

หนังสือองค์ความรู้ชุด “ต่อยอด” สู่ยุทธศาสตร์ประเทศ 4 ด้าน

เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อวันใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์”

ต่อยอดและสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ
การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน (Growth & Competitiveness)



โครงการพัฒนาประสิทธิภาพ
การบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับสูง หรือ รัฐ-คิด-ดู-ทำ 2557



เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อวันใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์”



ข้อมูลหนังสือ

Competitive Growth – เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อวันใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์

หนึ่งในหนังสือคุณภาพจากการรวบรวมองค์ความรู้สำหรับผู้บริหารและบุคลากรภาครัฐใน
โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับสูง รัฐ-คิด-ดู-ทำ 2557

พิมพ์ครั้งที่ 1

จัดพิมพ์ขึ้น

จำนวน 300 ชุด

ผลิตโดย

บริษัท เอพีเอ็ม กรุ๊ป โฮลดิ้ง จำกัด
ภายใต้โครงการพัฒนาประสิทธิภาพ
การบริหารจัดการสำหรับผู้บริหาร
ระดับสูง (รัฐ-คิด-ดู-ทำ 2557)

โดย สำนักงาน ก.พ.

ผู้เขียน ฤตินันท์ โคมุทสกุล
บรรณาธิการ
ณัฐวดี เกียรติไชยากร
ผานิต อมรสมานลักษณ์

คำนำจาก สำนักงาน ก.พ.

โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับสูง
หรือ โครงการ รัฐ-คิด-ดู-ทำ 2527 มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้าง พัฒนาองค์ความรู้
ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารระดับสูงภาครัฐเพื่อการทำงานแบบ
บูรณาการและเชื่อมโยงการทำงาน และเพื่อให้โครงการเป็นกลไกในการเสริมสร้าง
ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ประเทศ
อันประกอบไปด้วยกิจกรรม “รู้” ซึ่งเป็นการฝึกอบรมระยะสั้น กิจกรรม “คิด”
เป็น การเสวนาและการบรรยายพิเศษ กิจกรรม “ดู” คือกิจกรรมการศึกษาดูงาน
ต่างประเทศ และกิจกรรม “ทำ” ซึ่งเป็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ และนอกจากนั้น
แล้ว ยังมีกิจกรรมการ “อ่าน” ที่ สำนักงาน ก.พ. ร่วมกับบริษัทที่ปรึกษา เอพีเอ็ม กรุ๊ป
มีความมุ่งหวังที่จะสร้างความต่อเนื่องในการพัฒนาองค์ความรู้ของผู้บริหาร แม้ว่า
จะเสร็จสิ้นโครงการไปแล้ว โดยได้ผลิตเอกสารองค์ความรู้ชุด “ต่อยอด” นี้ขึ้น
ซึ่งประกอบไปด้วยองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดและการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาประเทศ
อย่างยั่งยืนในหลากหลายมิติ โดยนำเสนอมุมมองจากแนวคิดการปฏิบัติของนานา
ประเทศทั่วโลกเพื่อเป็นการจุดประกายให้ผู้บริหารระดับสูงภาครัฐได้ต่อยอดพัฒนา
ความรู้และแนวคิด และนำไปสู่การพัฒนาในมิติต่างๆ ของยุทธศาสตร์ประเทศทั้ง
4 ด้านต่อไป ชุดทำนี้ ขอขอบคุณท่านอีกครั้งที่ให้ความร่วมมือในกิจกรรมต่างๆ
ของโครงการ รัฐ-คิด-ดู-ทำ 2557 อย่างต่อเนื่องและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ
การสนับสนุนจากท่านต่อในกิจกรรมต่างๆ ของสำนักงาน ก.พ. ในอนาคต

ศูนย์นักบริหารระดับสูง

สำนักงาน ก.พ.

คำนำจากคณะบรรณาธิการ

หนังสือองค์ความรู้ชุดนี้ประกอบไปด้วยหนังสือจำนวน 4 เล่มที่รวบรวมแนวคิดและการปฏิบัติเพื่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืนในหลากหลายมิติจากนานาประเทศทั่วโลก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งความรู้สำหรับการพัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและบุคลากรภาครัฐและผู้อ่านอย่างรอบด้านและ “ต่อยอด” สู่แนวคิดในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ประเทศ จัดทำโดยทีมงานผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาภาวะผู้นำและบริหารจัดการของบริษัทเทพีเอ็ม กรุ๊ปโซลูชั่นจำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่ปรึกษาที่ได้รับความไว้วางใจในการดำเนินโครงการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการแก่ผู้บริหารระดับสูงภาครัฐ “รู้-คิด-ดู-ทำ” มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556

หนังสือองค์ความรู้ชุด “ต่อยอด” นี้ประกอบไปด้วย 4 เรื่อง 4 เล่ม ดังนี้

1. Competitive Growth – เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อวันใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์
2. Inclusive Growth – เจาะประเด็นความเหลื่อมล้ำ เพื่อการพัฒนาอย่างเท่าเทียม
3. Green Growth – การเติบโตแบบ ‘เขียวๆ’ สร้างเศรษฐกิจ...สร้างความยั่งยืน
4. Internal Process – ยกกระดับบริการภาครัฐด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศอันทันสมัย

ผู้จัดทำหวังเป็นอย่างยิ่งว่าหนังสือคุณภาพชุดนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านไม่มากก็น้อย

คำนำจากนักเขียน

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้าน แน่นอมน่าจะส่งผลกระทบต่อหลายส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเศรษฐกิจและการแข่งขัน ดังนั้นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นทางเลือกหนึ่งที่ไม่ใช่เป็นเพียงทางเลือกเพื่อความอยู่รอด หากแต่เป็นการเพิ่มความสามารถในการก้าวข้ามผ่านคู่แข่งชั้นโดยการสร้างความเป็นเลิศ จากการนำเอาจุดแข็งหรือคุณลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นออกมานำเสนอและใช้ประโยชน์ให้ได้อย่างเต็มที่

ศักยภาพในการแข่งขันจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบหลายด้านควบคู่กัน สำหรับประเทศไทยในบริบทของการแข่งขันในเวทีเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ถือว่ามีความได้เปรียบของศักยภาพในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรม ด้านสังคม หรือด้านทุนมนุษย์ ที่ล้วนเหนือกว่านานาประเทศ

หนังสือองค์ความรู้เล่มนี้ได้นำเสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงกิจกรรมที่ปฏิบัติบนแนวคิดดังกล่าวที่เห็นได้ในเวทีระดับสากลอย่างองค์กรระหว่างประเทศและนานาชาติ อาทิ กระบวนการในการส่งเสริมและพัฒนาในมิติต่างๆ รวมทั้งวิธีการนำเอาศักยภาพของแต่ละท้องถิ่นมาใช้สร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดการขยายตัวและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้เกินกว่าเป้าหมาย เพื่อสามารถสร้างแรงจูงใจหรือจุดประกายให้กับผู้มีบทบาทในประเทศไทยได้นำมาประยุกต์ใช้อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้

คำขอบคุณ

หนังสือเล่มนี้จะไม่สามารถสำเร็จเป็นรูปเล่มได้อย่างที่อยู่ในมือนี้หากปราศจากการร่วมมือจากคณะทำงานหลากหลายฝ่าย คณะผู้ดำเนินโครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับสูง “รู้-คิด-ดู-ทำ 2557” โดย สำนักงาน ก.พ. และทีมงานบริษัทที่ปรึกษา เอพีเอ็ม กรุ๊ป โซลูชั่น จำกัด ขอขอบคุณผู้บริหารระดับสูงทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาคทุกท่านที่เข้าร่วมในโครงการ

การรวบรวมองค์ความรู้และมุมมองจากหลากหลายแหล่งให้ประกอบขึ้นเป็นชุดความรู้ที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ทั้งด้านการปรับทัศนคติและมุมมองการบริหารความรู้และการพัฒนาทักษะของบุคลากรภาครัฐ ตลอดจนแนวทางการปฏิบัติเพื่อสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน เหล่านี้ก็จะเกิดขึ้นไม่ได้หากปราศจากการบูรณาการความคิดจากทุกส่วนฝ่ายทางคณะผู้ดำเนินโครงการ คณะบรรณาธิการ ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายมา ณ ที่นี้

สารบัญ

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	1
เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนเวทีโลก	7
มิติเมืองสร้างสรรค์และเครือข่ายทั่วโลก	9
คานาฮาวา เมืองรังสรรค์แห่งงานศิลป์	13
ซอนซู เมืองแห่งวัฒนธรรมอาหารการกิน	22
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทประเทศไทย	29
รัฐ และนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์	33
เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์	36
การพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคม ชุมชนเมืองน่าอยู่	52
มิติวัฒนธรรมสร้างสรรค์	55
มิติการศึกษาสร้างสรรค์	57
มิติการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	66
โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	78
อุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์	87
บทสรุปก้าวอย่างมั่นใจสู่ความยั่งยืน	93

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในโลกแห่งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี... ยุคสมัยแห่งความเปลี่ยนแปลงผันแปรที่เกิดขึ้นเป็นประจำและยากคาดเดา สิ่งหนึ่งที่ต้องเตือนตัวเองให้ยอมรับอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คือวังวนของการ 'แข่งขัน' เพื่อก้าวผ่านวิกฤตให้อยู่รอดปลอดภัยให้ได้ แน่ใจว่าการก้าวผ่านนี้เกิดขึ้นกับทุกคน ทุกสังคมหรือชุมชนไปจนถึงการแข่งขันในระดับประเทศหรือทั่วโลก

สำหรับประเทศไทยเองก็ต้องเผชิญกับการแข่งขันในหลากหลายรูปแบบเช่นกัน และการเผชิญหน้ากับความผันผวนทางด้านเศรษฐกิจที่นับวันจะมีความรุนแรงขึ้นแถมยังไม่สามารถคาดเดาทิศทางได้ถือว่าเป็นสถานการณ์ระดับชาติที่มีความท้าทายเป็นอย่างยิ่ง

ดังนั้น แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจและถูกนำมาประยุกต์ใช้กันในทุกๆ ประเทศทั่วโลกจึงดูจะเป็นหนึ่งในทางเลือกใหม่ที่จะช่วยสร้างแหล่งรายได้ที่มีความแข็งแกร่ง มั่นคง ยั่งยืน และสามารถสร้างภูมิคุ้มกันจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอก

ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ถูกกำหนดไว้จากผู้เชี่ยวชาญขององค์กรในหลายๆ ประเทศ ซึ่งสามารถสรุปแนวคิดได้ดังนี้

- ✓ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์; องค์กรความร่วมมือเพื่อการค้าและ

การพัฒนา (UNCTAD: United Nations Conference on Trade and Development)

- ✓ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ความชำนาญและความสามารถในการสร้างงานและความมั่งคั่งโดย การผลิตและการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญา; องค์การยูเนสโก (UNESCO: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)
- ✓ เศรษฐกิจสร้างสรรค์หมายถึงการสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์: Creative Economy is how people make money from idea; John Howkins¹ ผู้เปรียบเสมือนบิดาแห่งแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์


“

สำหรับดิฉัน ผมขอแนะนำว่า **ว่าอะไรก็ได้ที่รับ ว่าในสิ่งที่เขา**

สนุกกับมัน สิ่งที่ทำให้เขาตื่นเต้น มีจินตนาการไหลเล่น ”

John Howkins

¹ John Howkins: จอห์น ฮาวกินส์ เป็นผู้ประพันธ์หนังสือ 'The Creative Economy - How People Make Money from Ideas' ซึ่งเป็นหนังสือที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์)



สำหรับบริบทของประเทศไทย สามารถจำกัดความแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ว่าเป็น 'แนวคิดที่จะพัฒนาการผลิตเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการโดยนำความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ผสมผสานองค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์ (Creativity) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคมรวมถึงทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) และนวัตกรรมต่างๆ มาใช้โดยมีเป้าหมายเพื่อลดความเสี่ยงในการพึ่งพารายได้จากการส่งออกและการลงทุนจากภายนอกประเทศและเพื่อเป็นการยกระดับระบบเศรษฐกิจไทยไปสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ที่มีภูมิฐานทาน มีความเข้มแข็งและพร้อมที่จะรองรับผลกระทบและความเปลี่ยนแปลงจากหลากหลายปัจจัย'

เศรษฐกิจสร้างสรรค์บนเวทีโลก

เพราะเหตุที่โลกหมุนเวียน เปี่ยมไปด้วยการแข่งขัน โครงการระดับโลกที่ตอบโจทย์ความเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงถือกำเนิดขึ้นอย่างมากมายผ่านเครือข่ายที่ได้รับการยอมรับในเวทีนานาชาติ อาทิ เครือข่ายที่ก่อตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายและเชื่อมโยงการตลาดของธุรกิจบ้านเท็งและแพชั่นระหว่างประเทศอังกฤษและไนจีเรีย (UK- Nigeria Creative Partnership) หรืออีกหนึ่งเครือข่ายที่เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับโลกอย่าง UNESCO

มิติเมืองสร้างสรรค์และเครือข่ายทั่วโลก

องค์การศึกษาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ UNESCO เริ่มดำเนินนโยบาย “เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์” (The Creative Cities Network) ในปีพ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือในระดับนานาชาติของภาคประชาคม ประชาชน เอกชนและสาธารณะ ซึ่งทาง UNESCO ได้จัดสรรโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์จำแนกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่

- 1) วรรณกรรม (Literature)
- 2) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art)
- 3) งานออกแบบ (Design)
- 4) ดนตรี (Music)
- 5) อาหาร (Gastronomy)
- 6) ภาพยนตร์ (Cinema)
- 7) สื่อศิลปะ (Media Arts)

โดยเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับคัดเลือกจาก UNESCO ในแต่ละกลุ่มจนถึงปี ค.ศ. 2013 ประกอบด้วย

1. City of Literature (เมืองแห่งวรรณกรรม) รวม 6 เมือง ได้แก่ เมืองเอดินเบิร์ก (สกอตแลนด์: ได้รับคัดเลือกในปี ค.ศ. 2004), เมืองไอโอวาซิตี (สหรัฐอเมริกา: ค.ศ. 2008), เมืองเมลเบิร์น (ออสเตรเลีย: ค.ศ. 2008), เมืองดับลิน (ไอร์แลนด์: ค.ศ. 2010), เมืองเรคยาวิก (ไอส์แลนด์: ค.ศ. 2011), เมืองนอริช (อังกฤษ: ค.ศ. 2012)



2. City of Crafts & Folk Arts (เมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน) รวม 7 เมือง ได้แก่ เมืองฮัสวาน (อียิปต์: ได้รับคัดเลือกในปี ค.ศ. 2005), เมืองซานตาเฟ (สหรัฐอเมริกา: ค.ศ. 2005), เมืองคานาซาวา (ญี่ปุ่น: ค.ศ. 2009), เมืองอินซอน (เกาหลีใต้: ค.ศ. 2010), เมืองฮังโจว (จีน: ค.ศ. 2012), เมืองฟาบรีอาโน (ฝรั่งเศส: ค.ศ. 2012), เมืองปาทุคะ (สหรัฐอเมริกา: ค.ศ. 2013)



3. City of Design (เมืองแห่งการออกแบบ) รวม 11 เมือง ได้แก่เมืองเบอร์ลิน (เยอรมัน: ค.ศ. 2005), เมืองบัวโนสไอเรส (อาร์เจนตินา: ค.ศ. 2005), เมืองมอนทรีออล (แคนาดา: ค.ศ. 2006), เมืองโกเบ (ญี่ปุ่น: ค.ศ. 2008), เมืองนาโกยา (ญี่ปุ่น: ค.ศ. 2008), เมืองเสิ่นเจิ้น (จีน: ค.ศ. 2008), เมืองเซี่ยงไฮ้ (จีน: ค.ศ. 2010), กรุงโซล (เกาหลี: ค.ศ. 2010), เมืองเซน-เอเตียง (ฝรั่งเศส: ค.ศ. 2010), เมืองเกิลช (ออสเตรีย: ค.ศ. 2010), เมืองปักกิ่ง (จีน: ค.ศ. 2010)



4. City of Music (เมืองแห่งดนตรี) รวม 6 เมือง ได้แก่เมืองโบโลญญา (อิตาลี: ค.ศ. 2006), เมืองเซบิยา (สเปน: ค.ศ. 2006), เมืองกลาสโกว์ (สกอตแลนด์: ค.ศ. 2008), เมืองเกนท์ (เบลเยียม: ค.ศ. 2009), เมืองโบโกตา (โคลัมเบีย: ค.ศ. 2012), เมืองบราซซาวิล (คองโก: ค.ศ. 2013)

5. City of Gastronomy (เมืองแห่งอาหาร) รวม 5 เมือง ได้แก่เมืองโปปายัน (โคลัมเบีย: ค.ศ. 2005), เมืองเจิงตู (จีน: ค.ศ. 2010), เมืองออสเตอร์ซุนด์ (สวีเดน: ค.ศ. 2010), เมืองซาเล (เลบานอน: ค.ศ. 2004), เมืองซอนชู (เกาหลี: ค.ศ. 2012)



6. City of Film (เมืองแห่งภาพยนตร์) รวม 2 เมือง ได้แก่เมืองแบรดฟอร์ด (อังกฤษ: ค.ศ. 2009) และเมืองซิดนีย์ (ออสเตรเลีย: ค.ศ. 2010)

7. City of Media Arts (เมืองแห่งสื่อศิลปะ) รวม 3 เมือง ได้แก่เมืองลียง (ฝรั่งเศส: ค.ศ. 2008), เมืองซบโปโร (ญี่ปุ่น: ค.ศ. 2008) และเมือง Enghien-les-Bains (ฝรั่งเศส: ค.ศ. 2013)



ตัวอย่าง ตราสัญลักษณ์ “เมืองสร้างสรรค์” ที่ได้รับคัดเลือกในเครือข่ายทั้ง 7 กลุ่ม (ภาพจาก <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>)

จะสังเกตเห็นได้ว่าแม้เมืองสร้างสรรค์แต่ละเมืองได้ถูกจัดลำดับให้อยู่ในเอกลักษณ์มิติเดียวกัน แต่เพื่อความโดดเด่นแล้วแต่ละประเทศล้วนได้สร้างและใช้ความสามารถที่แตกต่างเพื่อใช้เป็นจุดขายให้แข่งขันในเวทีโลกได้

KANAZAWA – City of Hand Craftsmanship

ตานาซาว่า เมืองรังสรรค์ แห่งงานศิลป์

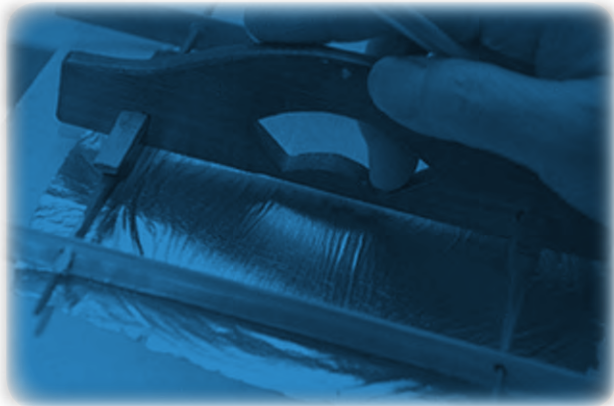


ภาพจาก: <http://int.kateiqaho.com/issues/archives/9>

เมืองตานาซาว่า ของประเทศญี่ปุ่น ได้รับเลือกจากองค์การ UNESCO ในปี ค.ศ. 2009 ให้เป็นเมืองแห่งหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (City of Crafts & Folk Arts) ด้วยความที่เป็นนครแห่งปราสาทราชวังอันมีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชามูไรที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชัดเจน รวมถึงไม่เคยได้รับผลกระทบจากสงครามหรือภัยธรรมชาติใดๆ จึงคงไว้ซึ่งสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ งานหัตถกรรมพื้นเมืองเก่าแก่และศิลปะการแสดงพื้นเมืองได้ จึงเป็นการจุดประกายให้ทุกฝ่ายและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องของสร้างสรรค์และพัฒนาจุดขายของเมืองตานาซาว่า ด้วยการใช้ภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเชื่อมโยงกับงานศิลปะและงานฝีมือดั้งเดิมผนวกกับเทคโนโลยีสร้างเป็นนวัตกรรมใหม่ต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์พื้นเมืองที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ตั้งแต่แผ่นทองเมืองตานาซาว่า (Kanazawa gold leaf) เทคนิคพื้นบ้านในการย้อมใยผ้าไหมของซูดกิโมโน (Kaga-yuzen silk dyeing) งานไม้ขัดเงา (Shikki) ของเมือง Kanazawa (Kanazawa lacquerware) และเครื่องลายคราม Kutani (Kutani ceramics) ดังนั้นเมืองตานาซาว่าจึงกลายเป็นเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของเขต Hokuriku (จังหวัด Toyama, Ishikawa และ Fukui) ได้อย่างไม่ยากเย็น

แพ้นทองเมือง Kanazawa

การผลิตแพ้นทองของคานาซาวาว่าต้องอาศัยฝีมือและความละเอียดประณีตเป็นอย่างมาก ตั้งแต่การบีบทองให้เป็นแผ่นบาง ใช้ลูกกลิ้งบดเพื่อให้ทองซึ่งผสมเงินกับทองแดงเล็กน้อยกลายเป็นแผ่นบางๆ จากนั้นจะถูกนำไปประกบกับกระดาษชนิดพิเศษ และบีบด้วยเครื่องจักรซ้ำๆ จนแพ้นทองมีความหนาเพียงประมาณ 2 / 10,000 มิลลิเมตรเท่านั้น ปัจจุบันเมืองคานาซาวาว่าผลิตแพ้นทองภายในประเทศ 99% และแผ่นเงินรวมกับแพ้นทองคำขาวอีก 100% ผลิตภัณฑ์เหล่านี้เรียกรวมๆ ว่า “Kanazawa haku” ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นงานหัตถกรรมพื้นเมืองของประเทศญี่ปุ่น



เอกลักษณ์ของแพ้นทองแห่งเมืองคานาซาวาคือสามารถใช้เป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์งานฝีมืออื่นๆ ของประเทศญี่ปุ่นได้อีกด้วย เช่น เครื่องสำอางที่ผสมแพ้นทอง อุปกรณ์ที่ใช้ในศาสนพิธีของศาสนาพุทธ เป็นต้น



การย้อมใยผ้าไหมของชุดกิโมโน (Kaga-yuzen silk dyeing)

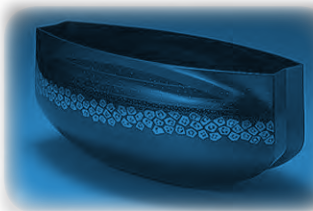
Yuzen หมายถึง เทคนิคพื้นบ้านในการย้อมใยผ้าไหมของชุดกิโมโน หรือผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเทคนิคนี้ ซึ่ง Yuzen ของ Kyoto และ Yuzen ของ Kaga มีชื่อเสียงมาก โดยเทคนิค Yuzen ขึ้นพื้นฐานถือกำเนิดขึ้นเมื่อต้นศตวรรษที่ 18 โดย Miyazaki Yuzensai





Yuzen ของ Kaga มีรูปแบบที่โดดเด่นและสวยงามตามธรรมชาติใน 5 โทนสีที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงซึ่งเรียกว่า “Kaga gosai” (มีความหมายว่า Kaga 5 สี) และมักจะใช้การย้อมแบบไล่สีที่เรียกว่า “Bokashi” ซึ่งมีกระบวนการทำที่ซับซ้อน เช่น การเปลี่ยนรูปแบบ เคลือบด้วยแป้งเปียก การลงสี การอบไอน้ำ และการล้างทำความสะอาด นับเป็นสินค้าที่มีราคาสูงประเภทหนึ่ง

งานไม้ขัดเงา (Shikki)



Shikki ในภาษาอังกฤษคือ “Japan” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์งานหัตถกรรมของประเทศญี่ปุ่น โดยน้ำมันขัดเงาแบบญี่ปุ่นจะถูกทาซ้ำๆ บนไม้แข็งซึ่งผ่านกระบวนการต่างๆ มาแล้ว เพื่อให้ Shikki เสร็จสมบูรณ์

Shikki ของเมืองคานาซาวาถูกนำมาพัฒนาเป็นเครื่องเรือนและงานศิลปหัตถกรรมเครื่องใช้ต่างๆ สำหรับขุนนาง

เครื่องลายคราม Kutani

เครื่องลายคราม Kutani สมัยใหม่ของเมืองคานาซาวา เกิดจากการฟื้นฟูเครื่องลายคราม Kutani ในช่วงต้นศตวรรษที่ 19 ซึ่งมีลักษณะเฉพาะจากเทคนิคการลงสีทับกันหนาๆ 5 สี เช่น แดง เหลือง เขียว ม่วง และน้ำเงินเข้ม รวมถึงการวาดลวดลายธรรมชาติที่สวยงามชัดเจน



ด้วยลักษณะเด่นเฉพาะของงานหัตถกรรมสร้างสรรค์ระดับท้องถิ่นและกิจกรรมสร้างสรรค์อื่นๆ จึงเกิดความร่วมมือจากผู้ประกอบการหัตถกรรมพื้นบ้านและการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้ารวมถึงสร้างรายได้ให้แก่เมืองคานาซาวาคือ Kanazawa Craft Tourism ด้วยการนำนักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมถึงสถานที่ผลิตเพื่อสัมผัสและเรียนรู้วิถีชีวิตรวมถึงวิธีการสร้างสรรคงานฝีมือต่างๆ และ

นักท่องเที่ยวยังได้มีโอกาสทดลองปฏิบัติด้วย เช่น พันท์ลายลงบนผ้าเซ็ดมือด้วยเทคนิค Kaga Yuzen (Painting Experience) หรือ การสวมชุดกิโมโน Kaga Yuzen Kimono (Dressing Experience) ซึ่งเป็นชุดประจำชาติของญี่ปุ่น เป็นต้น



การทดลองสวมใส่ชุดกิโมโน Kaga Yuzen Kimono

"Photo credit : Kanazawa City" <http://www.kanazawa-tourism.com/>

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของเมืองคานาซาว่าคือการร่วมมือกันจากหลายภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนหรือประชาชน เพื่อพัฒนาเมืองคานาซาว่าให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ในมิติงานศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม ผ่านกิจกรรมและความร่วมมือที่หลากหลาย เช่น การก่อตั้ง Kanazawa College of Arts หรือสถาบันส่งเสริมและให้การศึกษาเกี่ยวกับงานศิลปะแขนงต่างๆ ด้วยความร่วมมือระหว่างรัฐและกลุ่มธุรกิจในท้องถิ่น หรือการตั้ง Kanazawa Utatsuyama Craft Workshop เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้และฝึกฝนงานหัตถกรรม โดยที่ผู้เข้าศึกษาจะได้รับทุนการศึกษาเป็นเวลา 3 ปี หลังจากจบการศึกษาแล้ว ผู้เรียนจะได้รับการสนับสนุนให้มีสตูดิโอเพื่อสร้างงานศิลป์ของตนเองเพื่อจำหน่ายด้วย

นอกจากนี้เมืองคานาซาว่ายังให้การส่งเสริมและสร้างคนรุ่นใหม่เพื่อสืบสานงานช่างสกุลท้องถิ่นของเมืองคานาซาว่า ด้วยการก่อตั้งกองทุน The Fund for Training in Traditional Techniques and Arts เพื่อรักษาเทคนิคการสร้างสรรคงานศิลป์ดั้งเดิมและฝึกสอนคนรุ่นต่อไปสำหรับงานศิลปะในแต่ละแขนง รวมถึงมีการจัดประกวดงานฝีมือของเมืองคานาซาว่า (Kanazawa Crafts Competition) เพื่อผลักดันและพัฒนาไปสู่การแข่งขันระดับโลก (World Crafts Competition) การส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมของงานหัตถกรรมสกุลช่างดั้งเดิม โดยให้การสนับสนุนศิลปินที่สร้างงานศิลป์ในแขนงการย้อมผ้าไหม (Kaga-yuzen silk dyeing) งานไม้ขัดเงา (Kanazawa lacquerware)

งานเครื่องลายคราม (Kanazawa Kutani ceramics) รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อการขยายฐานไปสู่ตลาดใหม่ การจัดให้มี World Creative City Forum ขึ้นในปี ค.ศ. 2008 และได้เชิญประเทศสมาชิกในกลุ่มเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมครั้งนี้ด้วย นอกจากนี้ยังมีการประชุมเชิงปฏิบัติการงานศิลป์ (Artists' Workshops) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของโครงการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของเมืองคานาซาว่าโดย กิจกรรมดังกล่าว ได้ถูกพัฒนาให้กลายเป็นพิพิธภัณฑ์หัตถศิลป์และกิจกรรมการท่องเที่ยวหัตถศิลป์ซึ่งประกอบไปด้วย การเรียนรู้จากห้องปฏิบัติงานจริง (Workshop) และการจัดแสดงผลงานศิลปะ (Art Exhibitions) เข้าไว้ด้วยกัน

จะเห็นได้ว่า การจัดกิจกรรมรวมถึงระบบการเงินที่มั่นคงและระบบโครงสร้างพื้นฐานที่มั่นคง ประกอบกับความมุ่งมั่นในการที่จะสร้างแรงจูงใจและความตื่นรู้ตื่นตัวในเรื่องของงานฝีมือพื้นบ้านนี้ให้กับคนรุ่นใหม่ๆ ได้เป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมให้เมืองคานาซาว่า สามารถสืบสานและสร้างงานฝีมือที่มีคุณค่าและมีความสร้างสรรค์ได้อย่างยั่งยืน

JEONJU – City of Gastronomy ชวนดู เมืองแห่งวัฒนธรรมอาหารการกิน

เมืองซอนจู ประเทศเกาหลีใต้ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารการกิน ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2012



โดยเมืองซอนจูได้แสดงให้เห็นถึงโครงสร้างและทรัพยากรด้านอาหารการกินที่มั่นคงและเป็นเอกลักษณ์ผ่านเทศกาลอาหารรวมถึงตลาดดั้งเดิมที่มีสีสันในท้องถิ่นมากมาย นอกจากนี้ เมืองซอนจูยังมีความพยายามที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรักษาสภาพแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการกำหนดนโยบายการผลิตอาหารและการกำจัดของเสียจากกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย



อาหารหลากหลายชนิดที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของพลเมืองชาวซอนจู

(A table for everyday Jeonju people)

(ภาพจาก: <http://tour-eng.jeonju.go.kr/index.sko?menuCd=AB05004000000>)

ซอนจูเป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 1,200 ปี และเป็นถิ่นกำเนิดของราชวงศ์ Baekje และราชวงศ์ Joseon ซึ่งเป็นเมืองที่มีวัฒนธรรมทางการกินและอาหารที่ฝังรากลึกมาจากประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน อาหารจานหลักของท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงและเปรียบเสมือนอาหารประจำชาติของเกาหลี และเป็นที่ยู้งักกันอย่างแพร่หลายทั่วโลก คือ ซอนจูบิบิมบับ (Jeonju Bibimbab)

สิ่งที่เป็นคุณสมบัติควบคู่และเอื้อประโยชน์ต่อเมืองซอนจูในฐานะเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารคือ พลเมืองของซอนจูมีความสุขกับการเลือกสรรอาหารนานาประเภทจนเกิดการสร้างสรรค์วัฒนธรรมอาหารขึ้นมา ยิ่งไปกว่านั้นหญิงสาวในเมืองซอนจูล้วนแล้วแต่มีความถนัดและทักษะในการทำอาหารที่ดีด้วย ซึ่งเมื่อนวกเข้ากับความอุดมสมบูรณ์ของวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นด้วยแล้วจึงก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมการกินและอาหารที่ได้รับการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

เหนือสิ่งอื่นใดการที่เมืองซอนจูประสบความสำเร็จในการสร้างสรรค์อาหารคือ การมีวัฒนธรรมการกินที่ให้ความสำคัญกับรสชาติและรูปแบบวิธีการปรุงอาหารจากวัฒนธรรม Yangban (ขุนนาง) ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นมาอย่างยาวนาน อีกทั้งยังสร้างแนวทางส่งเสริมนักท่องเที่ยวให้สามารถสร้างประสบการณ์ได้ด้วยตัวเองผ่านการปฏิบัติจริง หรือ “Jeonju Food Experience” อีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นการทำกิมจิ การปรุงบิบิมบับ หรือการหมักเหล้าโบราณเป็นต้น



เช่นเดียวกับความสำเร็จของเมืองคานาซาว่า เมื่อเมืองซอนจูได้รับการร่วมมือกันกับทุกภาคส่วนในการมองถึงผลประโยชน์โดยรวมและใช้ความคิดสร้างสรรค์แห่งสี่ด้านของอาหารในการต่อยอดให้ซอนจูเป็นเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารกินได้ ไม่ว่าจะเป็น การจัดงานเทศกาลอาหารหลากหลายชนิดขึ้นที่เรียกว่า Jeonju Hanok Village จัดกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมอย่าง the Jeonju Bibimbap Festival หรือการจัด The International Fermented Food Expo ในปี ค.ศ. 2003 โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการทำอาหารหมักดอง เช่น Kimchi (กิมจิ) Jang (คล้ายน้ำพริกเผา) และ Jeotgal (อาหารทะเลดองเค็ม) นอกจากนี้ เมืองซอนจูยังผลักดันให้มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าของอาหารจานหลักในท้องถิ่นเพื่อเป็นการขยายตลาดให้กว้างขึ้นสู่ระดับโลกด้วย



ภาพจาก: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/68/Korea-Gyeongdong_Market-Various_jeotgal-01.jpg

<http://tour-eng.jeonju.go.kr/index.sko?menuCd=AB05001003000>

ภาคการศึกษาต่างๆ ยังร่วมให้การสนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจอาหารของเมืองโดยการเผยแพร่เรื่องราวและข้อมูลของอาหารของซอนจู เหล่านี้ถือเป็นกุญแจสำคัญในการบริหารจัดการธุรกิจและวัฒนธรรม ด้านอาหารการกินอย่างครบวงจรและมีประสิทธิภาพที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาเมืองซอนจูในมิติเมืองสร้างสรรค์แห่งอาหารได้อย่างยั่งยืน



Jeonju bibimbap Festival 2010

2010 전주비빔밥축제

bibimbap.com

You can feel
the special interest with the
your five senses in Jeonju,
the Home town of Bibimbap.
비빔밥의 맛을 전주에서
모감만족의 특별한 감동을
느려보십시오



2010. 10.21~24

전주한옥마을
Jeonju Hanok Village

Korea 주최 : 전주한옥마을
주관 : 전주비빔밥축제위원회

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในบริบทไทย

ท่ามกลางกระแสแห่งแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ประเทศไทยก็ย่อมต้องตื่นตัวตั้งรับ ด้วยการใช้ความสามารถที่แฝงอยู่ภายใน และการใช้ทรัพยากรที่เอื้ออำนวยอย่างมากมา นำมาต่อยอดทางความคิด สร้างสรรค์ในหลากหลายแง่มุมเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกให้ได้ในหลากหลายมิติ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ ศสช. ได้จำแนกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry) หรือวงจรของการสร้างสรรค์ การผลิตและการจำหน่ายสินค้าและบริการที่ใช้ทุนทางปัญญา เป็นปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรม ซึ่งถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยออกเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมหลักตามรูปแบบของ UNCTAD (The United Nations Conference on Trade and Development หรือ การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา) ไว้ดังนี้

1. **มรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ (Heritage or Cultural/ Biodiversity – Based Heritage)** จัดอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และสภาพสังคม แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มการแสดงออกทางวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม (Traditional cultural expression) เช่น งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) อาหารไทย (Thai Food) และกลุ่มที่ตั้งทางวัฒนธรรม (Cultural site) เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม/ ความหลากหลายทางชีวภาพ (Historical and Cultural Tourism)
2. **ศิลปะ (Arts)** คือกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของศิลปะ และวัฒนธรรม เช่น ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และทัศนศิลป์ (Visual Arts)

3. **สื่อ (Media)** หมายถึงกลุ่มผลงานสร้างสรรค์ที่สื่อสารกับคนกลุ่มใหญ่ เช่น สินค้าในรูปแบบของ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film and Video) การพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcast) และดนตรี (Music)
4. **งานสร้างสรรค์และออกแบบ (Functional Creation)** เป็นกลุ่มของสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกันและกลุ่มบริการทางความคิดสร้างสรรค์ซึ่งครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น การออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) สถาปัตยกรรม (Architecture) การโฆษณา (Advertising) และซอฟต์แวร์ (Software)

รัฐ และนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐและมีการต่อยอดด้วยการเพิ่มมูลค่า (Value Creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรมซึ่งได้รับการผลักดันและขับเคลื่อนจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2552 จากการที่รัฐบาลสมัยนั้นได้เปิดตัวโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และในปีถัดมาก็ได้มีการกำหนดโครงสร้างการบริหารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติขึ้นอย่างชัดเจน โดยกำหนดนิยามไว้ว่า

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึงแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษาวิจัย การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ส่วน **“ธุรกิจสร้างสรรค์”** หมายถึง ธุรกิจหรืออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจในเชิงสร้างสรรค์สินค้าและบริการใหม่ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม

ต่อมาได้มีการผลักดันให้เกิดนโยบายเชิงยุทธศาสตร์ และการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน บุคลากร รวมถึงการจัดสรรงบประมาณ และ การดำเนินโครงการตามนโยบายดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง อาทิ

- 1) จัดตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ (สศส.) ภายใต้การดูแลของสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี (สลง.) ให้เป็นหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่โดยตรงในการบูรณาการการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศทั้งระบบไว้ในหน่วยงานเดียวกัน
- 2) จัดตั้งกองทุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี โดยริเริ่มจัดตั้งสถาบันพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Academy: CA) จัดทำโครงการ Thailand Planet มีการกำหนดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยและมีการริเริ่มโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Cities) ซึ่งในภายหลังได้จัดให้มีกระบวนการส่งเสริมการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ปรากฏอยู่ในนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศภายใต้แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555 - 2559) เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ก่อให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการพัฒนาและ



ขยายประโยชน์ไปสู่ทุกภาคส่วน ทั้งการสร้างสรรค้ทั้งระดับประเทศ ภูมิภาค ท้องถิ่น และพร้อมขยายวงกว้างออกสู่ระดับสากลด้วย



(ภาพจาก

<http://www.creativepartner ship.org/resources>)

สำหรับการดำเนินนโยบายหุ้นส่วน เชิงสร้างสรรค์ไทย-สหรัฐฯ (The Thai-U.S. Creative Partnership) ก็ เป็น อีก หนึ่ง ตัวอย่างของความร่วมมือเพื่อส่งเสริม การพัฒนาการสร้างสรรค์ระหว่างประเทศ ไทยกับมิตรประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อ การแลกเปลี่ยนทางธุรกิจการสร้างสรรค์ นวัตกรรม เพิ่มการวิจัยและแลกเปลี่ยน ประโยชน์ระหว่างภาคเอกชนและ สถาบันการศึกษาของสองประเทศด้วย

“เมืองที่สร้างสรรค์ (Creative City)”

“ตัวเมืองที่กระตุ้นให้พัฒนาดีและทำในสิ่งสร้างสรรค์”

-John Howkins-

เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

“เมืองต้นแบบ เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็น ตัวอย่างของการขับเคลื่อนทาง เศรษฐกิจของไทย ซึ่งได้รับแรง บันดาลใจจากเครือข่ายเมือง สร้างสรรค้ของ UNESCO โดย



การริเริ่มจากกระทรวงพาณิชย์ เพื่อช่วยกระตุ้นและส่งเสริมให้คนไทยนำ ภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยไปใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ รวมถึงช่วยให้เกิด การสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับภาคประชาชน ด้วยการพัฒนาจังหวัดที่มี ศักยภาพที่จะเป็นเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั่วประเทศไทย และคัดเลือก เป็นเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำหรับแนวทางในการคัดเลือกจะพิจารณาจาก

- 1) เป็นเมืองที่มีต้นทุนและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา พื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยว หรือสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ และ
- 2) เป็นเมืองที่มีอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีศักยภาพที่ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุน เช่น มรดกทางวัฒนธรรมและภูมิ ปัญญา งานฝีมือ สินค้าเชิงสร้างสรรค์ และการออกแบบ

โดยเมืองที่ได้รับพิจารณาตัดสินคัดเลือกจากกรมทรัพย์สินทาง
ปัญญาระทรวงพาณิชย์ มีจำนวน 10 เมือง ประกอบไปด้วย

1. จังหวัดชัยนาท เมืองแหล่งเมล็ดพันธุ์ข้าว (นางสี่อ-ท่าชัย)
2. จังหวัดเชียงราย เมืองแห่งการพัฒนา (ดอยตุง)
3. จังหวัดเชียงใหม่ เมืองหัตถกรรมสร้างสรรค์
4. จังหวัดน่าน น่านเมืองเก่าที่มีชีวิต
5. จังหวัดเพชรบุรี เมืองเพชร เมืองตาลโตนด
6. จังหวัดมหาสารคาม เมืองแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนาชุมชน
7. จังหวัดยะลา Bird City ศูนย์กลางเศรษฐกิจนก
8. จังหวัดลพบุรี เมืองนวัตกรรมแห่งพลังงานทดแทน
9. จังหวัดลำปาง ลำปางเมืองเซรามิก
10. จังหวัดอ่างทอง ชุมชนเอกราชหมู่บ้านท่ากลาง



ซึ่งทั้ง 10 จังหวัด ที่ได้รับการพิจารณาต้องนำเสนอแผนการนำ
นวัตกรรมด้านทรัพย์สินทางปัญญาหรือการใช้องค์ความรู้ในท้องถิ่น
เช่น ภูมิปัญญาชาวบ้าน ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาต่อยอดในการผลิต
สินค้าและบริการภายในชุมชน เพื่อสร้างรายได้และเพิ่มศักยภาพของ
ท้องถิ่น ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งตลาดภายในและ
ตลาดต่างประเทศรวมถึงการเชื่อมโยงเข้ากับการเปิดตลาดเสรีภายใต้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

โดย 3 ใน 10 จังหวัดจะได้รับการคัดเลือกและได้รับการสนับสนุน
งบประมาณจังหวัดละ 2 ล้านบาท เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาต่อยอด
สินค้าและบริการพร้อมทั้งจะได้รับโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งใน
และต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ด้วย
ซึ่งผลการพิจารณาที่ได้ประกาศไว้ในปี พ.ศ. 2556 ได้แก่

- ลำดับที่ 1** - จังหวัดลำปาง เมืองเซรามิก
- ลำดับที่ 2** - จังหวัดยะลา เมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจนก และ
- ลำดับที่ 3** - จังหวัดมหาสารคาม เมืองแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนา
ชุมชนและจังหวัดเชียงรายที่ใช้แนวคิดมหาวิทยาลัยที่มี
ชีวิต (ดอยตุง)

ลำปาง เมืองเซรามิก

“ลำปาง เมืองเซรามิก” เป็นแหล่งวัตถุดิบในการผลิตเซรามิกที่มีดินขาวคุณภาพดี นอกจากนั้นลำปางยังมีการพัฒนา



กระบวนการผลิตด้วยการพิมพ์ลายลงไปบนผลิตภัณฑ์ รวมถึงมีการส่งเสริมปัญญาท้องถิ่นในการทำเซรามิกมากกว่า 50 ปี และสามารถพัฒนาประยุกต์การผลิตเซรามิกให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เซรามิกที่มีรูปลักษณะเฉพาะและมีการต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้อีกหลายรูปแบบด้วย

ปัจจุบันลำปางมีอุตสาหกรรมการทำเซรามิกมากกว่า 300 โรงงาน มีอัตราแรงงานกว่า 20,000 ราย และสามารถสร้างรายได้ให้แก่จังหวัดได้อีกปีละไม่ต่ำกว่า 3,500 ล้านบาท

นอกจากนี้ลำปางยังได้มีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เซรามิกอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้วย เช่น โครงการจัดแสดงและจำหน่ายลำปางเซรามิกแฟร์และโครงการสร้างเครือข่ายหรือความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อสร้างความรู้และพัฒนาบุคลากร

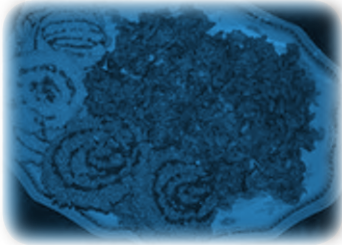
ด้านเซรามิก ส่วนภาครัฐก็ให้การส่งเสริมเช่นกัน อย่างในปี พ.ศ. 2556 กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้สนับสนุน "โครงการประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์เซรามิก (Ceramic Design)" เพื่อให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่เน้นการออกแบบจากความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การต่อยอดเชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังเป็นการขับเคลื่อนให้จังหวัดลำปางเข้าสู่การเป็น “นครแห่งเซรามิก” ของประเทศไทยและอาเซียนต่อไปในอนาคต ด้วยจะเห็นได้ว่าโครงการเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีส่วนช่วยกระตุ้นให้แต่ละจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือก ผลักดันและขับเคลื่อน การพัฒนาจังหวัดอย่างต่อเนื่องอย่างเช่น จังหวัดมหาสารคาม “ตักสิลานคร”



มหาสารคาม เมืองแห่งการเรียนรู้การพัฒนาชุมชน

“เมืองแห่งการเรียนรู้สู่การพัฒนาชุมชน Learning City towards Community Development” คือ ต้นแบบของจังหวัดมหาสารคาม ที่เป็นการดำเนินโครงการด้วยการต่อยอดจากสิ่งที่มีสร้างขึ้นใหม่ ในขณะที่จังหวัดอื่นๆ ที่ได้รับคัดเลือกให้เป็นเมืองต้นแบบฯ ดำเนินการโดยการต่อยอดจากต้นทุนทางธรรมชาติและต้นทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่เดิมในท้องถิ่น

การเดินทางขับเคลื่อน การพัฒนาของจังหวัดมหาสารคาม คือการแต่งตั้งคณะกรรมการบริหาร เมืองต้นแบบ โดยได้รับ



ความร่วมมือจากภาคการศึกษา ทั้งสถาบันระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาที่เข้ามาช่วยให้ความรู้ ส่งเสริมและพัฒนาภาพลักษณ์สินค้าในอนาคตให้กับสินค้าของตนเอง เช่น “โครงการนางเล็ดนางลอด ทางรอดของชุมชน” ที่ได้รับความร่วมมือจากมหาวิทยาลัยมหาสารคามและได้รับรางวัลต้นกล้าสีเขียวจากธนาคารกรุงไทย

“โครงการนางเล็ดนางลอด ทางรอดของชุมชน” คือการนำขม นางเล็ดสูตรน้ำแดงโม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมาพัฒนาให้มีความหลากหลาย เช่น เดิมขม นางเล็ดมีสีเดียวก็พัฒนาให้มี 4 สี 4 ลักษณะ 4 คุณประโยชน์ ด้วยการเพิ่มสมุนไพรเข้าไป จากนั้นนำมา

ผสมกับน้ำแดงโมซึ่งเป็นสูตรเฉพาะของหมู่บ้านและปรับขนาดให้เล็กพอดี ค่าเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แล้วกระจายสู่ตลาดด้วยการวางขายที่ศูนย์โอท็อปของมหาสารคาม ร้านโชห่วยและร้านค้าในมหาวิทยาลัย

โดยกระบวนการทั้งหมดได้รับการสนับสนุนการเรียนรู้จากสถาบันศึกษา รวมถึงองค์ความรู้ด้านการตลาดจากภาคธุรกิจด้วย เนื่องจากชาวหมู่บ้านตะคุ อ. แกดำ จ. มหาสารคาม ซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่มีอาชีพทำนาเป็นหลัก และผลิตขม นางเล็ดตามจำนวนสั่งเท่านั้นจึงไม่ได้มีการกระจายผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ดังนั้นเมื่อมีการตลาดที่ดีจะช่วยพัฒนาธุรกิจให้ชาวบ้านได้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

สำหรับเมืองต้นแบบของมหาสารคามนั้นจะเน้นหนักด้านการพัฒนา อย่างต่อเนื่องรวมถึงการสร้างการเรียนรู้อย่างเข้มข้น โดยเริ่มต้นจากกระจายความรู้ ผ่านการบูรณาการความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งภาครัฐ องค์กรการศึกษา ภาคเอกชนและภาคประชาชน ทั้งให้ความรู้ด้านเทคนิคต่างๆ การส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการพัฒนาจุดเด่นเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มช่องทางการขายและขยายตลาดต่อไปในอนาคตด้วย

เชียงใหม่สร้างสรรค์ (Creative Chiang Mai – CCM)



ภาพตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในโครงการเมืองสร้างสรรค์ของประเทศไทย
และของจังหวัดเชียงใหม่

(ภาพจาก: <http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>)

“กินหื้อปอดต้อง หย่องหื้อปอดตัว กั้นจักไค่หื้อหื้อไค่หื้อแต่ๆ”

กินให้พ้ออ้ม แต่งให้สมตัว ถ้าจะหื้อเรากะก็หื้อเรากะให้เต็มเสียง

(ภาษิตล้านนา)

เชียงใหม่มีความโดดเด่นในด้านการพัฒนาศักยภาพของเมืองหลากหลายมิติ ทั้งด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม รวมถึงงานหัตถศิลป์และหัตถกรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับการสืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่นและมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ด้วยศักยภาพดังกล่าว เชียงใหม่จึงได้รับการผลักดันเพื่อเข้าสู่เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ระดับนานาชาติ



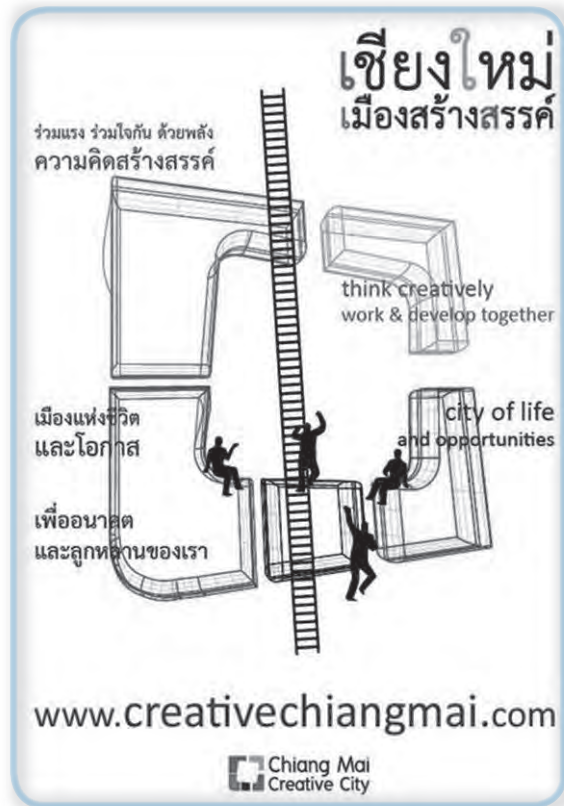
ภาพจาก: <http://www.chiangmailverware.com/images/bowl.jpg>

<http://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/02/fe/5a/0c/umbrella-village-bor.jpg>

http://www.handmade-chiangmai.com/craft_sectors/

ในปีพ.ศ. 2554 จังหวัดเชียงใหม่ได้ส่งจดหมายแสดงเจตน์จำนงเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์สากลตามแนวคิดที่จัดตั้งโดย UNESCO ในฐานะเมืองแห่งงานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art) รวมถึงเป็นเมืองที่จะเป็นศูนย์กลางและเป็นเวทีให้เกิดการแสดงผลและแลกเปลี่ยน ความสร้างสรรค์ในหลากหลายรูปแบบจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งการเตรียมความพร้อมเกิดจากความร่วมมือและระดมความคิดของคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2553 และต่อมาสามารถสร้างเครือข่ายขยายไปสู่การมีสมาชิกกว่า 50 องค์การทั้งจากสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงบริษัทอิสระที่ร่วมแรงและมุ่งมั่นทำงานด้วยจิตอาสาโดยมีอุทยาน

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่เป็นผู้ดำเนินการในนามสำนักเลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาเชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์



ภาพจาก:

http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/326/2326/images/creative/poster.jpg

โครงการ “เชียงใหม่สร้างสรรค์” เป็นแนวคิด วิสัยทัศน์ และภารกิจเริ่มในการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ความคิดเชิงสร้างสรรค์รวมถึงนวัตกรรมของจังหวัดเพื่อสร้างแรงดึงดูดให้กับบุคคลภายนอก และเปิดโอกาสในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอาชีพโดยมุ่งเน้นการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ รวมถึงสร้างความหลากหลายเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายที่ยั่งยืนทั้งภาคประชาชนและองค์กรเพื่อนำไปสู่ความเป็นเมืองศูนย์กลางแห่งความสร้างสรรค์

กิจกรรมสำคัญที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมให้เกิดเป็นเมืองเชียงใหม่สร้างสรรค์ อาทิ โครงการ Chiang Mai Design Awards (CDA) ที่จัดขึ้นในปี 2554 เพื่อเปิดโอกาส สนับสนุนและส่งเสริมงานออกแบบที่ดีมีแนวคิดสร้างสรรค์ เป็นผลงานเชิงนวัตกรรมที่โดดเด่น และนำเสนอเมืองเชียงใหม่สู่ประชาคมโลกในมุมมองใหม่ ซึ่งโครงการได้มีการมอบรางวัลครั้งแรกในปี 2555 โดยการรับสมัครผลงานแบ่งเป็น 6 สาขา ประกอบด้วย สาขาสถาปัตยกรรมและการตกแต่งภายใน สาขาการออกแบบผลิตภัณฑ์ (งานหัตถกรรม เฟอร์นิเจอร์ ผลิตภัณฑ์ตกแต่งเครื่องประดับแฟชั่น) สาขาการออกแบบสื่อสมัยใหม่ สาขาการออกแบบ



การสร้างตราผลิตภัณฑ์ สาขาการออกแบบอัตลักษณ์ และสาขาการออกแบบร้านค้า/การจัดแสดงสินค้า

ภาพสัญลักษณ์โครงการ Chiang Mai Design Awards (CDA)



ตัวอย่างผลงานประเภทต่างๆ ที่ได้รับรางวัลในโครงการ Chiang Mai Design Awards (CDA) ปี 2556

โครงการ TEDxChiangMai เป็นอีกหนึ่งโครงการ ที่เป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การอาสาสู่การปฏิบัติจริง สังคมของคนที่เชื่อในแนวคิด ความคิด



สร้างสรรค์ นวัตกรรม และความร่วมมือร่วมใจ ภายใต้สโลแกนว่า “ความคิดที่ควรค่าแก่การเผยแพร่” ได้จัดขึ้นในรูปแบบของการสัมมนาประจำปีด้วยการรวบรวมแหล่งความคิดสร้างสรรค์และการอภิปรายแทรกด้วยกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความร่วมมือจากทั้งอาสาสมัคร ผู้สนับสนุนพันธมิตรทั้งองค์กรเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ

เทศกาล CNXP เชียงใหม่
เอ็กซ์พีเรียન્ซ์ เริ่มต้น ในปี
พ.ศ. 2556 โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากงาน South By
Southwest (www.sxsw.com)



ของเมืองฮอสตัน รัฐเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งหวังให้เป็นงานเทศกาลประจำปีสำหรับเชียงใหม่เพื่อการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์และการจัดกิจกรรมรวมถึงการประชุมสร้างสรรค์ประจำปีในด้านดนตรี เทคโนโลยี ภาพถ่ายและภาพยนตร์



โครงการแฮนด์เมด-เชียงใหม่ ระบบดิจิทัลเชิงโต้ตอบ (Interactive digital) เป็นโครงการที่นำเสนอจุดเด่นของงานหัตถกรรมในจังหวัดเชียงใหม่

ตลอดจนความร่วมมือแบบเครือข่าย เช่น โครงการพัฒนาเศรษฐกิจล้านนาเชิงสร้างสรรค์ (Lanna Creative Economy)

สำหรับโครงการพัฒนาเศรษฐกิจด้านนาเชิงสร้างสรรค์ (Lanna Creative Economy) เป็นการรวมกลุ่มของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบนหรือกลุ่มล้านนา ประกอบด้วย จังหวัดเชียงใหม่, ลำพูน, ลำปาง และแม่ฮ่องสอน เริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2554 จากความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ ทั้งจากส่วนราชการ ได้แก่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 กระทรวงอุตสาหกรรม ภาคเอกชนได้แก่หอการค้าจังหวัด 4 จังหวัด (เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน) และภาคสถาบันการศึกษา คือศูนย์นวัตกรรมและการจัดการความรู้วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าบริการเชิงสร้างสรรค์ และพัฒนาบุคลากรเพื่อสนับสนุนธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ พร้อมทั้งส่งเสริมการวิจัยนวัตกรรมสำหรับพัฒนาอุตสาหกรรม และสามารถยกระดับเป็น Creative Regional City ได้



(ภาพจาก <https://sites.google.com/a/camt.info/creative-lanna/>)



กิจกรรมประกวด
ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
Lanna Creative
Economy Award
และผลงานที่ได้รับ
รางวัลชนะเลิศ



ภาพการวิเคราะห์ “แนวความคิด
การสร้างเมืองเชียงใหม่”
ในการศึกษาองค์ความรู้ทาง
วิชาการด้านประวัติศาสตร์
สถาปัตยกรรม



(ภาพจาก

http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000001223)

ทั้งหมดนี้คือ ความพยายามของจังหวัดเชียงใหม่ในการเนรมิตเมืองให้เป็นเมืองสร้างสรรค์สร้างชื่อเสียงและสร้างรายได้กลับคืนสู่ภาคประชาชนได้ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรอันหลากหลายมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ใช้ความสามารถด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์งานอันทรงคุณค่าและมีเอกลักษณ์ของตัวเอง แต่ความสำเร็จนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยหากขาดการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ซึ่งเมืองเชียงใหม่ได้รับการปฏิบัติในทางตรงกันข้ามจึงสามารถเข้าใกล้เป้าหมายของการเป็นเมืองสร้างสรรค์ที่ได้รับการยอมรับในเวทีระดับโลกได้อย่างไม่ยากเย็น

เมืองเพชร เมืองตาลโตนด

“เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” คือเป้าหมายของเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจังหวัดเพชรบุรี

ซึ่งทางจังหวัดได้จัดทำยุทธศาสตร์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative City) ขึ้น โดยการวางยุทธศาสตร์ 4 ประการ เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1.) ส่งเสริมการปลูกตาลโตนด 2.) การสร้างมูลค่าเพิ่มจากตาลโตนด 3.) วิจัยและพัฒนาการใช้ประโยชน์จากตาลโตนด และ 4.) ประชาสัมพันธ์เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองเพชร เมืองตาลโตนด” เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ โดยมุ่งหวังให้ตาลโตนดอยู่กับจังหวัดเพชรบุรีและนำรายได้มาสู่ชุมชน อย่างยั่งยืนมั่นคงตลอดไป

การพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางสังคม ชุมชนเมืองน่าอยู่



ภาพจาก: <http://resource.thaihealth.or.th/>

นอกจากกรอบแนวคิดเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการพัฒนามูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแล้ว “เมืองน่าอยู่” ก็เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนามูลค่าเพิ่มทางสังคมได้ เห็นได้จากชุมชนบ้านหม้อ อำเภอท่าสูง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นชุมชนที่มีสภาพภูมิสังคมที่เข้มแข็งทั้งทางด้านทุนทางเศรษฐกิจ ทุนสังคม หรือทุนทรัพยากรสิ่งแวดล้อม เนื่องจากสมาชิกในชุมชนมีรายได้มั่นคงพอเพียงจากอาชีพหลักคือการปลูกข้าวและปลูกผักปลอดสารพิษที่มีการริเริ่มและได้รับการยอมรับทางการตลาดมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 จากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐ

ยิ่งไปกว่านั้นในชุมชนยังมีภูมิปัญญาด้านสมุนไพร มีผู้นำชุมชนเข้มแข็ง ที่สามารถสร้างสังคมที่มีความรู้รักสามัคคี มีทุนทางธรรมชาติซึ่งคือ แหล่งน้ำใต้ดิน ที่อุดมสมบูรณ์และมีป่าไม้ชุมชนที่มีความหลากหลาย



ทางชีวภาพ อย่างเช่น ผักปลอดสารพิษจากอำเภอป่าสูงได้รับการยอมรับให้นำมาวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วกรุงเทพมหานคร สำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดให้

เมืองป่าสูงเป็น “เมืองน่าอยู่” ตามแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555 – 2559) นั้นเป็นโครงการวิจัยเชิงขับเคลื่อนพัฒนา ประกอบด้วย 3 กิจกรรมสำคัญ คือ การยกระดับการผลิตผักปลอดสารพิษไปสู่เกษตรกรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานสากล กิจกรรมการดูแลสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทยตามวิถีธรรมชาติและสมุนไพร และกิจกรรมการดูแลด้านสิ่งแวดล้อมและการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ

เมื่อ “เมืองน่าอยู่” ได้กลายเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จึงได้เกิดเป็นวิสัยทัศน์ในการพัฒนาเมืองและชุมชนอย่างกว้างขวางขนาดกำหนดให้เป็นนโยบายพัฒนาสร้างสรรค์ด้วย อาทิ จังหวัดนครศรีธรรมราช กำหนดให้เป็น “นครแห่งการเรียนรู้

เกษตร ท่องเที่ยว น่าอยู่ ชุมชนเข้มแข็ง” ภายใต้นิยามคือ ประชาชนในสังคมอยู่ดีกินดี มีอาชีพมีรายได้มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีการอนุรักษ์ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา และมีความเป็นประชาธิปไตย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดโดยมุ่งให้ ปี พ.ศ. 2557 – 2560 เป็น “อยุธยา นครประวัติศาสตร์ น่าเที่ยว น่าอยู่ ก้าวสู่สากล” ตำบลเมืองปะหลาน อ.พยุหะภูมิพิสัย จ.มหาสารคาม มีวิสัยทัศน์ “เมืองน่าอยู่ ควบคู่แหล่งข้าวหอมมะลิปลอดสารพิษ” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการขยายและเชื่อมโยงตลาดสู่อาเซียนและประชาคมโลก รวมถึงเพิ่มช่องทางในการเข้าถึงการศึกษาท้องถิ่น เสริมสร้างศักยภาพสังคม ชุมชน ให้เข้มแข็งและรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง เทศบาลเมืองบ้านสวน อ.เมืองชลบุรี จ.ชลบุรี กำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาท้องถิ่นให้เป็น “เมืองน่าอยู่” ควบคู่กับมิติการพัฒนาอื่นๆ ได้แก่ “เทศบาลเมืองบ้านสวน เป็นชุมชนเข้มแข็งเมืองน่าอยู่ มุ่งสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อม”

มิติวัฒนธรรมสร้างสรรค์

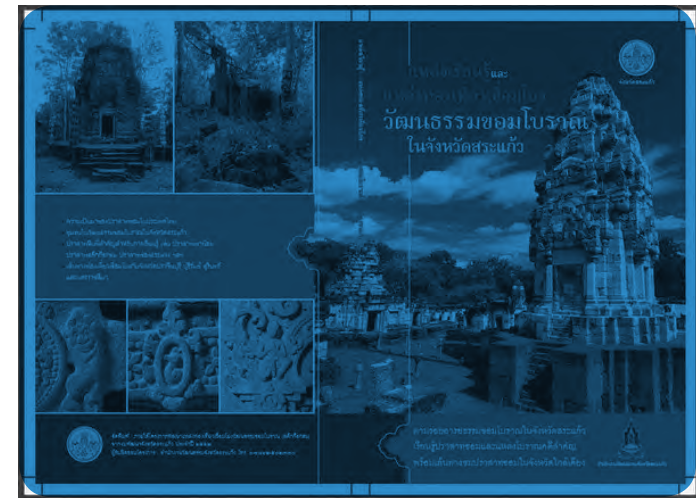
ในปี พ.ศ. 2554 คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ ได้มีมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบแนวคิด “ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว” โดยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมหรืออารยธรรมเชื่อมโยงกัน เช่น กลุ่มท่องเที่ยวล้านนา กลุ่มท่องเที่ยววัฒนธรรมขอม โดยกำหนดให้มีการจัดทำ แผนปฏิบัติการที่มีการบูรณาการอย่างชัดเจน



ภาพจาก: <http://www.punsook.org/>

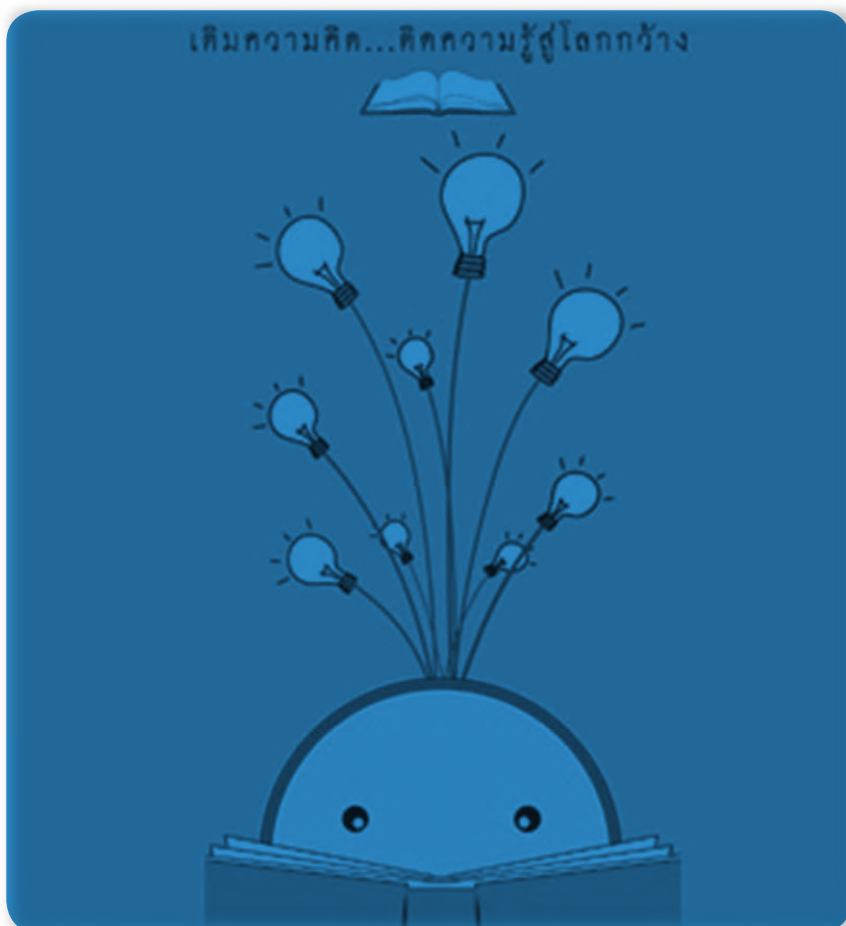
กระทรวงวัฒนธรรมมีแนวความคิดในการใช้ความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมมาเป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศแบบยั่งยืน โดยเน้นการบูรณาการและการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ภายใต้กระบวนการสืบสาน อนุรักษ์

บูรณาการ เพิ่มรายได้ ด้วยการจัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์และพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมไทย (Inspired by Thai) ซึ่งเป็นหนึ่งในโครงการตามยุทธศาสตร์นโยบายของกระทรวงวัฒนธรรมเพื่อการขับเคลื่อนนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดให้เป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยมีภารกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และให้บริการ รวมทั้งให้คำแนะนำ ปรึกษา สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ (ภายใต้ประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4 ประเภท 15 กลุ่มย่อย) และสร้างแรงบันดาลใจในการนำมิติและทุนทางวัฒนธรรมมาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม (Value Added & Value Creation) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมต่อไป



ภาพจาก: http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/373/24373/images/pic002.JPG

มิติการศึกษาศักดิ์ศรี



แนวทางในการผลักดันให้เกิดความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเชื่อมโยงองค์ความรู้ลักษณะ 3 ประสานจากภาคการศึกษาสู่ภาคธุรกิจและเอกชนด้วยการสนับสนุนจากภาครัฐที่สำคัญคือ การจัดตั้งสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Academy - CA) ให้เป็นหน่วยงานภายในสถาบันอุดมศึกษา โดยกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้เชิญชวนให้สถาบันการศึกษาที่มีศักยภาพและความพร้อมด้านองค์ความรู้ บุคลากร โครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงเป็นสถาบันการศึกษาที่มีหน่วยจัดการทรัพย์สินทางปัญญาและถ่ายทอดเทคโนโลยี (Technology Licensing Office: TLO) และหน่วยบ่มเพาะวิสาหกิจ (University Business Incubator: UBI) เพื่อยื่นข้อเสนอเข้ารับการคัดเลือกเป็นสถาบันพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Academy - CA) ซึ่งมีสถาบันอุดมศึกษาได้รับการคัดเลือกให้เป็นสถาบันหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เบื้องต้นจำนวน 10 สาขา จาก 15 สาขาอุตสาหกรรม ดังนี้

1. สาขาศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยมหิดล
2. สาขาการแพทย์แผนไทย มหาวิทยาลัยมหิดล
3. สาขาการท่องเที่ยวสถานที่ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยมหิดล
4. สาขาการออกแบบ มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. สาขาทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. สาขางานฝีมือ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
7. สาขาสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
8. สาขาธุรกิจอาหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
9. สาขาการแพทย์ภาพและกระจายเสียง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
10. สาขาซอฟต์แวร์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

ส่วนในอีก 5 สาขาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ก็จะดำเนินการพิจารณาคัดเลือกเพิ่มเติม โดยแต่ละสาขาที่ได้รับคัดเลือกเป็นสถาบันหลักจะมีสถาบันอุดมศึกษา ที่ได้รับเลือกให้เป็นเครือข่ายดำเนินพันธกิจควบคู่ไปพร้อมกัน



ยิ่งไปกว่านั้นภายในสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ยังได้มีการพัฒนาและเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในหลายสาขาตั้งแต่ระดับปริญญาบัณฑิตจนถึงระดับดุษฎีบัณฑิตอีกด้วย

ในการนี้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) (สปร.) ได้ถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และพัฒนาการเรียนรู้ รวมถึงรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ให้กับประชาชน ในปี พ.ศ. 2547 ซึ่งประกอบด้วย 5 ส่วนงานคือ

- 1) อุทยานการเรียนรู้ (สอร.) เป็นแหล่งการเรียนรู้ที่ทันสมัยในรูปแบบ “ห้องสมุดมีชีวิต”
- 2) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศคบ.) เป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลการเรียนรู้ด้านการออกแบบเพื่อสร้างสินค้าใหม่หรือผลงานที่เป็นต้นฉบับ
- 3) สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (สพร.) ถ่ายทอดความรู้จากสาขาต่างๆ ผ่านงานนิทรรศการสร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่าเรื่อง
- 4) ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ของประเทศไทย (สลชท.) เป็นศูนย์กลางการจัดการองค์ความรู้ในด้านชีววิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ
- 5) ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม) มีบทบาทในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม ในทุกภาคส่วนของสังคม



ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative & Design Center (TCDC)

จัดตั้งขึ้นเพื่อให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และแหล่งค้นคว้าข้อมูลด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ให้กับสังคมไทย ช่วยยกระดับของนักออกแบบและผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันได้ทัดเทียมในระดับสากลได้

TCDC เปิดให้บริการที่กรุงเทพฯ ภายในศูนย์การค้าดิเอ็มโพเรียม เมื่อปี พ.ศ. 2548 และที่เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2556 โดยเป็นหน่วยงานหนึ่งภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ต่อมาได้รับริเริ่มโครงการ miniTCDC หรือโครงการกระจายโอกาสสร้างเครือข่ายแหล่งเรียนรู้ด้านการออกแบบสู่ภูมิภาค ร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาส่วนภูมิภาค 13 แห่งในรูปแบบของห้องสมุดและตัวอย่างวัสดุเฉพาะด้านการออกแบบ ซึ่งเปิดดำเนินการแล้ว ได้แก่ กำแพงเพชร ขอนแก่น ชลบุรี เชียงราย นครราชสีมา นครปฐม นครศรีธรรมราช พิษณุโลก เพชรบุรี ภูเก็ต มหาสารคาม สงขลา อุบลราชธานี

สำหรับ TCDC กรุงเทพฯ ประกอบด้วยนิทรรศการถาวร ที่นำเสนอเนื้อหา “ต้องมีอะไรถึงออกแบบได้” กับนิทรรศการหมุนเวียนบนพื้นที่ขนาด 500 ตรม. ประกอบไปด้วย

แหล่งค้นคว้าเพื่อต่อยอดความคิดสร้างสรรค์อย่าง TCDC Resource Center ห้องสมุดเฉพาะด้านการออกแบบที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียที่ชื่อว่า Material ConneXion® Bangkok หรือห้องสมุดวัสดุเพื่อการออกแบบที่ได้รวบรวมวัสดุที่นักออกแบบระดับโลกใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีเครือข่ายร่วมกัน 11 สาขา ทั่วโลก ได้แก่ นิวยอร์ก มิลาน โคโลญ แดกู ไชล อีสตันบลู เชียงไฮ ปักกิ่ง ฮูฟเด โตเกียว และกรุงเทพฯ

แหล่งบ่มเพาะของธุรกิจและต่อยอดผู้ประกอบการไทย

แหล่งเรียนรู้ด้านการออกแบบและธุรกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

นอกจากนี้ TCDC ยังได้สร้างเครือข่ายออนไลน์ของผู้ประกอบการสร้างสรรค์ในเว็บไซต์ www.tcdconnect.com เพื่อรวบรวมข่าวสารความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์ และได้จัดทำนิตยสารส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจและสังคมไทยฉบับแจกฟรีรายเดือน ยังมีหนังสือ Creative Thailand และสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อรวบรวมและเผยแพร่ผลงานความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์สู่สังคมไทยอีกทางหนึ่งด้วย





นิทรรศการ
หมุนเวียนของ TCDC
มุ่งเติมเต็มพื้นฐาน
ความรู้ด้านการ
ออกแบบและสร้างแรง
บันดาลใจด้วยตัวอย่าง



ผลงานการออกแบบที่มี
ชื่อเสียงในระดับสากล
พร้อมคำอธิบายถึง
ปรัชญา แนวคิด และ
ที่มาของงานออกแบบ
ด้วย

(ภาพจาก <http://www.tcdc.or.th/pastexhibitions/detail.php?ID=17729>)

มิติการท่องเที่ยวสร้างสรรค์

เป้าหมายเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO นอกจากการสนับสนุนด้านการยกระดับความร่วมมือระหว่างท้องถิ่นสู่การพัฒนาในระดับประเทศและเชื่อมโยงเมืองต่างๆ ให้เป็นเครือข่ายในระดับนานาชาติแล้ว ยังได้ขยายเป้าหมายให้ครอบคลุมถึงการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์เสมือนเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองหรือท้องถิ่นนั้นๆ โดยเหมารวมทั้งวัฒนธรรมในรูปแบบที่จับต้องได้และไม่ได้ (Tangible and Intangible Cultural) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเข้าใจลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละเมืองได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) จึงได้ถูกจัดตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2546 เพื่อสานต่อนโยบายของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มและกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นของประเทศไทย ด้วยการจัดให้มีการบริหารและพัฒนาพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ รวมทั้งกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ประสานงานกับท้องถิ่น หรือพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรือส่งเสริมและพัฒนาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวให้มีการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ ร่วมด้วยการระดมบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมือเครื่องใช้มาใช้ในการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีเอกภาพ

อพท. ได้ดำเนินงานพัฒนา “ต้นแบบ” การบริหารจัดการพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งได้คัดเลือกและประกาศพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวแล้วจำนวน 6 พื้นที่ ได้แก่



ภาพตราสัญลักษณ์ของ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization) (DASTA)

(ภาพจาก <http://www.dasta.or.th/dastaarea4/images/logo%20gray.gif>)

- 1) หมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยง (พท.1) ประกอบด้วยพื้นที่ หมู่เกาะช้าง หมู่เกาะหมาก หมู่เกาะกูด และพื้นที่เชื่อมโยง



ชายฝั่งทะเล

ภาพจาก:

http://www.thaigoodview.com/library/studentshow/2549/m6-6/no33-35-37-40/picture/map_kohchang.jpg
http://conservation.forest.ku.ac.th/ecotourdb/Cgi-bin/site/khaochang/images/khaochang_map2.jpg

- 2) **เมืองพัทยาและพื้นที่เชื่อมโยง** (พพ.2) ประกอบด้วยเมืองพัทยา (ครอบคลุมพื้นที่เกาะล้าน เกาะไผ่) เทศบาลตำบลหนองปรือ เทศบาลตำบลบางละมุง เทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย เทศบาลตำบลโปัง เทศบาลตำบลห้วยใหญ่ เทศบาลตำบลนาจอมเทียน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองปลาไหล และ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาไม้แก้ว



ภาพจาก: http://www.pattayawave.com/pictures/pattaya_pic.jpg

- 3) **อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – ศรีสัชนาลัย – กำแพงเพชร** (พพ.3) กำหนดให้เป็น “ต้นแบบ” พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน



ภาพจาก:

<http://file.giggog.com/travel/pictures/2010-06/15/16-54-42-753384905.jpg>

<http://www.ezytrip.com/webboard/images/20000/17400/17360.JPG>

http://www.bic.moe.go.th/newth/images/stories/images/im_bic/RTEmagicC_

[Sukhothai.jpg.jpg](http://www.bic.moe.go.th/newth/images/stories/images/im_bic/RTEmagicC_Sukhothai.jpg.jpg)

<http://www.dasta.or.th/images/content/news/oper/5-4-2555%2013-46-31.jpg>

- 4) **จังหวัดเลย** (พพ.4) ประกอบด้วย อำเภอเมืองเลย อำเภอเชียงคาน อำเภอท่าลี่ อำเภอภูเรือ อำเภอด่านซ้าย อำเภอนาแห้ว อำเภอภูกระดึง อำเภอหนองหิน อำเภอภูหลวง และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าภูหลวง



ภาพจาก: <http://www.esanlike.com/images/infoAll/info-2013-01-13135748.jpg>



ภาพจาก:

http://www.oknation.net/blog/home/user_data/file_data/201203/27/458245dad.jpg

- 5) **เมืองแก่นท้าน** (พพ.5) คณะรัฐมนตรีมีมติให้ความเห็นชอบการประกาศพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองแก่นท้าน ครอบคลุมพื้นที่ 5 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลในเวียง ตำบลคูใต้ ตำบลนาซาว ตำบล บ่อสวก อำเภอเมืองน่าน และตำบลม่วงตึ๊ด อำเภอภูเพียง จังหวัดน่าน พื้นที่ท่องเที่ยวเมืองแก่นท้านได้ถูกกำหนดให้เป็น “ต้นแบบ” ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม



ภาพจาก: http://lannatouring.com/Nan/Destination-guide/picture_Ampher%20Maung%20Nan/pic_amphermaungnan15.jpg



ภาพจาก: <http://www.studysquares.com/travel/wp-content/uploads/%E0%B8%99%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99.jpg>



ภาพจาก: <http://www.thaibackpacker.com/wp-content/uploads/2011/10/nan35.jpg>

6) เมืองโบราณอู่ทอง (พพ.6) คณะรัฐมนตรีมีมติให้ความเห็นชอบ การประกาศพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เมืองโบราณอู่ทองพร้อมกับเมืองเก่านาน ครอบคลุมพื้นที่ตำบล อู่ทอง อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี มีกรอบวิสัยทัศน์คือ “อู่ทองเมืองโบราณต้นกำเนิดประวัติศาสตร์อารยธรรมสุวรรณภูมิ”



ภาพจาก:

http://img.prapayneethai.com/filepic/archaeological_site/center/thcarc13501/01.jpg



ภาพจาก: <http://www.dasta.or.th/images/content/news/oper/1-5-2555%2017-29-49.jpg>

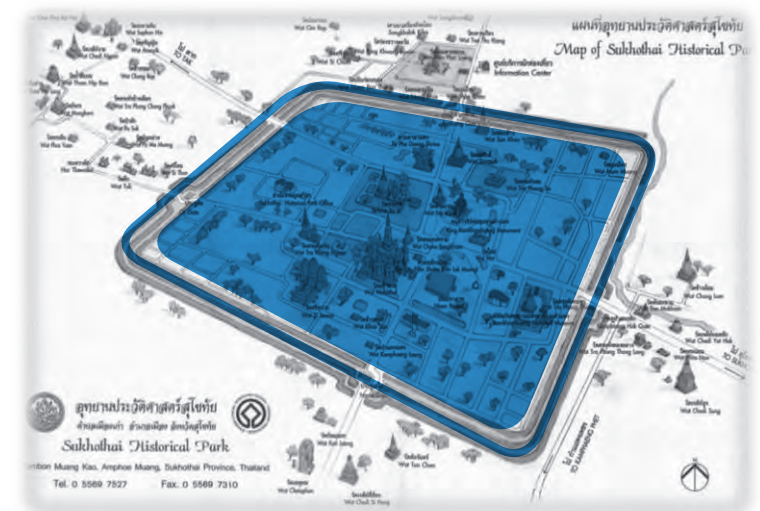
“ต้นแบบ” พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประเภทแหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์และโบราณสถานของอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – ศรีสัชนาลัย – กำแพงเพชรที่ได้รับการยอมรับเป็นมรดกโลกมีการพัฒนาและยกระดับสู่ การท่องเที่ยวสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการต่างๆ ดังนี้

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย- ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร

อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย – ศรีสัชนาลัย – กำแพงเพชร ถูกกำหนดให้เป็น “ต้นแบบ” พื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยมีกระบวนการดำเนินงานเพื่อการเข้าเป็นพื้นที่พิเศษ ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ

- 1) ศึกษาความเหมาะสมในการประกาศเป็นพื้นที่พิเศษให้ครอบคลุมประเด็นข้อมูลพื้นฐานความเป็นมาด้านประวัติศาสตร์ สภาพทั่วไปในปัจจุบันของแต่ละอุทยานฯ การกำหนดพื้นที่เป้าหมาย (พื้นที่เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและ พื้นที่ควรค่าแก่การเป็นแหล่งเรียนรู้ศึกษาค้นคว้าและถ่ายทอด ความรู้สู่ประชาชน และเพื่อรองรับการพัฒนาจากการท่องเที่ยว) ศึกษาความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจกับการท่องเที่ยวของจังหวัดสุโขทัยและกำแพงเพชร ศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและพื้นที่เชื่อมโยง

- 2) ยุทธศาสตร์และแผนของพื้นที่ ศึกษาวิเคราะห์นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ข้อเสนอแนะทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง กฎหมายและอนุสัญญาที่เกี่ยวข้อง บทสรุปและการวิเคราะห์ทิศทางการพัฒนาพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ทั้ง 3 แห่ง จากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
- 3) กระบวนการมีส่วนร่วม สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชน โดย การจัดประชุมรับฟังและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายใต้ฐานข้อมูลจากการศึกษาความเหมาะสมที่ใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการประชุม





การใช้ประโยชน์โบราณสถานภายในวัดมหาธาตุ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยในเทศกาลสำคัญเพื่อจัดการแสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์สุโขทัยสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นแหล่งเรียนรู้

นอกจากนี้ โครงการที่ริเริ่มโดย อพท. เพื่อเป็นกิจกรรมส่งเสริมพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวยังประกอบไปด้วย

- โครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- โครงการชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
- โครงการเครือข่ายเยาวชน อพท. การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- โครงการการรับรองแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
- โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานของ อพท. เกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism)" มีขอบเขตและนิยามว่าด้วย การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม รวมถึงมีโอกาสได้ใช้ชีวิต

ร่วมกันกับเจ้าของสถานที่และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชนแต่เพียงอย่างเดียวแต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนควบคู่กันไป



ภาพจาก: <http://destinationtrinidad.files.wordpress.com/2012/07/discover-thailand.jpg>

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555
อ พ ท . ไ ต ร ่วม กั บ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เพื่อ
ส่งเสริมการพัฒนาชุมชน
ต้นแบบการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ ตามแนวคิดด้าน
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน
การสร้างสมดุลของชุมชนทั้ง
ด้าน เศรษฐกิจ สังคม และ
สิ่งแวดล้อม โดยเน้น
ความสำคัญของการรักษา
เอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของ
ชุมชนไว้



<http://travel.mthai.com/wp-content/uploads/2013/09/127.jpg>

<http://www.dasta.or.th/dastaarea6/images/LittleTourGuideResize.jpg>

การจะเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควรมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ ผู้ที่มาท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันระหว่างกัน (Each engaging the other) จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (Cross - cultural engagement/ Cultural experience) ซึ่งจะทำให้ผู้ที่มาท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ท่องเที่ยว (Spirit of place/ deep meaning/ understanding of the specific cultural of the place) จากประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ (Hands - on experience) รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้อมูลส่งผ่าน - ส่งต่อประสบการณ์ระหว่างกัน/ (Exchange information/ transformation and transformative experiences) ซึ่งการจะสร้างให้เกิดความผูกพันกันอย่างแท้จริงนั้นผู้ที่มาท่องเที่ยวจะต้องเป็นผู้เข้าร่วมหรือผู้ทำกิจกรรมมากกว่าเป็นผู้ชม (More participate than observe) และให้ได้มีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง รวมถึงมีส่วนร่วมในการตัดสินใจด้วย (Co - creating tourism experience) นอกจากนี้การได้สัมผัสกับกระบวนการการผลิตในสถานการณ์จริง (Authentic both process and product/ genuine experience) เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและทำให้เกิดความประทับใจ (Memorable/ I hear and I forget, I see and I remember, I do and I understand) จากประสบการณ์ การท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจงและหา

ที่ใดไม่ได้อีก (Tailor - made approach) ยิ่งสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยวได้ตราตรึงมากยิ่งขึ้นด้วย



ตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในโครงการ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” สำหรับการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

(ภาพจาก

<http://creativetourism.circlecamp.com>)

สำหรับต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะได้คัดเลือกจากกิจกรรมที่สอดคล้องกับแนวคิด “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) โดยเลือกที่จะเริ่มต้นพัฒนาใน 2 เขตพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว คือ อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และจังหวัดเลย

โดยเขตพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดเลย ได้มีต้นแบบกิจกรรมที่สำคัญ 2 ต้นแบบ คือ ผ่านมเชียงคาน และต้นผึ้งด่านซ้าย

ส่วนเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย กำแพงเพชรได้กำหนดในแนวเรื่อง Creative Kingdom- Creative City - “จากดินถึงดวงดาว” ซึ่งใช้ระยะเวลา 3 วัน 2 คืน และมีต้นแบบกิจกรรมที่สำคัญ 3 ต้นแบบ ได้แก่ การทดลองทำและชิมอาหารท้องถิ่นคือ “ก๋วยเตี๋ยวพระร่วง” หรือ



“ข้าวเป็็บ” เรียนรู้วิธีการทำผ้าหมักโคลน ที่บ้านนาต้นจั่น อ.ศรีสัชนาลัย จ.สุโขทัย เรียนรู้วิธีการทำพระเครื่องพร้อมทดลองทำจริงที่แหล่งเรียนรู้การทำพระเครื่อง อ.นครชุม จ.กำแพงเพชร

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ก๋วยเตี๋ยวพระร่วง หรือ ข้าวเป็็บ ของบ้านนาต้นจั่น สุโขทัย

(ภาพจาก <http://www.sadoodta.com/content/> พาไปชิมก๋วยเตี๋ยวพระร่วง-บ้านนาต้นจั่น-ร้านข้าวเป็บบายศรี)

ข้าวเป็็บ เป็นอาหารพื้นบ้านของบ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย มีรสชาติอร่อย ลักษณะเหมือนเส้นก๋วยเตี๋ยวใส่ผักและน้ำซุ๊ป โดยเส้นกับผัก ถูกห่อรวมกันในลักษณะคล้ายกับข้าวเกรียบปากหม้อ (คำว่า เป็็บ ในภาษาเหนือ แปลว่า พับ) และเพื่อให้สอดคล้องกับท้องถิ่นที่อยู่ จึงขนานนามเสียใหม่ว่า “ก๋วยเตี๋ยวพระร่วง” เครื่องปรุงสำคัญของข้าวเป็็บนั้น นอกจากน้ำซุ๊ปต้มกระดูกหมู ซึ่งทำให้เกิดรสหวานแล้วยังมีกากหมู หมูสับ เลือดหมูต้ม กระเทียมเจียว ต้นหอมและผักชีสำหรับโรยหน้าพร้อมไข่ดาวหนึ่งด้วย โดยสูตรการทำ ข้าวเป็็บ เริ่มคิดค้นจากบรรพบุรุษของชุมชนเพื่อประหยัดการเดินทางไปซื้อก๋วยเตี๋ยวในตัวเมืองอุตรดิตถ์หรือเมืองศรีสัชนาลัยซึ่งในอดีตนั้นเดินทางยากลำบาก



ผ้าหมักโคลนบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านตึก อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย เป็นผ้าทอที่เกิดจากการใช้ภูมิปัญญาของชาวบ้านซึ่งเป็นเอกลักษณ์และ สืบสานมาแต่โบราณ ซึ่งได้ค้นพบด้วยความบังเอิญจากการดำเนินชีวิตในอดีต เมื่อผ้าฝ้ายที่ทอไว้ใส่ในยามทำไร่นาเปื้อนโคลนหลังจากซักทำความสะอาดพบว่าเนื้อผ้านุ่ม มีน้ำหนักดีแถมสวมใส่สบาย จึงกลายมาเป็นกรรมวิธีในการผลิตผ้าฝ้ายด้วยการหมักโคลนของกลุ่มทอผ้า บ้านนาต้นจั่น

สำหรับขั้นตอนในการผลิตเริ่มจากการย้อมเส้นฝ้ายสีขาวด้วยครามจากนั้นนำเส้นฝ้ายไปฝั่งแดดให้แห้งและช้บน้ำครามออก แล้วนำกลับไปฝั่งแดดอีกครั้งจึงนำมากรอด้วยและทอตามลวดลายที่กำหนดตามเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งลวดลายส่วนใหญ่แปลงจากธรรมชาติ เช่น ลายผักแว่น ลายดอกพิกุล



ส่วนการหมักโคลน จะขุดโคลนมาจากบึงหรือบ่อตามธรรมชาติแล้วกรองโคลนด้วยผ้าขาวบางเพื่อแยกเศษไม้หรือผงออก จากนั้นนำผ้าที่ทอเสร็จแล้วไปใส่ลงในโถงหมักโคลนทิ้งไว้ 1 คืน นำมาซักให้สะอาดแล้วนำไปแช่น้ำ รอให้ผ้าดูดซับน้ำจนอิ่มตัว แล้วจึงนำผ้าไปต้มกับวัสดุที่ให้สีธรรมชาติ เช่น ครั่ง มะเกลือ หรือแก่นไม้ จากนั้นนำผ้าไปซัก อบและผึ่งแดดให้แห้งเสร็จแล้วนำไปรีดได้ผืนผ้าพร้อมใช้



การนำผ้าหมักโคลน และผลิตภณฑ์ผ้าหมักโคลนบ้านนาต้นจั่น สุโขทัย

(ภาพจาก http://www.udclick.com/home1/index.php?option=com_content&task=view&id=75944&Itemid=130151)

เพราะเล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 เพื่อใช้เป็นกรอบในการส่งเสริมการบริหารและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศขึ้น โดยมีแนวทางในการสร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวของประเทศ มุ่งสร้างและกระจายรายได้สู่สังคมและท้องถิ่น

ด้วยเหตุนี้นโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและกีฬาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งการดำเนินงานโครงการจะมุ่งเน้นสร้างการเรียนรู้โดยกลุ่มนิสิตนักศึกษาในสถาบันการศึกษาทั่วประเทศให้จัดทำโครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวหรือการกีฬา พร้อมแนวคิดในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและกีฬาเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย

อุตสาหกรรมและธุรกิจสร้างสรรค์



ภาพจาก:

<http://businessplumag.com/sites>

[/default/files/styles/large/public/2](http://businessplumag.com/sites/default/files/styles/large/public/2)

[014012240242.jpg](http://businessplumag.com/sites/default/files/styles/large/public/2)

ในฐานะของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการส่งเสริม พัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ให้มีความสามารถในการดำเนินธุรกิจสูงขึ้น และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม จึงได้กำหนด 4 ยุทธศาสตร์เพื่อ การส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่

1

สร้างและพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมให้เติบโตและแข่งขันได้ ช่วยขับเคลื่อนการบ่มเพาะธุรกิจอุตสาหกรรมให้เข้มแข็งและมีความสามารถในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์ที่

2

ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ โดยมุ่งพัฒนาธุรกิจอุตสาหกรรมบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ ภูมิปัญญา และนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ที่

3

สนับสนุนปัจจัยเอื้อต่อการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม มีเป้าประสงค์ เพิ่มโอกาสในการประกอบธุรกิจอุตสาหกรรม

ยุทธศาสตร์ที่

4

พัฒนาประสิทธิภาพองค์กร มุ่งพัฒนากระบวนการดำเนินงานของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมให้มีประสิทธิภาพและมีคุณภาพที่สูงขึ้น

ดังนั้น “โครงการส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์” (The Promotion of Industrial Innovation and Creative Industrial) จึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับการดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ที่กำหนด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการออกแบบและผลิตสินค้าภาคอุตสาหกรรมเข้าสู่นโยบายอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เน้นผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีสัญชาติไทย เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนที่มีอยู่ราว 2.8 ล้านราย

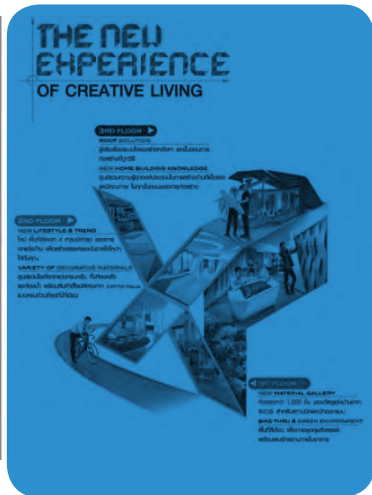


ภาพจาก: [http://www.okmd.or.th/wp-content/uploads/2014/05/OKMD-Food-Pocket-](http://www.okmd.or.th/wp-content/uploads/2014/05/OKMD-Food-Pocket-Book.pdf-1.jpg)

[Book.pdf-1.jpg](http://www.okmd.or.th/wp-content/uploads/2014/05/OKMD-Food-Pocket-Book.pdf-1.jpg)

โดยที่ภาคเอกชนได้ขยายการดำเนินธุรกิจเชิงสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง อาทิ เอสซีจี ดิสทริบิวชัน ในเครือบริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (SCG) ที่ส่งเสริมธุรกิจการออกแบบและวัสดุก่อสร้างด้วยโครงการ เอสซีจี เอ็กซ์พีเรียนซ์ (SCG Experience) เพื่อเป็นช่องทางค้าปลีกรูปแบบใหม่ ที่เน้นการให้ข้อมูลความรู้นวัตกรรมเทคโนโลยีเกี่ยวกับที่อยู่อาศัยและการเชื่อมโยงชีพพลายเซนด้วยไอทีเทคโนโลยี เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ลองสัมผัสเพื่อสร้างประสบการณ์การใช้งานจริงก่อนการตัดสินใจอย่างรอบคอบด้วยการออกแบบพื้นที่เพื่อบริการลูกค้าอย่างหลากหลาย อาทิ

- XP Virtual Room: นวัตกรรมของการ์ดีไซน์กับจอภาพขนาดใหญ่ จำลองงานออกแบบตามการสร้างสรรค์ของลูกค้าบนผนังห้อง 4 ทิศทาง
- XP Consultant: มี Dream Driver หรือทีมผู้คิด ซึ่งมีสถาปนิกและมัณฑนากรให้คำปรึกษาและสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าให้เป็นจริง
- XP Inspiration: แหล่งรวมของตกแต่งบ้านหลากหลายที่จะช่วยจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ในการอยู่อาศัย
- XP Library: คลังข้อมูลที่รวบรวมหนังสือหายากเกี่ยวกับบ้าน เป็นต้น



บริษัท ซีเอ็มโอ จำกัด (มหาชน) หรือ CMO ผู้นำธุรกิจด้านสื่อสาร การตลาดแบบครบวงจร มีนโยบายพัฒนาโครงการ “Bangkok Creative Playground” บนพื้นที่ 12 ไร่ ภายใต้แนวคิด “Work Live Play” เพื่อเป็นศูนย์รวมธุรกิจทางด้านความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนให้บริการด้านการสื่อสารทางการตลาดแบบครบวงจร พร้อมเป็นที่ตั้งรวมของสำนักงานในกลุ่ม CMO และมีพิพิธภัณฑ์ศูนย์ประวัติศาสตร์กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์ด้านประติมากรรมใหญ่ที่สุดในประเทศรวมอยู่ด้วย



โครงการ “Bangkok Creative Playground” (ภาพจาก

<http://www.bangkokpost.com/print/408618/>)

บทสรุป

ก้าวอย่างอง่างมั่นคง

สู่ความยั่งยืน



เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการจำแนกประเภทกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยจะพบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพหลายด้านที่เป็นต้นทุนสำคัญอันนำไปสู่การพัฒนาและต่อยอดสำหรับแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เช่น

ทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละท้องถิ่นที่สามารถนำมาพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ (**ทุนทางธรรมชาติ: Natural Capital**)

โครงสร้างพื้นฐานที่ถูกสร้างขึ้นและสามารถสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ได้ (**ทุนทางกายภาพ: Physical Capital**)

ทรัพยากรทางการเงิน จากการออม และการเข้าแหล่งถึงเงินทุนเพื่อสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจสร้างสรรค์ จากการผลิตที่มีต้นทุนและค่าครองชีพต่ำรวมถึงการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน และการรวมกลุ่มกันในชุมชน (**ทุนทางการเงิน: Financial Capital**)

ความรู้ ทักษะ และแรงงานของทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถนำมาต่อยอดให้เกิดธุรกิจสร้างสรรค์จากความประณีต ละเอียดอ่อนและบรรจงในการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมและหัตถศิลป์หรือการสร้างสรรค์งานด้วยมือ และจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (**ทุนมนุษย์: Human Capital**)

ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับผู้ประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ และเครือข่ายของแรงงานสร้างสรรค์ จากวิถีชีวิตชุมชนและการร่วมแรงร่วมใจในท้องถิ่น (**ทุนทางสังคม: Social Capital**)

รูปแบบ คุณค่าของการดำเนินชีวิต ประเพณี ความเชื่อ บรรทัดฐาน รวมถึงลักษณะของมรดกวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้จาก

วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนานและเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเห็นได้ทั่วไปในบริบทสังคมไทย (**ทุนทางวัฒนธรรม: Culture Capital**)

ส่วนการขับเคลื่อนและการพัฒนาประเทศไทยได้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดประสิทธิผลและยั่งยืนนั้น ส่วนหนึ่งมีรากฐานมาจากการพัฒนาคนหรือทรัพยากรมนุษย์ (Human Capital) โดยการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีความรู้และพร้อมที่จะสามารถสร้างสรรค์งานหรือผลผลิตอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานขององค์ความรู้ที่ได้จากทั้งการเรียนรู้โดยตรง จากการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ หรือจากการเรียนรู้จากภูมิปัญญาดั้งเดิมที่ถ่ายทอดและ สัมผัสกันมาอย่างยาวนาน ผสมผสานกับมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นต้นเหตุที่สำคัญ แล้วนำมาผลิตสินค้าโดยนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาปรับใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นๆ

นอกจากนี้ยังสร้างแนวทางที่จะช่วยส่งเสริมและผลักดันประเทศไทยไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยอาศัยปัจจัยสู่ความสำเร็จหลากหลายด้าน อาทิ การพัฒนาปัจจัยหลัก เช่น โครงสร้างพื้นฐานรวมถึงระบบคมนาคมขนส่งให้มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับภาคการผลิตอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาสภาพแวดล้อมและ การส่งเสริมและพัฒนาแหล่งเรียนรู้อย่างทั่วถึงในทุกพื้นที่และชุมชน การถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านให้ได้รับการสืบทอดและสืบสานจากรุ่นสู่รุ่น การส่งเสริมและให้คุณค่ากับมรดกทางประเพณีและวัฒนธรรมแก่คนรุ่นใหม่ให้มีความภาคภูมิใจในทรัพย์สินทาง

ปัญญา การพัฒนาระบบการดูแลและบริหารทรัพยากรสินทางปัญญาอย่าง เต็ดขาดและมีประสิทธิภาพเพื่อให้โอกาสนักคิด นักสร้างสรรค์ได้มีพื้นที่ใน การสร้างสรรค์งานและได้รับผลตอบแทนเชิงพาณิชย์ที่คุ้มค่า การพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลองค์ความรู้ที่มีประสิทธิภาพและครบวงจร การพัฒนาระบบมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต สินค้าและบริการ สุขอนามัย ความปลอดภัยและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างครบวงจร การส่งเสริมด้านการเงินและการลงทุนเพื่อสนับสนุนงานวิจัยและนวัตกรรม และการสนับสนุนให้มีช่องทางหรือเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างทุก ภาคส่วน สุดท้ายคือ การปรับทัศนคติหรือมุมมอง เรื่องแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ทำให้มีโอกาสได้มองย้อนกลับมามองภายในประเทศ เพื่อหา จุดเด่นหรือความแตกต่างทางศักยภาพที่สามารถใช้แข่งขันกับนานาประเทศ ได้

ตรงนี้เองจึงค้นพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพหลายด้านหลาย เรื่องราวทั้งทรัพยากรธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น ภูมิปัญญาชาวบ้านและวิถีไทยต่างๆ ที่ยังคงสืบทอดมาจนทุกวันนี้ ซึ่งหาก มองหาอย่างจริงจังและไม่มองข้ามของดีที่อยู่ใกล้ตัวเพียงเพราะความคุ้นชิน ละเลย หรือไม่พยายามทำในสิ่งที่ไม่คุ้นเคยซึ่งอาจเป็นจุดแข็งที่ซ่อนอยู่ ทำ ให้เชื่อว่าจะเริ่มมองเห็นศักยภาพที่แท้จริงที่จะนำมาพัฒนาและต่อยอดให้ เกิดผลทางเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ได้แน่นอน

แหล่งอ้างอิงและค้นคว้าเพิ่มเติม

ชววิทย์ มิตรชอบ,ดร. “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า, วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมมาธิราช ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 มิถุนายน 2553, หน้า 81 -114.

พวงแก้ว พรพิพัฒน์ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์: พลังขับเคลื่อนใหม่ของเศรษฐกิจ ไทย”, วารสารเศรษฐกิจและสังคม ปีที่ 47 ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม 2554, หน้า 6 - 12

แหล่งค้นคว้าสารสนเทศอิเล็กทรอนิกส์

คติการสร้างเมืองเชียงใหม่ในวัฒนธรรมล้านนา เข้าถึงได้จาก

http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000001223

คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ (LIRT) เข้าถึงได้จาก

<http://dl.parliament.go.th/>

โครงการต้นแบบ “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” เข้าถึงได้จาก

<http://creativetourism.circlecamp.com>

โครงการพัฒนาเศรษฐกิจล้านนาเชิงสร้างสรรค์ (Lanna Creative Economy)

เข้าถึงได้จาก <https://sites.google.com/a/camt.info/creative-lanna/>

ระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สำนักงานคณะกรรมการ

พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เข้าถึงได้จาก <http://ce.nesdb.go.th>

สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เข้าถึงได้จาก

<http://www.nstda.or.th>

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ *Thailand Creative & Design Center*

(TCDC) เข้าถึงได้จาก <http://www.tcdc.or.th>

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การ

มหาชน) (อพท.) เข้าถึงได้จาก www.dasta.or.th

หุ้นส่วนเชิงสร้างสรรค์ไทยสหรัฐฯ เข้าถึงได้จาก

<http://www.creativepartnership.org>

เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network) เข้าถึงได้จาก

<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/>

KANAZAWA – City of Hand Craftsmanship เข้าถึงได้จาก

<http://www.kanazawa-tourism.com/thai/main/index.php>,

<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/crafts-and-folk-art/kanazawa/>

<http://unesdoc.unesco.org/images/0018/001838/183832E.pdf>

การย้อมใยผ้าไหมของซูดกิโมโน (Kaga-yuzen silk dyeing) เข้าถึงได้จาก

<http://www.yuzen-shimomura.jp/>

เมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เข้าถึงได้จาก

http://www.oknation.net/blog/home/blog_data/326/2326/images/Ceramic/DS-C02340.JPG

http://lampang.mots.go.th/images/column_1219218922/c1.jpg

<http://www.oknation.net/blog/akom/2011/05/09/entry-1>

<http://www.naturethai.net/Thai-handicrafts/Lampang-Ceramics.html>

“โครงการนางเล็ดนางลอด ทางรอดของชุมชน” จังหวัดมหาสารคาม เข้าถึงได้

จาก: <http://www.manager.co.th/Bizchannel/ViewNews.aspx?NewsID=954000070523>



— 2557 —

