๐๑	๑๔๗,๖๘๑	๒๘๓,๘๘๒
๗๓	จังหวัดอำนาจเจริญ	๑๘๗,๐๓๑	๑๘๖,๔๖๓	๓๗๓,๔๙๔

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University  
All rights reserved

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนราษฎร		
		ชาย	หญิง	รวม
๗๔	จังหวัดอุตรธานี	๗๗๗,๑๗๙	๗๘๐,๑๑๙	๑,๕๕๗,๒๙๘
๗๕	จังหวัดอุตรดิตถ์	๒๒๗,๒๘๑	๒๓๙,๐๑๓	๔๖๖,๒๙๔
๗๖	จังหวัดอุทัยธานี	๑๖๑,๗๓๕	๑๖๗,๒๑๕	๓๒๘,๙๕๐
๗๗	จังหวัดอุบลราชธานี	๙๑๖,๖๐๔	๙๑๐,๓๑๖	๑,๘๒๖,๙๒๐

จึงประกาศมาให้ทราบโดยทั่วกัน

ประกาศ ณ วันที่ ๑๑ มีนาคม พ.ศ.๒๕๕๖



(นายสถาพร ศิริภักดิ์)

รองผู้อำนวยการทะเบียนกลาง ปฏิบัติราชการแทน

ผู้อำนวยการทะเบียนกลาง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved

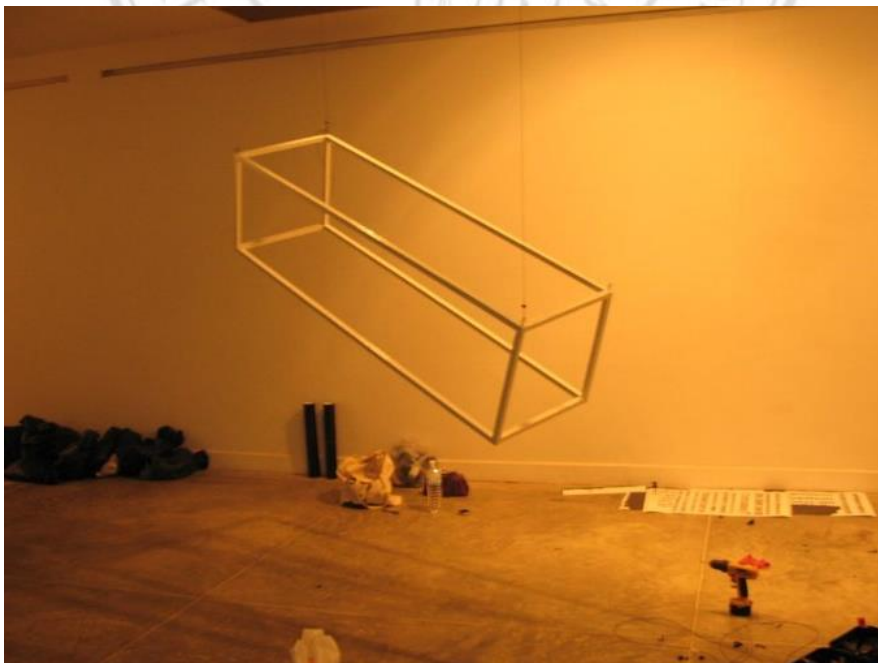


ภาคผนวก จ  
ภาพนิทรรศการ

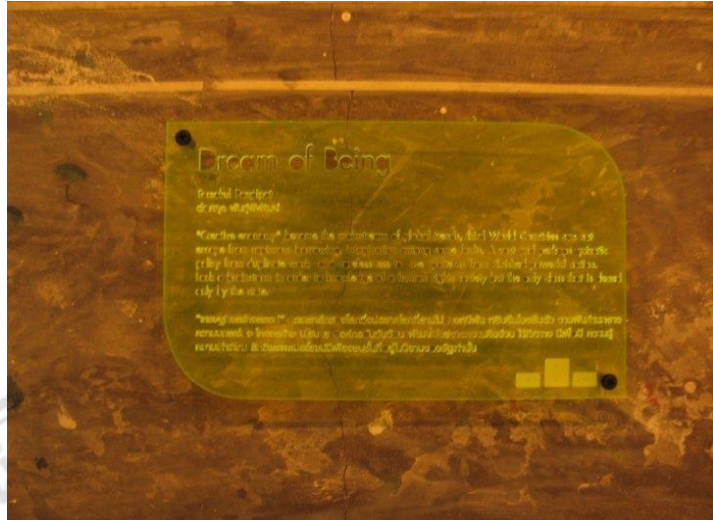
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved



ประมวลภาพการจัดวางสื่อศิลปะ



เตรียมโครงสร้างหลักของงาน  
เริ่มติดตั้งโครงสร้างหลักของงาน



ติดตั้งหม่อมพรส่วนประกอบของงาน

บทคัดย่อของงานสื่อศิลปะ



แกะสติ๊กเกอร์ Wall Text ของงานสื่อศิลปะ



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล นายต่อสกุล พันธุ์พัฒน์  
วัน เดือน ปีเกิด 9 พฤศจิกายน 2526  
ประวัติการศึกษา สำเร็จการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนอยุธยาวิทยาลัย  
ปีการศึกษา 2543  
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต  
สาขาการจัดการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรังสิต ปีการศึกษา 2548



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
Copyright© by Chiang Mai University  
All rights reserved